

**MAKNA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL LINKEDIN
DALAM MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* BAGI
PEKERJA LEPAS PT KISUN KREASI DIGITAL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh :

RIKA RAHMADINI

1151900025

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2022**

**MAKNA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL LINKEDIN
DALAM MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING*
BAGI PEKERJA LEPAS PT KISUN KREASI DIGITAL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-

1

Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

RIKA

RAHMADINI

1151900025

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rika Rahmadini

NPM : 1151900025

Judul : Makna Penggunaan Media Sosial LinkedIn Dalam Membangun
Personal Branding Bagi Pekerja Lepas PT Kisun Kreasi Digital

Surabaya, 23 Desember 2022

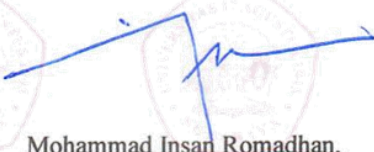
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus
1945 Surabaya


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120870103

Disetujui oleh,




Dosen Pembimbing


Mohammad Insan Romadhan,
S.I.Kom., M.Med.Kom.
NPP. 20150170741

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 23 Desember 2022.

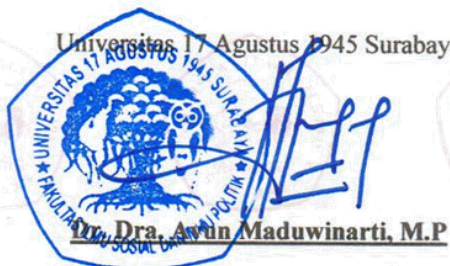
Dewan Penguji :

1. **Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.** ()
2. **Novan Andrianto, S.I.Kom, M.I.Kom** ()
3. **Drs. Jupriono, M.Si** ()

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rika Rahmadini
NPM : 1151900025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Makna Penggunaan Media Sosial LinkedIn Dalam Membangun *Personal Branding* Bagi Pekerja Lepas PT Kisun Kreasi Digital

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dewan penguji.

Surabaya, 23 Desember 2022

Yang Menyatakan,



Rika Rahmadini
NPM. 1151900025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rika Rahmadini
NPM : 1151900025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Makna Penggunaan Media Sosial LinkedIn Dalam
Membangun *Personal Branding* Bagi Pekerja
Lepas PT Kisun Kreasi Digital

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dewan penguji.

Surabaya, 23 Desember 2022

Yang Menyatakan,



Rika Rahmadini
NPM. 1151900025

ABSTRACT

RIKA RAHMADINI: *The Meaning of Using LinkedIn Social Media on Building Freelance Personal Branding in PT Kisun Kreasi Digital*

The internet as a new media that can be accessed anytime and anywhere is a development of information technology. This convenience affects activities in human life, activities that are usually carried out in the real world are applied to digital media, one of which is applying for a job. LinkedIn social media presents a profile that displays curriculum vitae (CV) data. As we know CV is a file intended to apply for a job. In order for recruiters to have an impression of a LinkedIn account, it is necessary to build personal branding on the LinkedIn profile. The way PT Kisun Kreasi Digital freelancers manage impressions uses impression management theory from Edward Jones, namely the strategies of ingratiation, exemplification, intimidation, supplication, and self-promotion. Through a qualitative approach that uses the phenomenological method to find out the meaning of using LinkedIn based on the experiences of the informants. Research subjects or informants were selected using purposive sampling by determining the criteria for selected informants, namely LinkedIn account owners Rizqi Pratama Ramadhani, Aris Nurcahyo, and M.Ali Shodikin. Test the validity of the data using triangulation techniques. Descriptive data analysis technique to describe in depth the use of LinkedIn social media related to the phenomenon of personal branding by freelancers based on their experiences. The results of the study show that impression management applied by freelancers can be done through LinkedIn social media account profiles. From these results the researchers suggest building a balanced personal branding with intention, effort, and consistency

Keywords: *LinkedIn Social Media, Personal Branding, Freelancers, Impression Management Theory*

ABSTRAK

RIKA RAHMADINI: Makna Penggunaan Media Sosial LinkedIn Dalam Membangun *Personal Branding* Bagi Pekerja Lepas PT Kisun Kreasi Digital

Internet sebagai *new media* yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun merupakan perkembangan dari teknologi informasi. Kemudahan ini mempengaruhi aktivitas dalam kehidupan manusia, kegiatan yang biasa dilakukan di dunia nyata diterapkan pada suatu media digital salah satunya adalah melamar pekerjaan. Media sosial LinkedIn menyajikan profil yang menampilkan data riwayat hidup atau *curriculum vitae* (CV). Seperti yang kita ketahui CV merupakan berkas yang diperuntukkan melamar pekerjaan. Agar rekruter memiliki kesan terhadap akun LinkedIn maka perlu membangun *personal branding* pada profil LinkedIn. Cara pekerja lepas PT Kisun Kreasi Digital mengelola kesan menggunakan teori pengelolaan kesan dari Edward Jones yaitu strategi *ingratiation, exemplification, intimidation, supplication, dan self-promotion*. Melalui pendekatan kualitatif yang menggunakan metode fenomenologi untuk menceritakan makna penggunaan LinkedIn berdasarkan pengalaman informan. Subjek penelitian atau informan dipilih menggunakan purposive sampling dengan menetapkan kriteria informan yang dipilih yaitu pemilik akun LinkedIn Rizqi Pratama Ramadhani, Aris Nurcahyo, dan M.Ali Shodikin. Uji keabsahan data yang menggunakan teknik triangulasi. Teknik Analisis data deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam penggunaan media sosial LinkedIn mengenai fenomena *personal branding* yang dilakukan pekerja lepas berdasarkan pengalamannya. Hasil penelitian menunjukkan pengelolaan kesan yang diterapkan oleh pekerja lepas dapat dilakukan melalui profil akun media sosial LinkedIn. Dari hasil tersebut peneliti menyarankan dalam membangun *personal branding* diimbangi dengan niat, usaha, dan konsisten.

Kata Kunci: Media Sosial LinkedIn, *Personal Branding*, Pekerja Lepas, Teori Manajemen Kesan

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa telah melimpahkan Rahmat-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “MAKNA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL LINKEDIN DALAM MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* BAGI PEKERJA LEPAS PT KISUN KREASI DIGITAL”. Peneliti menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku kepala prodi Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan, dan masukan.
4. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing kedua meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan masukannya.
5. Kedua orangtua Bapak Slamet dan Ibu Ngatmini, keluarga peneliti Kakak Taye yang memberikan dukungan dan doa. Tak lupa atasan kerja Bu Nisa yang memberikan dorongan dan motivasi.
6. Teman hidup Rizqi Pratama Ramadhani yang telah meluangkan waktu untuk memberikan dukungan, masukan, dan tempat berkeluh kesah.
7. Teman seperjuangan yang sudah banyak membantu, berbagi informasi, tempat berkeluh kesah dan sudah menghibur selama perkuliahan. Sella, Putri, Junior, Tannesia, Teguh, Brilliant, Aldino, Dandi, dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan.

8. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhir kata, harapan penulis semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi berbagai pihak. Amin.

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	II
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	III
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	II
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	V
ABSTRACT	VI
ABSTRAK.....	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB 1	18
PENDAHULUAN	18
1.1 Latar Belakang Masalah	18
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB 2.....	13
KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Teori Pengelolaan Kesan (<i>Impression Management Theory</i>) ...	20
2.3 Kerangka Kousep	25
2.3.1 Penggunaan Media Sosial LinkedIn.....	25
2.3.2 Pembentukan <i>Personal Branding</i>	28
2.3.3 <i>Personal Branding</i> bagi Pekerja Lepas.....	29
2.4 Kerangka Dasar Penelitian.....	31
BAB 3.....	33
METODE PENELITIAN	33
3.1 Pendekatan Penelitian	33
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	37

3.3.1 Subjek Penelitian.....	37
3.3.2 Objek Penelitian.....	38
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.4.1 Jenis Data	38
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Data	41
3.6 Keabsahan Data	42
BAB 4	43
HASIL PENELITIAN	43
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	43
4.1.1 Pekerja Lepas	43
4.1.2 Bekerja Secara Remote	44
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	46
4.2.1 Pengalaman Aris Membangun <i>Personal Branding</i>	47
4.2.2 Pengalaman Rizqi Membangun <i>Personal Branding</i>	56
4.2.3 Pengalaman Ali Membangun <i>Personal Branding</i>	66
BAB 5	73
KESIMPULAN	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Akun LinkedIn Berdasarkan Usia.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1. Kriteria Informan.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Informasi Lowongan Kerja Di LinkedIn	4
Gambar 2.1 Penerapan Bingkai Profil LinkedIn.....	27
Gambar 2.2 Survey Pekerja Lepas	30
Gambar 2.3 Kerangka Dasar Penelitian	31
Gambar 3.3 Teknik Triangulasi.....	42
Gambar 4.1 Postingan Yang Disukai Di Akun LinkedIn Aris.....	48
Gambar 4.2 Minat Di Akun LinkedIn Aris.....	49
Gambar 4.3 Filter Pencarian Di Akun LinkedIn.....	51
Gambar 4.4 Fitur Keahlian Di Akun LinkedIn	53
Gambar 4.5 Fitur Pesan Di Akun LinkedIn.....	55
Gambar 4.6 Profil Pengguna Di Akun LinkedIn Aris.....	56
Gambar 4.8 Keahlian Di Akun LinkedIn Rizqi.....	60
Gambar 4.9 Posting Konten Di Akun LinkedIn Rizqi	61
Gambar 4.10 Aktivitas Di Akun LinkedIn Rizqi	62
Gambar 4.11 Komentar Aktivitas Di Akun LinkedIn Rizqi	63
Gambar 4.12 Rekomendasi Di Akun LinkedIn Rizqi	65
Gambar 4.13 Lisensi Dan Sertifikasi Di Akun LinkedIn Ali.....	69
Gambar 4.14 Lisensi Dan Sertifikasi Di Akun LinkedIn Ali.....	70
Gambar 4.15 Pengalaman Di Akun LinkedIn Ali	71

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : PERINTAH REVISI PENGUJI 1	79
LAMPIRAN 2 : PERINTAH REVISI PENGUJI 2	80
LAMPIRAN 3 : PERINTAH REVISI PENGUJI 3	81
LAMPIRAN 4 : TURNITIN	82
LAMPIRAN 5 : PANDUAN WAWANCARA PENELITIAN	83
LAMPIRAN 6 : DOKUMENTASI SAAT WAWANCARA	85
LAMPIRAN 7 : LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI	86
LAMPIRAN 8 : TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN ARIS	88
LAMPIRAN 9 : TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN RIZQI.....	93
LAMPIRAN 10 : TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN ALI	100