

Branding Diri di Era Digital: Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU Dalam Menciptakan Identitas Profesional

Bella Yulisda Lubis¹, Jasmine Fazira Lubis², Ardimas Zain Ns Zalukhu³, Dienaya Rahesya Nasution⁴, Zulia Fitri Ritonga⁵, Nursapia Harahap⁶

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

e-mail: bellayls05@gmail.com

Corresponding author: bellayls05@gmail.com

ABSTRAK

Informasi Artikel:

Terima: 24-12-2024

Revisi: 30-12-2024

Disetujui: 01-01-2025

Dalam era digital yang terus berkembang, mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU mulai memanfaatkan platform media sosial, khususnya Instagram untuk membangun identitas profesional mereka. Penelitian ini berfokus pada strategi pemanfaatan konten media sosial Instagram oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana mereka menyusun strategi branding diri melalui konten yang mereka unggah. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan beberapa responden dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat strategi, manfaat dan hambatan yang dialami oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi mahasiswa lainnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat branding diri yang efektif untuk memasuki dunia profesional di masa depan.

Kata kunci: *Branding diri, Media sosial, Identitas Profesional*

ABSTRACT

In the digital era that continues to develop, Communication Science students at UIN SU are starting to use social media platforms, especially Instagram to build their professional identity. This research focuses on the strategy of utilizing Instagram social media content by UIN SU Communication Science students. The purpose of this study is to describe how they develop a self-branding strategy through the content they upload. Using a descriptive qualitative approach, this study collected data through in-depth interviews with several respondents and literature studies. The results of the study show that there are strategies, benefits and obstacles experienced by UIN SU Communication Science students. This research is expected to provide insight for other students in utilizing social media as an effective self-branding tool to enter the professional world in the future.

Keywords: *Self-branding, Social Media, Professional Identity*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat di era digital saat ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara individu membangun dan menampilkan citra diri mereka kepada publik. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi salah satu platform utama bagi individu dari berbagai kalangan untuk berbagi konten, gagasan, dan pengalaman, menjalin relasi serta menyampaikan pesan dengan cara yang lebih personal dan visual. Bagi mahasiswa, terutama yang mengambil jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Instagram bukan hanya sekadar aplikasi untuk berinteraksi dan bersosialisasi, tetapi juga merupakan alat strategis untuk membangun dan memperkuat identitas profesional mereka. Sejalan dengan penelitian Muhammad, La Ode dan Sitti bahwa seiring perkembangan, Instagram digunakan sebagai media aktualisasi diri yang dimana melalui Instagram kepribadian seseorang dapat dinilai melalui apa yang diunggahnya. Instagram sebagai media aktualisasi diri tentunya akan membentuk citra atau identitas yang diinginkan (Restusari & Farida, 2019).

Branding diri atau *personal branding* merupakan proses di mana individu berusaha untuk mempromosikan diri mereka dengan cara menciptakan citra positif yang diharapkan dapat diterima dan dihargai. *Personal branding* merupakan proses yang melibatkan pengembangan keterampilan, kepribadian dan karakter seseorang dengan ciri khas yang dimiliki, sehingga membentuk sebuah identitas (Agustinna, Purnama, & Abdurrahman, 2017). Dalam dunia yang semakin kompetitif ini, memiliki branding diri yang kuat sangat penting, terutama bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang akan memasuki industri yang sangat mengedepankan aspek komunikasi dan citra publik. Sebagai generasi muda yang terpapar dengan informasi digital secara terus-menerus, mahasiswa sangat disarankan untuk memikirkan dan merancang strategi pengelolaan konten dengan cermat di akun media sosial mereka, sehingga dapat menarik perhatian audiens dan merepresentasikan diri mereka secara positif.

Instagram, sebagai platform yang sangat visual, memberikan kesempatan unik bagi pengguna untuk menampilkan diri mereka melalui gambar dan video yang menarik. Instagram adalah media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto, membuat *feed*, mengunggah *Instastory*, menggunakan filter pada foto, serta memiliki fitur *like* dan *followers* yang dapat mempengaruhi cara orang memandang diri sendiri (Setiawan & Audie, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan dan strategi yang digunakan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara dalam membangun branding diri mereka di Instagram. Penelitian ini akan mendeskripsikan faktor-faktor seperti cara membuat konten, hambatan serta dampak penggunaan Instagram dalam menciptakan identitas profesional.

Selanjutnya, penelitian ini juga akan membahas bagaimana manfaat konten yang diunggah dapat menciptakan identitas profesional mahasiswa. Mengingat dunia yang semakin digital

dan terhubung, memiliki citra profesional di media sosial menjadi suatu keharusan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang berharga bagi mahasiswa lain serta pihak-pihak terkait yang ingin memahami lebih dalam mengenai proses branding diri di era digital. Penelitian ini relevan tidak hanya untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi, tapi juga untuk seluruh generasi muda yang berencana memasuki dunia kerja, di mana citra dan kemampuan untuk menampilkan diri dengan baik menjadi salah satu kunci keberhasilan.

Terakhir, dengan lanskap informasi yang terus berubah dan transformasi sosial yang cepat, membangun citra yang baik dan profesional di dunia maya tidak hanya sekadar pilihan, tetapi menjadi kebutuhan yang tak terhindarkan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan panduan yang praktis bagi mahasiswa dalam mengoptimalkan media sosial sebagai alat untuk membangun dan memperkuat identitas profesional mereka. Dengan langkah yang tepat dalam membentuk branding diri, mahasiswa dapat mempersiapkan diri lebih baik untuk menghadapi tuntutan dan dinamika pasar kerja di masa depan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan sebuah penelitian yang memiliki tujuan untuk menjabarkan suatu fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual (Sugiyono, 2011). Menurut Babbie bahwa pendekatan deskriptif merupakan kegiatan pengamatan oleh peneliti yang kemudian peneliti akan mendeskripsikan hasil yang telah diamatinya (Shinta & Putri, 2021). Pada penelitian ini, peneliti akan mendeskripsikan dan menggambarkan bagaimana identitas profesional akan tercipta melalui konten media sosial Instagram.

Dalam penelitian ini penentuan informan dilakukan dengan memanfaatkan teknik purposive sampling, dimana pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan yang sesuai terhadap kriteria yang diinginkan, sehingga memungkinkan peneliti untuk menetapkan jumlah sampel yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang berjumlah empat orang. Kombinasi jawaban dari empat informan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai pengalaman serta sudut pandang, sehingga dapat memudahkan peneliti dalam proses penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan wawancara sebagai sumber data primer yang merupakan sumber data pokok. Dan menggunakan kajian pustaka melalui buku, artikel dan lainnya sebagai sumber data sekunder yang merupakan data penunjang dalam penelitian ini. Penelitian ini juga menggunakan penyajian data yang bersifat naratif dengan menyajikan data dalam bentuk uraian singkat dengan pemahaman hal apa yang terjadi, serta hal yang telah dipahami menjadi rencana penelitian selanjutnya. Penarikan

kesimpulan serta verifikasi yang dilakukan setelah dari lapangan yang menjadi temuan baru yang disajikan berdasarkan deskripsi ataupun gambaran menjadi jelas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU dalam Menciptakan Identitas Profesional di Media Sosial Instagram

Seseorang harus memahami strategi personal *branding* yang tepat agar mendapatkan *branding* yang baik. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Muhammad Fadhol Tamimy yang menyatakan bahwa karakter individu dapat terlihat dari media sosial yang mereka miliki. Oleh karena itu, penting bagi seseorang untuk menampilkan aspek-aspek positif agar memperoleh kesan positif dari publik (Yusanda, Darmastuti, & Huwae, 2021).

Teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Goffman menjelaskan bahwa interaksi sosial dipandang seperti sebuah pertunjukan teater di atas panggung (Suneki & Haryono, 2012). Pada tulisan ini, yang menjadi aktor adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UIN SU dan Instagram sebagai media sosial yang menjadi panggung teater. Dari sinilah mereka dapat berperilaku sesuai dengan apa yang mereka inginkan di Instagram. Mereka dapat mengunggah konten apapun pada akun Instagram mereka untuk melakukan *branding diri*. Dalam menciptakan identitas profesional di Instagram para informan dapat mengunggah konten yang menarik dan sesuai dengan minat mereka. Seperti yang dikatakan oleh informan NFS:

"Dalam membangun personal branding dan identitas profesional saya menggunakan Instagram dengan cara mengupload konten yang sesuai dengan minat saya dan sesuai dengan citra atau reputasi seperti apa yang ingin saya bangun. Dalam membuat konten saya pun harus totalitas dalam hal pengeditan serta membuat konten menarik agar pesan yang ingin saya sampaikan bisa tersampaikan dengan baik."

Disisi lain, informan PAD menggunakan Instagram dengan fokus pada konten yang relevan dengan bidangnya.

"Saya menggunakan Instagram sebagai portofolio visual saya untuk menampilkan karya, pencapaian serta keahlian saya. Saya fokus pada konten yang relevan dengan bidang saya. Dengan mengunggah konten yang berisikan hasil pekerjaan atau aktivitas saya guna memperlihatkan kompetensi saya. Cara saya mengemas konten saya yaitu dengan fokus pada kualitas visual yang baik, caption yang informatif dan bernilai serta penggunaan desain yang konsisten."

Dalam menciptakan identitas profesional di media sosial khususnya Instagram, seseorang memang sudah seharusnya untuk menampilkan semua kegiatan yang memiliki potensi dan

membawa pengaruh terhadap dunia profesionalnya. Seperti hal yang dilakukan informan DF akan mengunggah sebuah konten saat sedang melakukan kegiatan.

"Cara saya menggunakan Instagram untuk menciptakan identitas profesional yaitu dari unggahan feed atau story ketika saya sedang bekerja, internship, kegiatan volunteer atau sedang melakukan kegiatan positif lainnya. Nah, untuk konten itu sendiri biasanya saya membuat beberapa reels atau story yang sudah diedit. Selain itu juga saya memperhatikan pemilihan font dan tata letak tulisan yang menurut saya mempengaruhi estetika pada story Instagram itu sendiri."

Informan AY menggunakan Instagram dengan mengunggah video ataupun foto yang menarik sebagai strateginya untuk menunjukkan identitas profesional dirinya.

"Untuk menunjukkan identitas profesional saya tentunya menggunakan cara dengan memposting video atau foto dengan semenarik mungkin dan tentunya dengan cara sering aktif di media sosial tersebut. Dalam pembuatan video atau foto tersebut saya menggunakan hastag yang relevan. Saya juga memposting secara teratur dengan tema dan gaya yang konsisten."

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan informan bahwa terdapat strategi yang digunakan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UIN SU dalam menciptakan identitas profesional di media sosial Instagram. Strategi utama dalam menggunakan Instagram untuk menciptakan identitas profesional bagi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UIN SU yaitu dengan membuat dan mengunggah konten di akun mereka. Konten yang dibuat dan diunggah tentunya merupakan konten yang menarik dan sesuai dengan minat serta citra yang mereka harapkan. Konten yang mereka buat juga bermacam bentuk, yaitu mulai dari konten *story*, *feed*, *reels* dan sebagainya yang berpotensi untuk diakses oleh publik dalam menciptakan identitas profesional mereka.

Dalam menciptakan identitas profesional di media sosial Instagram, para informan membuat atau mengemas konten dengan totalitas. Para informan sangat memperhatikan aspek pendukung konten agar dapat menghasilkan konten yang menarik. Para informan juga membuat konten dengan sebaik mungkin agar citra baik dan identitas profesional dapat dipresentasikan kepada publik sesuai dengan apa yang diharapkan.

Manfaat Konten Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU Dalam Menciptakan Identitas Profesional

Media sosial khususnya Instagram, menjadi alat yang efektif untuk membagikan kegiatan dan membangun citra positif. Keterlibatan dalam berbagai kegiatan positif dan pekerjaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap cara orang lain memandangnya. Hal ini juga menunjukkan bahwa kehadiran aktif di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai identitas diri yang dapat memengaruhi persepsi orang lain terhadap kemampuan dan nilai individu. Seperti yang dikatakan informan DF dalam wawancara, yaitu:

"Dari konten yang saya unggah di Intagram, beberapa teman dan orang di lingkungan saya menganggap bahwa saya orang yang aktif karena saya mengikuti banyak kegiatan positif dan juga bekerja."

Media sosial memberikan kesempatan bagi seseorang untuk membuat dan membagikan konten yang mencerminkan nilai, keahlian, dan kepribadian mereka. Dengan rutin memposting konten yang relevan dan menarik, seseorang bidang meningkatkan visibilitas di platform media sosial dan membuat diri mereka dikenal orang lain. Dengan aktif berinteraksi di media sosial, seseorang dapat memperluas jaringan dan mendapatkan peluang baru. Melalui konten yang berkualitas dan informatif, seseorang juga dapat memperoleh reputasi sebagai ahli dalam bidang tertentu (Wulansari, Afcarina, Zahrafani, & Afifah, 2024). AY menyampaikan bahwa:

"Manfaat yang dihasilkan dari konten Instagram saya buat tentunya meningkatkan pengaruh dan peluang bagi saya dan reputasi saya. Sesuai dengan minat saya, konten yang saya buat berpotensi dalam mendorong saya menjadi influencer. Selain ini juga dari konten yang telah saya buat dapat meningkatkan rasa percaya diri saya."

Informan NFS berpendapat bahwa:

"Saya melihat potensi dan peluang yang besar dari konten yang membangun identitas saya. Saya kerap mendapatkan kesempatan baru baik dalam pekerjaan maupun tawaran lainnya. Melalui konten saya juga berpotensi dalam membangun kepercayaan dan persepsi positif orang lain terhadap diri saya."

Informan PAD juga berpendapat bahwa:

"Konten Instagram yang saya buat menghasilkan manfaat yang besar. Melalui branding tersebut saya berpeluang untuk mendapatkan networking ataupun mendapatkan kerjasama serta kesempatan kerja. Karena melalui konten Instagram yang saya buat dapat memperkuat citra diri saya" (wawancara dengan PAD).

Berdasarkan wawancara dengan keempat informan diatas, terdapat manfaat dari konten yang mereka buat pada media sosial Instagram dalam menciptakan identitas profesional mereka. Kita juga dapat mengetahui bahwa konten yang dibuat dan diunggah pada Instagram tidak semata-mata hanya untuk menampilkan eksistensi diri tetapi juga dapat menciptakan reputasi, relasi dan manfaat lainnya.

Hambatan Penggunaan Instagram dalam Menciptakan Identitas Profesional

Dalam penggunaan teknologi khususnya media sosial seperti Instagram tentunya masih terdapat beberapa hambatan atau kendala yang dialami oleh penggunanya. Hambatan tersebut bisa dari diri pengguna, wawasan, pengalaman serta pengetahuan pengguna maupun dari Instagram itu sendiri. Tetapi beberapa pengguna yang sudah menguasai

media sosial Instagram tentunya tidak menganggap hambatan tersebut, seperti yang dikatakan informan DF:

"Menurut saya tidak ada hambatan ketika menggunakan Instagram sebagai media publikasi profesional diri kita."

Disisi lain, yang menjadi hambatan tidak hanya dari diri pengguna ataupun media sosial Instagram saja tetapi juga dapat berasal dari pengguna lain. Seperti yang dialami oleh informan PAD bahwa persaingan dengan pengguna Instagram lain yang juga sedang membranding diri termasuk hambatan baginya dalam menciptakan identitas profesional.

"Beberapa hambatan yang pernah terjadi saat menggunakan Instagram dalam menciptakan Identitas profesional yaitu sulitnya menjaga konsistensi dalam membuat konten, keterbatasan algoritma yang membatasi jangkauan konten yang dibuat, dan tentunya persaingan dengan pengguna Instagram lain yang juga sedang membranding diri. Jika dalam pembuatan konten, kendala yang sering saya hadapi adalah keterbatasan ide, penentuan waktu dalam membuat konten serta kebutuhan akan peralatan atau tools tambahan seperti desain atau editing video."

Hambatan dari diri sendiri bisa dari segi waktu yang dimiliki untuk membuat konten dan kurangnya kepercayaan diri pada konten yang telah diunggah. Dari segi Instagram tidak jarang terjadinya *bug* yang tentunya menghambat kinerja pengguna untuk membuat dan mengunggah konten. AY mengatakan bahwa:

"Keterbatasan waktu untuk membuat konten, aplikasi Instagram saya juga sering mengalami bug. Dari konten sendiri, saya kurang konsisten dalam membuatnya. Saya juga sesekali merasa tidak percaya diri pada konten yang akan saya unggah karena tidak siap dengan komentar yang kontra terhadap tema konten yang saya buat."

Sejalan dengan itu, infroman NFS juga mengalami hambatan dari dirinya sendiri.

"Hambatan yang saya alami biasanya berasal dari diri saya sendiri yang selalu merasa takut saat akan mengunggah sesuatu, bahkan takut akan tanggapan orang lain. Dari segi konten, yang menjadi hambatan bagi saya yaitu mencari ide konten."

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijabarkan diatas, informan mengalami beberapa hambatan dalam penggunaan Instagram dalam menciptakan identitas profesional mereka. Hambatan yang mereka alami biasanya berasal dari diri mereka yang merasa tidak percaya diri dan takut akan tanggapan orang lain terhadap konten yang mereka buat. Informan juga menjelaskan bahwa kurangnya ide konten menjadi hambatan yang mereka alami. Padahal konten merupakan bagian yang utama bagi mereka dalam menciptakan identitas profesional mereka. Walaupun terdapat satu informan yang tidak merasa adanya hambatan yang dialaminya selama menggunakan Instagram dalam menciptakan identitas

profesional. Hal tersebut mungkin terjadi karena informan tersebut sudah benar-benar mempersiapkan strateginya dengan baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang bersumber dari hasil wawancara dan kajian pustaka tentang “Branding Diri Di Era Digital: Pemanfaatan Konten Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU Dalam Menciptakan Identitas Profesional”, peneliti menyimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat beberapa strategi yang digunakan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU dalam menciptakan identitas profesional di media sosial Instagram. Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU melakukan *branding* diri dengan mengunggah konten yang menarik dan relevan dengan minat serta bidang keahlian mereka. Mereka menekankan pentingnya kualitas visual, kejelasan pesan, serta konsistensi dalam tema dan gaya konten yang diposting. Selain itu, penggunaan hashtag yang tepat dan serangkaian kegiatan positif, seperti kerja, internship, dan kegiatan sosial, menjadi metode yang efektif untuk menunjukkan identitas profesional. Dengan cara ini, para mahasiswa tidak hanya memperkuat citra diri mereka, tetapi juga menciptakan peluang baru dalam dunia profesional melalui media sosial.
2. Konten Instagram yang dibuat oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU memiliki manfaat yang cukup besar. Dari pembuatan konten pada Instagram membawa peluang kerjasama, relasi, peluang karir dan juga reputasi. Dari konten tersebut tentunya bermanfaat bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SU dalam menciptakan identitas profesional mereka.
3. Dalam penggunaan Instagram sebagai media dalam menciptakan identitas profesional terdapat beberapa hambatan. Hambatan tersebut bisa berasal dari diri pengguna atau dari Instagram itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinna, K., Purnama, H., & Abdurrahman, M. S. (2017). Analisis Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram. *e-Proceeding of Management* (hal. 1028-1036). Bandung: Universitas Telkom .
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram Sebagai Alat Personal Branding Dalam Membentuk Citra Diri (Studi Pada Akun Bara Pattiradjawane). *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 176.

- Setiawan, R., & Audie, N. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Presentasi Diri Pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi FKIP Untirta. *Community: Pengawas Dinamika Sosial*.
- Shinta, A., & Putri, K. (2021). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Personal Branding Bintang Emon Pada Pengguna Instagram. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 98-122.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suneki, S., & Haryono. (2012). Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial. *Jurnal Ilmiah CIVIS*.
- Wulansari, Y. D., Afcarina, J. S., Zahrafani, S. A., & Afifah, W. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Konstruksi Identitas Mahasiswa Universitas Jember. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 336-346.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi Pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana. *Jurnal SCRIPTURA*, 41-52.