



***PERSONAL IMAGE (CITRA DIRI) RECRUITMENT
CONSULTANT DI JAKARTA MELALUI MEDIA SOSIAL***

LINKEDIN

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S-1)

Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

Diajukan Oleh :

RISMALA

APRILIANI

44215110154

BIDANG STUDI *PUBLIC RELATIONS*

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ***Personal Image (Citra Diri) Recruitment Consultant di Jakarta Melalui Media Sosial LinkedIn***
Nama : Rismala Apriliani
NIM : 44215110154
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 27 November 2020

Mengetahui,

Pembimbing

(Drs. Hadi Surantio M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : ***Personal Image (Citra Diri) Recruitment Consultant di Jakarta Melalui Media Sosial LinkedIn***
Nama : Rismala Apriliani
NIM : 44215110154
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 27 November 2020

Ketua Sidang,
Dr. Elly Yulianawati M.Si

Penguji Ahli,
Suryaning Hayati, MM, M.

Pembimbing,
Drs. Hadi Surantio, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : *Personal Image (Citra Diri) Recruitment Consultant di Jakarta Melalui Media Sosial LinkedIn*
Nama : Rismala Apriliani
NIM : 44215110154
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 27 November 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing,

Ketua Bidang Studi *Public Relations*



(Drs. Hadi Surantio, M.Si)



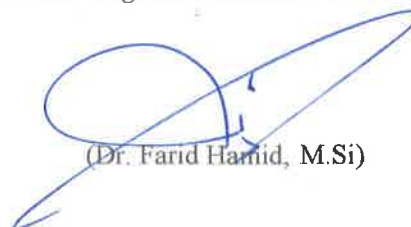
(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D.)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rismala Apriliani
NIM : 44215110154
Konsentrasi : *Public Relations*

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul: **Personal Image (Citra Diri) Recruitment Consultant di Jakarta Melalui Media Sosial LinkedIn** merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya oleh pihak Universitas Mercu Buana. Tugas akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari karya yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 27 November 2020



(Rismala Apriliani)

Pembimbing

(Drs. Hadi Surantio M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Elly Yuliani, M.Si)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Rismala Apriliani
44215110154

Personal Image (Citra Diri) Recruitment Consultant di Jakarta Melalui Media Sosial LinkedIn

Jumlah Halaman: xi + 105 halaman, 24 lampiran

Bibliografi: 37 acuan, Tahun 1998 - 2015

ABSTRAK

Personal image atau citra diri dalam media sosial *LinkedIn* merupakan hal yang penting dalam konteks pekerjaan. Citra diri menunjukkan siapa diri seseorang dalam versi terbaiknya kepada orang lain. Dalam konteks dunia kerja citra diri sangat berpengaruh terhadap peluang apa saja yang mungkin seseorang dapatkan dan tidak dapatkan. Profesi *recruitment consultant* dipilih sebagai subjek dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana citra diri yang dibangun oleh orang yang bekerja sebagai *recruitment consultant* di Jakarta melalui media sosial *LinkedIn*.

Penelitian ini menggunakan landasan teori konsep diri Dramaturgi dari Erving Goffman yang memahami bahwa dalam pembentukan citra diri diawali dari pemahaman seseorang atas identitas dirinya dalam sebuah peran.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan melakukan wawancara dengan 4 narasumber yang merupakan *recruitment consultant* itu sendiri, ex-kandidat yang pernah diproses oleh *recruitment consultant*, mantan rekan kerja dan rekan kerja *recruitment consultant* tersebut. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah post-positivisme, dengan pendekatan kualitatif tipe deskriptif.

Hasil penelitian ini mendapatkan 5 poin penting tentang bagaimana *recruitment consultant* membangun *personal image*-nya di media sosial *LinkedIn*. Mulai dari pentingnya membangun citra diri di media, peran profil *LinkedIn* dalam membangun citra diri, citra diri profesional yang ditampilkan, ekualitas citra diri di *LinkedIn* dan di dunia nyata dan tujuan dari pembentukan citra diri tersebut.

Penelitian ini kemudian menemukan bahwa citra diri yang ditampilkan oleh *recruitment consultant* di *LinkedIn* merupakan versi formal terbaiknya dalam perannya sebagai *recruitment consultant* yang profesional. Citra diri yang ditampilkan di *LinkedIn* oleh *recruitment consultant* ini adalah peran yang secara sadar ingin ditampilkan di bagian depan yang dapat dilihat oleh banyak orang.

Kata Kunci: Citra, Citra Diri, *Recruitment Consultant*, *LinkedIn*



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

*Mercu Buana University
Fakulty of Communication Science
Major in Public Relations
Rismala Apriliani
44215110154*

*Personal Image of Recruitment Consultant in Jakarta Through LinkedIn
Total Pages: xi + 105 pages, 24 attachments
Bibliography: 37 references, year 1998 - 2015*

ABSTRACT

Personal image or self-image in LinkedIn social media is important in the context of work. Self-image shows who one is in the best version to others. In the context of the world of work self-image is very influential there are any opportunities that one might get and not get. The recruitment consultant profession was chosen as the subject in this study to find out how self-image is built by people working as recruitment consultants in Jakarta through LinkedIn social media.

This research uses the foundation of Erving Goffman's Dramaturgy self-concept theory that understands that self-image is initiated from a person's understanding of his or her identity in a role.

The research method used in this study is deskritive research by conducting interviews with 4 speakers who are recruitment consultants themselves, ex-candidates who have been processed by recruitment consultants, former colleagues and co-workers of recruitment consultants. The paradigm used in this study is post-positivism, with a descriptive type qualitative approach.

The results of this study get 5 important points on how recruitment consultants build their personal images on LinkedIn social media. From the importance of building self-image in the media, the role of LinkedIn profiles in building self-image, the professional self-image displayed, the equaliser of self-image on LinkedIn and in the real world and the purpose of establishing that self-image.

The study then found that the self-image displayed by recruitment consultants on LinkedIn was the best formal version in his role as a professional recruitment consultant. The self-image displayed on LinkedIn by this recruitment consultant is a role that consciously wants to be displayed on the front that can be seen by many people.

Key Words : Image, Self Image, Recruitment Consultant, LinkedIn

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT dan dengan penuh rasa syukur karena atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang peneliti angkat adalah ***Personal Image (Citra Diri) Recruitment Consultant di Jakarta Melalui Media Sosial LinkedIn.***

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi bidang studi *Public Relations*.

Dalam proses penelitian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, dukungan, dorongan semangat, serta doa dari semua pihak, skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, sekiranya peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Drs, Hadi Surantio M.Si selaku pembimbing, terima kasih atas bimbingan, saran, dan dukungannya dalam menyusun skripsi ini.
2. Dr. Elly Yuliawati, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

4. Ponco Budi Sulisty, M.comn, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Orang Tua dan kakak tersayang, Rohaeni dan Dede Riska Rahmawati, terima kasih atas doa serta dukungan yang diberikan tanpa henti kepada saya, sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat.
6. Para narasumber yang sudah bersedia menjadi narasumber penelitian ini dan meluangkan waktu untuk diwawancarai oleh saya.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari, skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi peneliti, dan juga bagi para pembaca.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 November 2020



Peneliti

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Komunikasi	16
2.2.1 Pengertian Komunikasi	16
2.2.2 Fungsi Komunikasi	19
2.2.3 Proses Komunikasi	21
2.3 <i>Public Relations</i>	23
2.3.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	23
2.3.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	24
2.4 Citra	26
2.4.1 Proses Pembentukan Citra	28
2.4.2 Citra Diri	30
2.4.2.1 Pengertian Citra Diri	30
2.4.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Diri	32
2.4.2.3 Citra Diri Positif dan Citra Diri Negatif	34
2.5 Teori Dramaturgi Erving Goffman	35
2.5.1 “ <i>Self</i> ” menurut Goffman: Presentasi Diri	40
2.5.2 <i>Fronstage</i> dan <i>Backstage</i>	41
2.5.3 Fungsi Dramaturgi dalam Pembentukan Citra Diri	43
2.6 <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i>	44
2.7 <i>New Media</i>	46
2.7.1 Media Sosial	47
2.7.1.1 <i>LinkedIn</i>	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	52
3.2 Metode Penelitian	53
3.3 Subjek Penelitian	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data	57
3.5 Teknik Analisis Data	58
3.6 Teknik Keabsahan Data	60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.1 <i>Recruitment Consultant</i>	62
4.1.2 Profil Dede Riska Rahmawati sebagai <i>Recruitment Consultant</i>	66
4.2 Hasil Penelitian.....	68
4.3 Pembahasan.....	88

BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	105

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Referensi Penelitian Terdahulu.....	11
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna Media Sosial Digitalisasi Global 2020	1
Gambar 2. Profil LinkedIn Dede Riska Rahmawati	7
Gambar 3. Profil LinkedIn Dede Riska Rahmawati	55
Gambar 4. Profil LinkedIn Duong Luu	56
Gambar 5. Profil LinkedIn Sandra Deslissa	56
Gambar 6. Profil LinkedIn Aini Maryani	57
Gambar 7. Profil LinkedIn Dede Riska Rahmawati	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Persetujuan Penelitian.....	109
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara Key Informan	110
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara Informan 1	111
Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara Informan 2	112
Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara Informan 3	113
Lampiran 6. Transkrip Wawancara.....	114
Lampiran 7. Curriculum Vitae.....	131



UNIVERSITAS
MERCU BUANA