

**PENGARUH PENGGUNAAN *INSTAGRAM* DALAM MEMBANGUN
PERSONAL BRANDING DI KALANGAN MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI ANGKATAN 2021-2024 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh :

NURIYAH ULFA KAROMAH

NIM : 21240947

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

**PENGARUH PENGGUNAAN *INSTAGRAM* DALAM MEMBANGUN
PERSONAL BRANDING DI KALANGAN MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI ANGKATAN 2021-2024 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial Dan
Ilmu Politik Di Jurusan
Ilmu Komunikasi

Oleh :

★ NURIYAH ULFA KAROMAH ★

NIM : 21240947

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN LOGO



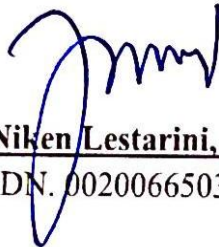
HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Nuriyah Ulfa Karomah / 21240947 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

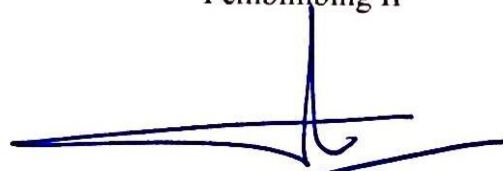
Ponorogo, 26 Juni 2025

Pembimbing I



Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN. 0020066503

Pembimbing II



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom
NIDN. 0728018304

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Nuriyah Ulfa Karomah / 21240947 ini,

Telah dipertahankan didepan penguji pada

Hari : Jum'at

Tanggal : 11 Juli 2025

Pukul : 08.45-09.45

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D

NIDN. 0725038605

Penguji II



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom

NIDN. 0728018304

Penguji III



Dra. Niken Lestari, M.Si

NIDN. 0020066503

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Robby Darwis Nasution, M.A

NIK. 19860228 202109 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Nuriyah Ulfa Karomah

Alamat : RT 02 RW 04 Dkh Dasun, Ds. Bangnrejo, Kec. Sukorejo, Kab.
Ponorogo

NIM : 21240947

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH PENGGUNAAN *INSTAGRAM* DALAM MEMBANGUN
PERSONAL BRANDING DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
ANGKATAN 2021-2024 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya
sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan
seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan
sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang
memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi
kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya buat secara benar dengan penuh tanggung jawab
dan integritas.

Ponorogo, 26 Juni 2025

Yang menyatakan

(Nuriyah Ulfa Karomah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul "PENGARUH PENGGUNAAN *INSTAGRAM* DALAM MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* DI KALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2021-2024 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO" sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Robby Darwis Nasution, S.IP., M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Dra. Niken Lestarini, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing dan memberikan arahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf akademik di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang telah memberikan ilmu serta dukungan selama masa perkuliahan.

5. Kedua orang tua dan keluarga tercinta atas kasih sayang, doa, serta dukungan moril maupun materil yang tidak pernah henti.
6. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 26 Juni 2025



Nuriyah Uha Karomah

MOTTO

“Percaya pada potensi diri sendiri, bahkan jika orang lain belum melihatnya”

(Kim Namjoon BTS)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh perjuangan dan kesabaran. Dengan penuh rasa syukur, keikhlasan, dan kerendahan hati, karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT

Allah SWT Yang Maha Esa, atas segala limpahan nikmat, kesehatan, serta petunjuk-Nya yang tiada henti, yang selalu mengiringi setiap langkah dan usaha saya.

2. Kedua Orang Tua Tercinta

Bapak dan Ibu yang selalu memberikan doa, dukungan, setiap tetes keringat serta pengorbanan yang tak pernah terhitung, materi, dan kasih sayang yang tak ternilai selama ini. Tiada kata yang mampu membalas semua kebaikan kalian, semoga Allah SWT selalu menjaga dan memberkahi kalian.

3. Dosen Pembimbing dan Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Terimakasih kepada Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu, bimbingan, pengalaman berharga dan arahan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

4. Teman-Teman Seperjuangan Dan Sahabat Terbaik

Kepada teman-teman dan sahabatku yang selalu menjadi sumber semangat, motivasi, inspirasi dalam setiap langkah dan dukungannya selama ini. Bersama kalian setiap lelah terasa lebih ringan dan setiap proses menjadi lebih bermakna.

5. Untuk Diriku Sendiri

Terimakasih atas segala perjuangan, rasa sabar, dan kerja keras yang telah dilalui hingga titik ini, melalui rasa lelah, ragu, dan semua keterbatasan. Semoga pencapaian ini menjadi langkah awal untuk menuju impian yang lebih besar.

6. Untuk Almamater Tercinta

Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Semoga karya kecil ini dapat menjadi sumbangsih ilmu yang bermanfaat dan dapat menjadi awal dari kontribusi positif di dunia akademik maupun profesional serta memberikan inspirasi bagi generasi berikutnya.

Tidak ada keberhasilan tanpa doa, tidak ada pencapaian tanpa usaha, dan tidak ada hasil tanpa izin Allah SWT. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun bagi siapa pun yang membaca dan membutuhkan.

Dengan penuh rasa syukur

Nuriyah Ulfa Karomah

ABSTRAK

**PENGARUH PENGGUNAAN *INSTAGRAM* DALAM MEMBANGUN
PERSONAL BRANDING DI KALANGAN MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI ANGKATAN 2021-2024 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMU POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
NURIYAH ULFA KAROMAH
21240947**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan *Instagram* dalam membangun *personal branding* di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021-2024 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Di era digital saat ini, media sosial menjadi alat penting dalam membangun citra diri, salah satunya melalui platform *Instagram* yang banyak digunakan oleh generasi muda. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarakan kepada 40 responden dari total populasi sebanyak 411 mahasiswa. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah penggunaan *Instagram* yang diukur berdasarkan indikator kognitif, afektif, dan sosial. Sedangkan variabel *dependent* adalah membangun *personal branding* yang diukur melalui indikator mengekspresikan kepribadian dan nilai diri, konsistensi citra diri, kompetensi dan keahlian untuk validasi sosial, serta visibilitas dan eksistensi diri. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan *Instagram* dalam membangun *personal branding* di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021-2024 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dengan demikian, penggunaan *Instagram* yang tepat dapat menjadi strategi efektif dalam membangun citra diri yang positif di lingkungan akademik maupun profesional.

Kata Kunci: *Instagram*, *Personal Branding*, Mahasiswa, Ilmu Komunikasi, Media Sosial.

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF INSTAGRAM USAGE IN BUILDING PERSONAL
BRANDING AMONG COMMUNICATION SCIENCE STUDENTS OF THE
2021-2024 BATCH, FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES,
MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF PONOROGO
NURIYAH ULFA KAROMAH
21240947***

This research aims to determine the extent of the influence of Instagram usage in building personal branding among Communication Science students of the 2021-2024 batch, Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah University of Ponorogo. In today's digital era, social media has become an essential tool for building self-image, one of which is through Instagram, a platform widely used by young people. This study employs a quantitative method with data collection techniques in the form of questionnaires distributed to 40 respondents from a total population of 411 students. The independent variable in this research is Instagram usage, measured by cognitive, affective, and social indicators. Meanwhile, the dependent variable is building personal branding, measured through indicators such as expressing personality and personal values, consistency of self-image, competence and skills for social validation, as well as visibility and self-existence. The data were analyzed using validity tests, reliability tests, and simple linear regression analysis. The results of the study indicate a significant influence between Instagram usage and building personal branding among Communication Science students of the 2021-2024 batch, Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah University of Ponorogo. Thus, proper use of Instagram can be an effective strategy for building a positive self-image both in academic and professional environments.

Keywords: Instagram, Personal Branding, Students, Communication Science, Social Media.

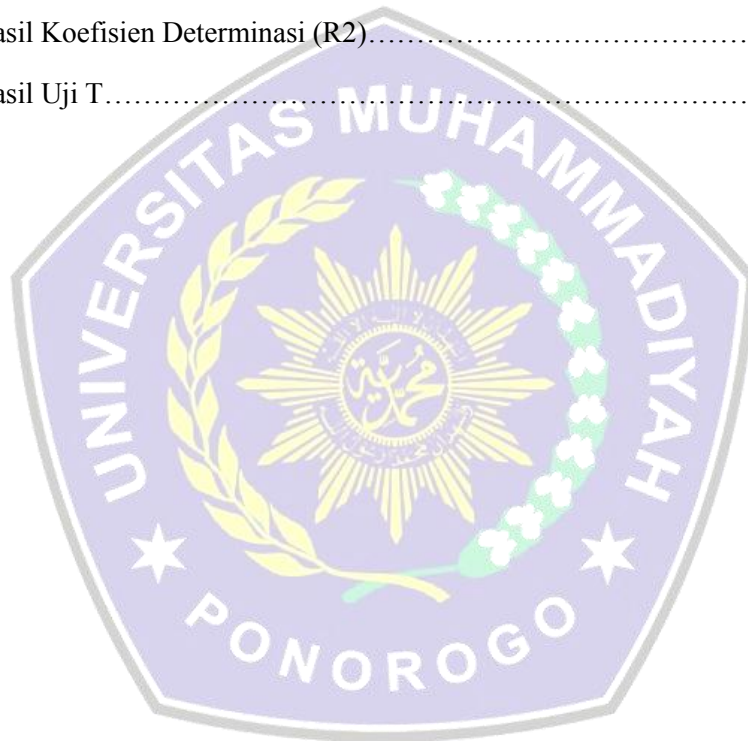
DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Penggunaan <i>Instagram</i> (X).....	11
1. Definisi Penggunaan	11
2. Definisi <i>Instagram</i>	13
B. Membangun <i>Personal Branding</i> (Y)	20
1. Definisi Membangun	20
2. Definisi <i>Personal Branding</i>	22
C. Hubungan Penggunaan <i>Instagram</i> dalam Membangun <i>Personal Branding</i>	25
D. Definisi Operasional	29
1. Penggunaan <i>Instagram</i>	29
2. Membangun <i>Personal Branding</i>	29
E. Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Tempat dan Waktu.....	31
1. Tempat Penelitian.....	31
2. Waktu Penelitian	31
B. Jenis Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel	32
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
1. Variabel <i>independent</i> (X)	35
2. Variabel <i>dependent</i> (Y)	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Teknik dan Instrumen Untuk Mengumpulkan Data.....	36
G. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
H. Teknik Analisis Data	40
I. Hipotesis Statistik	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum.....	45
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	50
1. Karakteristik Responde	50
2. Data Jawaban Responden.....	51
3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	55
4. Uji Hipotesis	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	37
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4.2 Tahun Angkatan Responden.....	51
Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Tentang Penggunaan <i>Instagram</i> (X).....	53
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Tentang Membangun <i>Personal Branding</i> (Y).....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	57
Tabel 4.7 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji T.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Most Used Social Media Platforms in Indonesia</i>	3
Gambar 1.2	<i>Instagram Users in Indonesia</i>	4
Gambar 3.1	Contoh Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho.....	42
Gambar 4.1	Daerah Penentuan Ho.....	60

