

**PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE TERKAIT  
PERSONAL BRANDING DAN KORUPSI KOMUNIKASI**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**DITA YULINDA PUTRI**

**1161003180**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**


**2021**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : DITA YULINDA PUTRI

NIM : 1161003180

Tanda tangan : 

Tanggal : 25 Agustus 2021





**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : DITA YULINDA PUTRI  
NIM : 1161003180  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE  
TERKAIT PERSONAL BRANDING DAN KORUPSI KOMUNIKASI

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing 1 : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si., Dr. (  )  
Pembimbing 2 : M. Th. Anitawati, Ir., M.S., M.Sc. (  )  
Penguji 1 : Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si, Dr. (  )  
Penguji 2 : Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si., Dr. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2021

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan nikmat yang dikaruniai-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir dengan judul “Persepsi Mahasiswa Universitas Bakrie terkait *Personal Branding* dan Korupsi Komunikasi” dengan sebaik-baiknya. Penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini bertujuan sebagai pelengkap akademis dalam rangka memenuhi syarat dan sebagai tanda telah menyelesaikan Pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penulis membutuhkan waktu sekitar tujuh bulan yang penulis manfaatkan untuk melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan, melakukan studi pustaka yang sesuai dengan topik yang diangkat dalam penelitian ini, melengkapi formulir yang dibutuhkan, mengolah data serta melakukan bimbingan konsultasi dengan dosen pembimbing tugas akhir.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini penulis menemukan berbagai tantangan dan rintangan, baik itu faktor internal maupun eksternal. Namun, dengan segala doa, usaha, dukungan, motivasi, semangat serta dibantu oleh berbagai pihak dalam mengatasi segala tantangan dan rintangan yang menghadang, juga atas pertolongan Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi ini. Untuk menunjukkan rasa syukur kepada seluruh pihak yang telah mendukung penyusunan tugas akhir ini hingga selesai, penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

### **1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa**

Puji dan syukur selalu penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan segala rahmat dan karunianya, penulis dapat melanjutkan Pendidikan di jenjang strata satu dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya.

### **2. Ibu dan Papah**

Terima kasih kepada Ibu dan Papah yang sangat penulis sayangi, yang selalu ada membersamai penulis, tidak pernah berhenti memberikan doa, restu dan dukungan kepada penulis di segala macam kondisi. Berkat doa, restu dan dukungan Ibu Papah sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya dan menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata satu penulis.

**3. Bapak, Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si., Dr.**

Terima kasih banyak kepada Bapak Bambang selaku pembimbing pertama yang sangat berjasa dalam penyusunan tugas akhir skripsi penulis mulai dari awal hingga akhir, yang selalu sabar, percaya dan tidak pernah bosan membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Terima kasih Guruku, engkau pahlawan tanpa tanda jasa, tetapi jasamu abadi!

**4. Ibu, M. Th. Anitawati, Ir., M.S., M.Sc.**

Terima kasih kepada Ibu Anita selaku pembimbing kedua dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini, berkat bimbingan dari ibu, penulis menjadi semakin memahami perhitungan statistik dan mulai menyukai angka-angka. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

**5. Ibu, Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si, Dr. dan Bapak, Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si., Dr.**

Terima kasih kepada Ibu Prima dan Bapak Kresna selaku dewan penguji dalam tugas akhir skripsi penulis yang telah memberikan pemahaman dan pengalaman yang luar biasa diuji dengan sebaik-baiknya.

**6. Seluruh Civitas Akademika Universitas Bakrie**

Terima kasih banyak penulis ucapkan, karena telah mewarnai dan kebersamaan dunia perkuliahan jenjang strata satu penulis di Universitas Bakrie selama ini.

**7. Aprilia Eka Saputri Wibisono Amd.Kep dan Ns. Ihza Dhini Lestari, S.Kep**

Terima kasih kepada Kak April dan Kak Ihza yang selalu menjadi teman setia dan selalu mendengarkan keluh kesah, membantu mencari penyegar dikala jenuh juga menjadi sandaran cerita penulis baik dikala suka maupun duka. Jadi, selanjutnya kita kemana?.

**8. Ramadhani Dwi Putra dan Fadhil Fahrezi**

Terima kasih kepada Doni yang dengan sukarela menjadi penolong membantu penulis menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan meminjamkan laptop dikala

laptop penulis mengalami kerusakan. Juga kepada Fadhil yang selalu sedia menjadi pendengar dan penolong selama pengerjaan tugas akhir skripsi ini.

**9. Ika Nurbayti S.Pd dan Muhammad Akbar Ghifari**


Terima kasih kepada Kak Ika dan Akbar yang selalu menjadi teman setia penulis me-review kegiatan teman-teman sekalian untuk menghibur penulis, yang selalu bersikap suportif dan positif kepada satu sama lain.

**10. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini.**

Demikian ungkapan terima kasih penulis kepada semua pihak yang telah membantu baik secara moril maupun materil. Semoga penelitian dapat bermanfaat baik secara praktis maupun teoretis.

Jakarta, 30 Agustus 2021

Penulis



**Dita Yulinda Putri**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DITA YULINDA PUTRI

NIM : 1161003180

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE TERKAIT *PERSONAL*  
*BRANDING* DAN KORUPSI KOMUNIKASI”**


Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Tangerang

Pada Tanggal : 25 Agustus 2021

Yang menyatakan,



**Dita Yulinda Putri**

**PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE TERKAIT *PERSONAL*  
*BRANDING* DAN KORUPSI KOMUNIKASI**

Dita Yulinda Putri

---

**ABSTRAK**

Setiap individu mempunyai persepsi ataupun pandangan tersendiri terhadap segala hal yang terjadi dalam kehidupannya mengenai pengalaman yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung terkait dengan apa yang dirasakan, dilihat, didengar dan kemudian menimbulkan suatu pemikiran tersendiri. Dari perbedaan persepsi itulah, yang menjadi salah satu penentu tindakan yang nantinya akan dilakukan oleh setiap individu tersebut untuk memenuhi berbagai kepentingan baik untuk diri sendiri maupun berbagai kepentingan lainnya termasuk *personal branding*. Setiap individu pada dasarnya secara tidak sadar telah melakukan *personal branding* untuk dirinya masing-masing, ingin menjadi seperti apa mereka dikenal ataupun dilihat dan untuk mendapat pengakuan dari individu-individu lainnya sesuai dengan tujuan individu dengan menggunakan berbagai macam cara termasuk salah satunya korupsi komunikasi. Penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif ini menggunakan metode riset pendekatan kausal untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa Universitas Bakrie berdasarkan *gender* terkait *personal branding* dan korupsi komunikasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa/I aktif Universitas Bakrie tahun akademik 2019/2020 dan hasil dari penelitian ini menunjukkan persepsi mahasiswa Universitas Bakrie terkait konsep *personal branding* dari Montoya & Vandehey (2008) yang paling menonjol pada aspek *You* dengan nilai 4.344 dan konsep Korupsi Komunikasi menurut Wijaya (2013) yang paling menonjol pada aspek (R) *Responsibility* dengan nilai 4.473, juga Tingkat koruptibilitas komunikasi mahasiswa Universitas Bakrie terkait *personal branding* menunjukkan nilai 3.116.

**Kata kunci:** persepsi, *personal branding*, korupsi komunikasi, koruptibilitas komunikasi, rumus korupsi komunikasi



**PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE TERKAIT *PERSONAL BRANDING* DAN KORUPSI KOMUNIKASI**

Dita Yulinda Putri

---

***ABSTRACT***

Each individual has his own perception or view of everything that happens in his life regarding experiences that occur directly or indirectly related to what is felt, seen, heard and then gives rise to a thought of its own. From that perception difference, it becomes one of the determinants of the actions that will be taken by each individual to fulfill various interests, both for himself and various other interests, including personal branding. Every individual basically unconsciously has done personal branding for themselves, wanting to be what they are known or seen and to get recognition from other individuals in accordance with individual goals by using various ways, including communication corruption. This quantitative research with descriptive analysis uses a causal approach research method to find out how the perceptions of Bakrie University students based on gender are related to personal branding and communication corruption. The sample used in this study were active students at Bakrie University in the 2019/2020 academic year and the results of this study showed the perceptions of Bakrie University students regarding the personal branding concept from Montoya & Vandehey (2008) which was most prominent in the You aspect with a value of 4,344 and the concept of Communication corruption according to Wijaya (2013) is most prominent in the aspect of (R) Responsibility with a value of 4,473, also the level of corruption in communication between Bakrie University students related to personal branding shows a value of 3,116.

**Keywords:** perception, personal branding, communication corruption, communication corruption, communication corruption formula

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR DIAGRAM .....	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Teoretis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	9
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran .....	16
2.2.1 Persepsi .....	16
2.2.2 Personal Branding .....	17
2.2.3 Korupsi Komunikasi .....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22

<b>BAB III : METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	24
3.1 Metode Penelitian .....	24
3.2 Populasi dan Sampling.....	24
3.2.1 Populasi.....	24
3.2.2 Sampling .....	26
3.2.3 Teknik Sampling .....	27
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.3.1 Sumber Data.....	28
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	36
3.5.1 Pengukuran .....	36
3.5.2 Analisis Deskriptif .....	37
3.6 Keterbatas Penelitian .....	37
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	38
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	38
4.1.1 Mahasiswa/I Aktif Universitas Bakrie.....	38
4.2 Hasil Penelitian .....	39
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	39
a. Karakteristik Responden .....	39
b. Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Personal Branding .....	43
c. Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Korupsi Komunikasi.....	47
4.3 Pembahasan.....	65
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	69
5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran .....	70
5.2.1 Saran Metodologis .....	70

5.2.2 Saran Praktis .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>

DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b>	Tinjauan Pustaka terkait Penelitian Sebelumnya.....	9
<b>Tabel 3.1</b>	Jumlah Mahasiswa/i aktif berdasarkan tahun angkatan di Universitas Bakrie pada tahun akademik 2019/2020.....	25
<b>Tabel 3.2</b>	Jumlah Mahasiswa/i aktif berdasarkan Program Studi di Universitas Bakrie pada tahun akademik 2019/2020.....	25
<b>Tabel 3.3</b>	Operasionalisasi Konsep.....	30
<b>Tabel 3.4</b>	Skala Diferensial Semantik.....	36
<b>Tabel 4.1</b>	Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi <i>You</i> .....	43
<b>Tabel 4.2</b>	Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi <i>Promise</i> .....	45
<b>Tabel 4.3</b>	Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi <i>Relationship</i> .....	46
<b>Tabel 4.4</b>	Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi <i>(N) Communication Needs</i> Indikator <i>Physical Needs</i> .....	48
<b>Tabel 4.5</b>	Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi <i>Communication Needs</i> Indikator <i>Identity Needs</i> .....	49
<b>Tabel 4.6</b>	Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi <i>Communication Needs</i> Indikator <i>Social Needs</i> .....	50
<b>Tabel 4.7</b>	Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi <i>Communication Needs</i> Indikator <i>Intrumental Goals</i> .....	51
<b>Tabel 4.8</b>	Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi <i>Power</i> Indikator Kekuasaan.....	52
<b>Tabel 4.9</b>	Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi <i>Power</i> Indikator Wewenang.....	54
<b>Tabel 4.10</b>	Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi <i>Opportunity</i> .....	56
<b>Tabel 4.11</b>	Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi <i>Conscience</i> .....	57

**Tabel 4.12** Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi *Audience Rights* .....60

**Tabel 4.13** Analisis Deskriptif Jawaban Pada Dimensi (R) *Moral Responsibility*.....61

**DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1.1</b>	Unsur sederhana komunikasi.....	2
<b>Gambar 1.2</b>	Adanya kebutuhan dan tujuan dalam berkomunikasi dapat menjadi salah satu penyebab penggunaan korupsi komunikasi.....	3
<b>Gambar 2.1</b>	Kerangka Pemikiran.....	23
<b>Gambar 4.1</b>	Kartu Tanda Mahasiswa.....	38

**DAFTAR DIAGRAM**

<b>Diagram 4.1</b>	Pertanyaan <i>Screening</i> Responden.....	40
<b>Diagram 4.2</b>	Jenis Kelamin Responden.....	41
<b>Diagram 4.3</b>	Program Studi Responden.....	42