



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Peran Self Improvement terhadap Personal Branding Mahasiswa di Media Sosial LinkedIn
ANGELITA FORTUNA P S, Wahyu Jati Anggoro, S.Psi., M.A
Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Peran Self Improvement terhadap Personal Branding Mahasiswa di Media Sosial LinkedIn

Angelita Fortuna Putri Sunaryo¹, Wahyu Jati Anggoro²

^{1,2} Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

Jalan Sosio Humaniora 1, Bulaksumur, Yogyakarta 55281, Tel. (0274) 550435

e-mail: ¹angelita.f@mail.ugm.ac.id, ²wjanggoro@ugm.ac.id

Abstract

Personal branding is an important issue that is now being considered by many people, especially college students. LinkedIn is one of the most popular social media that used for personal branding by promoting skills or abilities to get a professional identity and the desired career. The successful personal branding can be formed through personal growth or known as self-improvement. This study aims to determine the role of self improvement towards personal branding in college student using LinkedIn. The research participants consisted of 200 active undergraduate students aged 18-23 years old and actively using LinkedIn. The method used in this research is a quantitative method by distributing online questionnaires. There were two scales used in this study, namely Personal Growth Initiative Scale-II (PGIS-II) and Personal Branding scale. Data were analyzed using simple linear regression technique. The results obtained showed $r = 0.201$ with level significance is 0.004 ($p < 0.01$) which means that self improvement plays significance role on personal branding, with effective contribution of 4%.

Keywords: personal branding, self improvement, personal growth, LinkedIn

Abstrak

Personal branding menjadi isu penting yang kini diperhatikan oleh banyak orang tak terkecuali bagi mahasiswa. LinkedIn menjadi salah satu media terpopuler dalam melakukan personal branding dengan mempromosikan diri atas keahlian atau pencapaian yang dimiliki untuk membangun citra profesional serta mendapatkan karir yang diinginkan. Pembentukan personal branding yang sukses dapat diwujudkan melalui pengembangan diri atau self improvement, yang juga dikenal sebagai personal growth. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran self improvement terhadap personal branding mahasiswa di media sosial LinkedIn. Partisipan penelitian terdiri dari 200 mahasiswa aktif S1 Perguruan Tinggi yang berusia 18-23 tahun dan aktif menggunakan media sosial LinkedIn. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara daring. Terdapat dua skala yang digunakan yaitu skala Personal Growth Initiative Scale-II (PGIS-II) dan skala Personal Branding. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan $r = 0,201$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,004 ($p < 0,01$) yang berarti bahwa self improvement berperan signifikan terhadap personal branding, dengan sumbangan efektif sebesar 4%.

Kata Kunci: personal branding, pengembangan diri, personal growth, LinkedIn