

**POLA KORUPSI KOMUNIKASI MAHASISWA
DALAM UPAYA PERSONAL BRANDING DI MEDIA
SOSIAL UNTUK TUJUAN PROFESIONAL**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



Asri Annisa Nasution

1161003124

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

2020

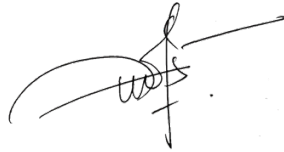
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil milik saya sendiri, dan semua sumber baik diikuti maupun dirujukan telah saya nyatakan benar.

Nama : Asri Annisa Nasution

Nim : 1161003124

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Asri Annisa Nasution', written over a faint grid background.

Tanggal : 20 September 2020


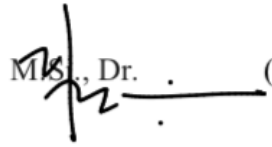

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Asri Annisa Nasution
NIM : 1161003124
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Pola Korupsi Komunikasi Mahasiswa dalam Upaya Personal Branding di Media Sosial Untuk Tujuan Profesional

Telah berhasil dipertaruhkan 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 : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si., Dr. ()
Penguji 1 : Aryo Subarkah, S.Sos., M.S., Dr. ()
Penguji 2 : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 10 September 2020

UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Korupsi Komunikasi dalam Upaya Personal Branding dalam Konteks Profesionalisme” ini dengan sebaik-baiknya dalam rangka mendapatkan gelar sarjana.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung agar terselesaikannya tugas akhir ini. Peneliti yakin apabila tidak ada dukungan dari pihak ini, maka tugas akhir tidak akan diselesaikan dengan tepat waktu, oleh karena itu diantaranya peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur tidak pernah terlepas dari setiap ucapan dan langkah peneliti yang dipanjatkan kepada Allah SWT dengan segala rahmat dan karunianya, peneliti dapat menyusun tugas akhir ini dengan sebaik mungkin.

2. Ayah, Mamah, Akbar, Kiya, Nenek, dan keluarga besar peneliti.

Kepada keluarga terdekat peneliti, terima kasih atas kasih sayang juga dukungan yang tiada henti untuk diberikan kepada penulis dalam menyusun tugas akhir ini dengan sebaik mungkin di waktu yang tepat pada waktunya. Karena orang-orang terdekat ini peneliti memiliki motivasi tinggi untuk menyelesaikan laporan magang ini secepatnya dan sebaik mungkin.

3. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan mengajarkan dengan tulus dari setiap mata kuliah. Terima kasih karena telah menjadi guru juga pembimbing terbaik di kampus, utamanya kepada Ibu Suharyanti selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Tanpa dukungan para dosen maka peneliti tidak akan menyelesaikan studi dengan baik dan tepat waktu. Doaku untuk semua dosen Universitas Bakrie utamanya Ilmu Komunikasi selalu sehat dan jangan berhenti terus menginspirasi mahasiswa.

4. Dr. Bambang Sukma Wijaya, S. Sos., M.Si.

Terima kasih kepada Pak Bambang selaku pembimbing dalam tugas akhir peneliti. Selalu membimbing dan tidak pernah bosan untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Serta selalu mengusahakan peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan cepat, dan memberikan semangat optimis bagi peneliti. Sehat selalu buat Bapak.

5. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2016

Utamanya Pao, Safira, Yuka yang sudah menjadi teman peneliti dari semester 1, menjalani suka dan duka perkuliahan. Juga Aldi, Nabil, Reza, Harry, Lena, Anggi, Fifi selalu memberikan hiburan dan semangat selama membuat skripsi ini. Juga teman-teman Poerna HMILKOM 2016 yang sampai saat ini masih menjaga tali persaudaraan. Tanpa kalian peneliti buta akan informasi kampus, tanpa kalian apalah kehidupan canda tawa dan garing yang ada di kampus. Terima kasih telah mengisi ruangan yang menyenangkan selama di kampus.

6. Informan Penelitian dan Pihak yang Terlibat

Kepada informan dan segala yang terlibat dalam penelitian, untuk kesediaannya menjadi informan pada penelitian ini dan bersedia untuk di wawancarai cukup lama. Juga Terima kasih untuk Ayu Permata Putri yang telah bersedia

Universitas Bakrie

membantu peneliti dalam memberi arahan penelitian. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang berperan penting dalam proses penyelesaian skripsi yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan yang telah diberikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca.

Jakarta, 3 Agustus 2020



Asri Annisa Nasution

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Asri Annisa Nasution
NIM : 1161003124
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-Fee Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pola Korupsi Komunikasi Mahasiswa dalam Upaya Personal Branding di Media Sosial Untuk Tujuan Profesional”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : Jakarta
Pada tanggal : 20 September 2020

Yang menyatakan,



Asri Annisa Nasution

**POLA KORUPSI KOMUNIKASI MAHASISWA DALAM UPAYA
PERSONAL BRANDING UNTUK TUJUAN PROFESIONAL**

Asri Annisa Nasution

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menemukan potensi, bentuk-bentuk, modus, korupsi komunikasi mahasiswa dalam upaya *personal branding* terkait kemampuan profesional diri mereka melalui media sosial, serta menyelidiki motif dan latar belakang di balik perilaku, pesan, media, dan konteks korupsi komunikasi mahasiswa melalui media sosial dalam kaitannya dengan *personal branding*. Metode dalam penelitian ini, studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini, media sosial dianggap sebagai media yang sangat dekat dengan para mahasiswa, dan media yang tepat digunakan sebagai alat membangun *personal branding* untuk menciptakan sebuah pesan dan kesan. Bentuk korupsi komunikasi yang dilakukan oleh mahasiswa dalam upaya *personal branding* dalam media sosial ada berbagai macam yang dapat dilihat dari beberapa dimensi. Serta dalam membangun *personal branding* melalui media sosial, para mahasiswa melakukan strategi kesan untuk menunjukkan kemampuan dan keterampilan dirinya. Penelitian ini hanya meneliti tentang korupsi komunikasi dalam segi *personal branding* mahasiswa. Dikarnakan korupsi komunikasi dapat terjadi dalam berbagai macam strategi *branding* dan kehidupan. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi acuan peneliti lain agar dapat dikembangkan pada penelitian berikutnya yang masih berkaitan dengan penelitian ini. Karna itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dalam konteks lainnya, seperti dalam *product branding* atau *corporate branding*.

Kata Kunci: Korupsi Komunikasi, *Personal Branding*, Kemampuan Profesional, Media Sosial, Instagram.

**POLA KORUPSI KOMUNIKASI MAHASISWA DALAM UPAYA
PERSONAL BRANDING UNTUK TUJUAN PROFESIONAL**

Asri Annisa Nasution

ABSTRACT

This study aims to discuss and discover the potential, forms, modes, corruption, student communication in personal branding efforts, which are professional, through social media, and facilitate the motives and backgrounds behind the relationships, messages, media and interactions of corruption. student communication through social media in conversation with personal branding. The method in this research is a case study with a qualitative approach. The results of this study, social media as a medium that is very close to students, and appropriate media to use as a tool to build personal branding to create a message and impression. There are various forms of communication corruption committed by students in an effort to personal branding on social media which can be seen from several dimensions. As well as in building personal branding through social media, students create strategies to use those abilities and skills. This research only studies about communication corruption in terms of student personal branding. Because communication corruption can occur in a variety of branding and life strategies. The researcher hopes that this research can become a reference for other researchers so that it can be developed in the next research related to this research. Therefore, further research is expected to examine in other contexts, such as in product branding or company branding.

Keywords: Communication Corruption, Personal Branding, Professional Capabilities, Social Media, Instagram.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN ORISINAL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMAKASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABLE	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	9
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran.....	18
2.2.1 Korupsi Komunikasi	18
2.2.2 Personal Branding	21
2.2.3 Etika Personal Branding.....	24
2.2.4 Keterampilan/ Kemampuan Profesional (<i>Professional Skill</i>)	24
2.2.5 Social Media Branding	27
2.3 Kerangka Pemikiran	29
BAB III KERANGKA PEMIKIRAN	31
3.1 Metode Penelitian	31
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	32

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.1 Sumber Data	33
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data Sekunder	36
3.4 Definisi Konseptual	36
3.5 Teknik Analisis Data	42
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	45
4.1.1 Instagram	45
4.1.2 Profil Informan	48
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Korupsi Komunikasi Mahasiswa dalam Upaya Personal Branding di Instagram	53
4.2.2 Personal Branding.....	61
4.2.3 Keterampilan dan Kemampuan Profesional	67
4.3 Pembahasan	71
4.3.1 Kebal Korupsi.....	71
4.3.2 Metode Korupsi	72
4.3.3 Strategi Pesan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	76
5.2.1 Saran Teoritis.....	76
5.2.2 Saran Metodologis	76
5.2.3 Saran Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77

DAFTAR GAMBAR

1.5 Info Grafik	2
1.6 Poster Webinar.....	3
1.7 Akun Social Media Mahasiswa	5
2.1 Kerangka Pemikiran	30
4.1 Logo Instagram.....	46
4.2 Profil SF	48
4.3 Profil AS	49
4.4 Profil DN	50
4.5 Profil SY	51
4.6 Foto Ibu Aprita Wina	52
4.7 Screenshot Konten Instagram SF.....	63
4.8 Screenshot Konten Instagram AS.....	64
4.9 Screenshot Konten Instagram AS (2)	65
4.10 Screenshot Konten Instagram DN	67
4.11 Screenshot Konten Instagram DN (2).....	67
4.12 Model korupsi.....	73

DAFTAR TABEL

2.1 Rangkuman Penelitian Sebelumnya	14
3.1 Definisi Konseptual	36