

SKRIPSI

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN
PERSONAL BRANDING KEARTISAN MAHASISWA
FAKULTAS SENI PERTUJUKAN ISI YOGYAKARTA**



Oleh:
ANDIKA WAFI RIZALDI
NIM 22103960131

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI MUSIK
JURUSAN MUSIK FAKULTAS SENI PERTUNJUKAN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
GASAL 2025/2026**

SKRIPSI

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN
PERSONAL BRANDING KEARTISAN MAHASISWA
FAKULTAS SENI PERTUJUKAN ISI YOGYAKARTA**



Oleh:
ANDIKA WAFI RIZALDI
NIM 22103960131

**Tugas Akhir Ini Diajukan Kepada Dewan Penguji
Fakultas Seni Pertunjukan Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengakhiri Jenjang Studi
Sarjana S-1 Dalam Bidang Musik
Gasal 2025/206**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul:

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN *PERSONAL BRANDING* KEARTISAN MAHASISWA FAKULTAS SENI PERTUNJUKAN ISI YOGYAKARTA diajukan oleh Andika Wafi Rizaldi, NIM 22103960131, Program Studi S-1 Musik, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (**Kode Prodi: 91221**), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 17 Desember 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Tim Penguji

Pembimbing I/Anggota Tim Penguji



Dr. Umilia Rokhani, S.S., M.A.
NIP 198104242006042002
NIDN 0024048104



Dr. Umilia Rokhani, S.S., M.A.
NIP 198104242006042002
NIDN 0024048104

Penguji Ahli/Anggota Tim Penguji

Pembimbing II/Anggota Tim Penguji



Prof. Dr. Andre Indrawan, M.Hum., M.Mus.
NIP 196105101987031001
NIDN 0010056110



Wahvudi, S.Sn., M.A.
NIP 197011042006041002
NIDN 0004117005

Yogyakarta, 07 - 01 - 26

Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Pertunjukan
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Koordinator Program Studi Musik



Dr. Luvoman Cau Arsana, S.Sn., M.Hum.
NIP 1971101071998031002
NIDN 0007117104



Kustap, S.Sn., M.Sn.
NIP 196707012003121001
NIDN 0001076707

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi ini bebas dari unsur plagiasi dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat akademik di suatu perguruan tinggi. Skripsi ini bukan merupakan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain dan/atau diri saya sendiri sebelumnya, kecuali yang secara tertulis diacu dan dinyatakan dalam naskah ini dan/atau tercantum dalam daftar pustaka. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku jika dikemudian hari ditemukan bukti bahwa pernyataan ini tidak benar.

Yogyakarta, 17 Desember 2025

Yang menyatakan,



Andika Wafi Rizaldi
NIM 22103960131

MOTTO

Kesuksesan bukan hasil keberuntungan, melainkan buah dari konsistensi, kerja keras, dan keberanian untuk terus bergerak serta menciptakan progres setiap hari.

-Andika Wafi Rizaldi



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, karya ini kupersembahkan kepada ibu tercinta atas doa, kasih sayang, dan keteguhan hati yang menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah. Karya ini juga kupersembahkan kepada dua kakak tercinta atas dukungan, nasihat, dan kepercayaan yang senantiasa mengiringi perjalanan ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya yang begitu besar sehingga penulis dapat menuntut ilmu dan menyelesaikan studi di Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Penulis bersyukur karena telah sampai pada tahap penyelesaian skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial dalam Membangun *Personal branding* Keartisan Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta”, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni pada Program Studi Musik, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Proses penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. I Nyoman Cau Arsana, S.Sn., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
2. Kustap S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Musik, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
3. Dr. Umilia Rokhani, S.S., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Musik Fakultas Seni Pertunjukan Institut Seni Indonesia sekaligus Dosen Pembimbing I, yang dengan penuh kesabaran senantiasa memberikan arahan, dukungan, serta bimbingan berharga kepada penulis. Terima kasih atas kepercayaan dan perhatian yang telah diberikan, sehingga penulis dapat berkembang dalam proses akademik maupun bermusik hingga tahap ini;

4. Wahyudi, S.Sn., M.A., selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan penuh kesabaran dan ketelitian memberikan bimbingan, masukan, serta motivasi kepada penulis. Terima kasih atas arahan dan perhatian yang membantu penulis dalam menyempurnakan skripsi ini serta memperluas wawasan dalam bidang musik;
5. Rusmiati, S.Pd., M.Pd., selaku ibunda tercinta penulis, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala doa, kasih sayang, kesabaran, pengorbanan, serta dukungan yang tiada henti diberikan kepada penulis sejak awal menempuh pendidikan hingga terselesaikannya skripsi ini. Setiap nasihat, kepercayaan, dan perjuangan yang beliau berikan menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam menghadapi berbagai proses dan tantangan selama perkuliahan. Tanpa doa dan restu beliau, penulis tidak akan mampu sampai pada titik ini.
6. Suci Wahyulan Sari, S.Si., selaku kakak kandung penulis, penulis juga mengucapkan terima kasih atas segala doa, dukungan, serta perhatian yang tulus kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Ananda Dwi Putri, S.Kom., selaku kakak kandung penulis, penulis mengucapkan terima kasih atas doa, perhatian, dukungan, serta motivasi yang senantiasa diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini
8. Terima kasih penulis sampaikan kepada Circle of Fifth yang beranggotakan Kantri, Indra, Niel, dan Johan, atas kebersamaan, dukungan, serta ruang diskusi yang diberikan selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Kehadiran dan kebersamaan tersebut turut membantu penulis menjaga semangat, keseimbangan, dan proses berpikir dalam menyelesaikan studi.

9. Terima kasih kepada Nafisa Desfania Br. Sinulingga, A.Md., Ak. atas dukungan, doa, pengertian, dan kehadiran yang senantiasa memberi semangat selama proses penyusunan skripsi ini.

10. Para narasumber dalam penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi berharga terkait pemanfaatan media sosial dalam membangun *personal branding* keartisan mahasiswa. Terima kasih atas kontribusi dan dukungannya dalam penyusunan skripsi ini;

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang musik dan pemanfaatan media sosial, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 17 Desember 2025



Andika Wafi Rizaldi

ABSTRAK

Perkembangan media digital mengubah cara musisi muda membangun identitas dan memperluas jaringan profesionalnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan media sosial oleh Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta dalam membangun *personal branding* keartisan, menganalisis strategi yang digunakan, serta mengidentifikasi tantangan yang mereka hadapi di ranah digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, melalui observasi konten digital pada Instagram dan TikTok, wawancara mendalam dengan lima narasumber, serta analisis interaksi dan konstruksi identitas digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dimanfaatkan sebagai ruang strategis untuk menampilkan kompetensi musikal melalui dokumentasi pertunjukan, *cover* musik, kolaborasi digital, serta pengelolaan visual dan narasi identitas. Strategi *personal branding* yang muncul meliputi konsistensi unggahan, diferensiasi identitas keartisan, pengelolaan kesan yang terencana, serta pemanfaatan fitur-fitur platform seperti Reels, Stories, dan TikTok feed untuk memperkuat visibilitas. Namun, proses ini juga diiringi tantangan berupa tekanan psikologis (*minder*, *overthinking*, dan ekspektasi audiens), kendala teknis produksi konten, risiko pelanggaran hak cipta, serta tuntutan algoritma dan konsistensi. Modal budaya, sosial, ekonomi, dan simbolik turut memengaruhi keberhasilan *branding* masing-masing mahasiswa. Penelitian ini menegaskan bahwa *personal branding* mahasiswa seni tidak hanya bergantung pada kemampuan musikal, tetapi juga kecakapan digital dan keberanian tampil dalam ruang publik yang kompetitif.

Kata kunci: *Personal branding*, Media Sosial, Keartisan, Mahasiswa

ABSTRACT

The development of digital media has transformed how young musicians build their artistic identity and expand their professional networks. This study aims to describe how students of the *Performing Arts Faculty* at ISI Yogyakarta utilize social media to construct their artistic *personal branding*, analyze the strategies they employ, and identify the challenges they encounter in the digital sphere. Using a qualitative approach with a netnographic method, the research involves digital content observation on Instagram and TikTok, in depth interviews with five informants, and analysis of interactions and identity construction in *online* spaces. The findings indicate that social media functions as a strategic platform for showcasing musical competence through *performance* documentation, music *covers*, digital collaborations, and visual narrative identity management. The *personal branding* strategies identified include content *consistency*, artistic identity *differentiation*, planned *impression management*, and the use of platform features such as Reels, Stories, and TikTok feeds to strengthen *visibility*. However, the process is accompanied by several challenges, including psychological pressures (self-doubt, overthinking, and audience expectations), technical production constraints, copyright issues, and algorithmic demands requiring continuous adaptation. Cultural, social, economic, and symbolic *capital* also influence each student's *branding* effectiveness. Overall, this study demonstrates that *personal branding* among *performing arts* students is shaped not only by musical ability but also by digital literacy and the courage to maintain *visibility* within a competitive *online* environment.

Keywords: *Personal branding*, Social Media, Artistic identity, Students



DAFTAR ISI

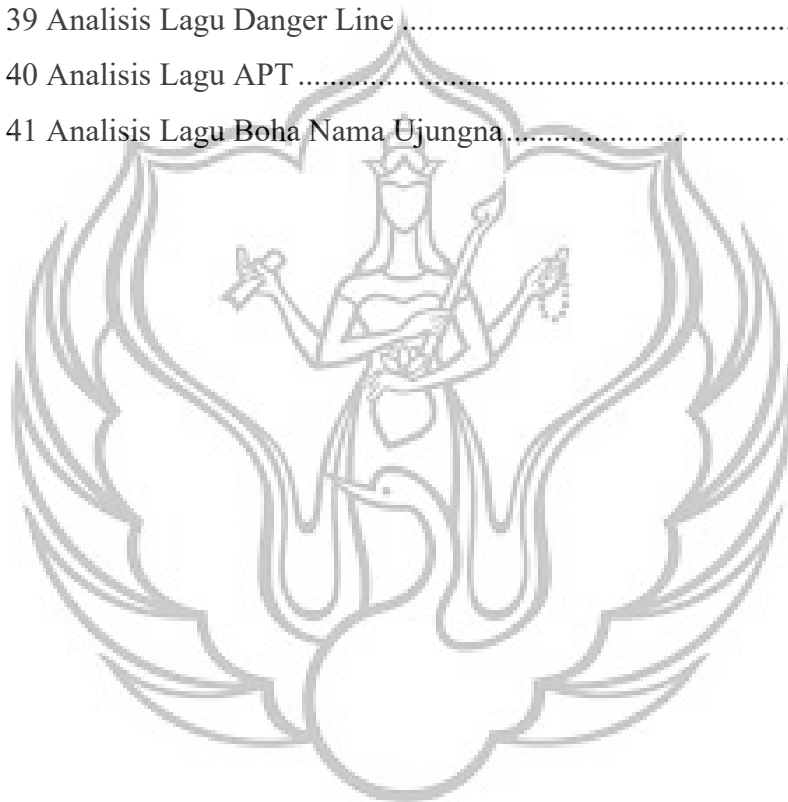
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Pustaka	7
B. Landasan Teori.....	13
1. Teori <i>Habitus</i> –Pierre Bourdieu (1977)	13
2. Teori <i>Personal branding</i> – Montoya (2002).....	15
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian	18
B. Teknik pengumpulan data	20
1. Wawancara Mendalam (<i>In-depth Interview</i>).....	20
2. Observasi Partisipatif	21
3. Dokumentasi.....	22
C. Prosedur Penelitian.....	22
1. Wawancara Mendalam.....	22

2.	Studi Pustaka, Dokumentasi Digital, dan Arsip Publik	23
3.	Pencatatan Data	23
4.	Menghubungkan Dengan Teori.....	23
5.	Penarikan Kesimpulan.....	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		25
A.	Hasil Penelitian	25
1.	Pemanfaatan Media Sosial dan Dinamika Audiens	25
2.	Konstruksi Personal Branding melalui Repertoar Viral dan Modal Budaya, Sosial, Simbolik	48
3.	Tantangan dan Adaptasi.....	61
B.	Pembahasan	63
1.	Pemanfaatan Media Sosial oleh Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta dalam Membangun <i>Personal branding</i> Keartisan....	63
2.	Strategi <i>Personal branding</i> Mahasiswa Seni: Analisis Teori Montoya dan Modal Bourdieu.....	66
3.	Tantangan dalam Membangun <i>Personal branding</i> di Era Digital	83
BAB V PENUTUP.....		89
A.	Kesimpulan.....	89
B.	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....		92
LAMPIRAN 1.....		95
	Narasumber Wawancara	95
LAMPIRAN 2.....		96
	Transkrip Wawancara	96
LAMPIRAN 3.....		125
	Dokumentasi Penelitian	125
LAMPIRAN 4.....		127
	Peta Lokasi Penelitian.....	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Alir	24
Gambar 2 Profil Intagram Nada.....	26
Gambar 3 Profil TikTok Nada	26
Gambar 4 Profil Instagram Florance.....	27
Gambar 5 Profil TikTok Florance.....	28
Gambar 6 Profil Instagram Indra	29
Gambar 7 Profil TikTok Indra	29
Gambar 8 Profil Intagram Herdy.....	30
Gambar 9 Profil TikTok Herdy.....	31
Gambar 10 Profil Instagram Kiki.....	32
Gambar 11 Profil TiTok Kiki.....	32
Gambar 12 Visual Konten Florance.....	35
Gambar 13 Visual Konten Indra.....	35
Gambar 14 Visual Konten Nada	36
Gambar 15 Visual Konten Herdy.....	37
Gambar 16 Visual Konten Kiki	37
Gambar 17 Komentar Instagram Nada	39
Gambar 18 Komentar TikTok Nada	40
Gambar 19 Komentar Intagram Florance	40
Gambar 20 Komentar TikTok Florance.....	41
Gambar 21 Komentar Instagram Indra	42
Gambar 22 Komentar TikTok Indra	42
Gambar 23 Komentar Instagram Kiki.....	43
Gambar 24 Komentar TikTok Kiki.....	43
Gambar 25 Komentar Instagram Herdy.....	44
Gambar 26 Komentar TikTok Herdy.....	44
Gambar 27 Tagar Nada	51
Gambar 28 Tagar Florance.....	51
Gambar 29 Tagar Indra	51

Gambar 30 Tagar Herdy.....	52
Gambar 31 Tagar Kiki	52
Gambar 32 Transkrip Melodi Dan Chord	54
Gambar 33 Transkrip Melodi Dan Chord Lagu A little Sweet.....	55
Gambar 34 Transkrip Melodi Dan Chord	56
Gambar 35 Transkrip Melodi Dan Chord Lagu APT	58
Gambar 37 Analisis Lagu Terbuang Dalam Waktu.....	72
Gambar 38 Analisi Lagu A little Sweet	75
Gambar 39 Analisis Lagu Danger Line	77
Gambar 40 Analisis Lagu APT	80
Gambar 41 Analisis Lagu Boha Nama Ujungna.....	83



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Total Penonton Konten TikTok per Tahun (Nada, Indra, Herdy, Kiki) ..	45
Tabel 2 Total Penonton Konten TikTok Florence per Bulan, 2025.....	45



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, sekaligus membangun identitas diri. Media sosial, khususnya Instagram, kini menjadi ruang utama generasi muda untuk mengekspresikan diri dan membangun *personal branding*. Bagi mahasiswa fakultas seni pertunjukan, media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang profesional untuk menampilkan karya, memperluas jaringan audiens, serta memperkuat citra keartisan yang diakui secara luas. Hal ini penting mengingat dunia seni pertunjukan menuntut publikasi diri, visibilitas, serta kemampuan membangun reputasi artistik sedari bangku kuliah.

Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta memiliki beragam bidang studi seni. Namun penelitian ini berfokus pada mahasiswa yang berkecimpung dalam praktik seni berbasis musikal dan pertunjukan musik, seperti vokalis, pemain instrumen, pencipta karya musik, maupun musisi pengiring. Bidang ini secara langsung bergantung pada interaksi dengan audiens dan platform publik, sehingga media sosial menjadi bagian penting dari perkembangan karier mereka. Dengan pembatasan tersebut, penelitian tetap berada dalam ranah seni pertunjukan sesuai judul, tetapi lebih terarah pada konteks keartisan yang relevan dengan media digital.

Fenomena pemanfaatan media sosial dalam membangun *personal branding* dapat dilihat melalui mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta yang

aktif berkarya di ruang digital. Clara Nadia Frascha Renata (Nada) menampilkan identitas keartisannya sebagai pemain biola profesional melalui dokumentasi penampilan bersama orkestra dan band seperti Erwin Gutawa Orchestra serta Tipe-X. Florence Josi Vania membangun *branding* melalui konten musik berbahasa Mandarin di TikTok dan dokumentasi panggung di Instagram. Indra Justify mengembangkan identitas musikalnya melalui *cover* saxophone lintas genre dan kolaborasi digital. Herdy Prasajo memperkuat citra diri sebagai *keyboardist* dan *arranger* melalui *cover*, dokumentasi *perform*, serta pengakuan dari *brand* internasional seperti Roland. Sementara itu, Yehezkiel Fernando Nainggolan (Kiki) memanfaatkan TikTok dan Instagram untuk menampilkan karakter vokalnya, terutama melalui *cover* lagu Batak yang membantunya memperoleh eksposur luas.

Pemanfaatan Instagram terbukti efektif dalam memasarkan karya dan membangun identitas musikal. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan dalam memperluas audiens sekaligus memperkuat *positioning* musikal (Cristianto, 2025). Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan musisi di era digital tidak hanya bertumpu pada kualitas musikal semata, melainkan juga pada kemampuan mengelola eksistensi digital secara konsisten dan strategis.

Strategi *personal branding* melalui media sosial memberikan dampak signifikan dalam membangun eksistensi seniman. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram dapat menegaskan identitas artistik, meningkatkan kedekatan dengan audiens, serta memperluas pengaruh di ruang digital (Bagus et al., 2024). Temuan lain menegaskan bahwa media sosial berperan sebagai modal penting dalam membangun reputasi profesional melalui narasi identitas dan

konsistensi konten (Ali & Widjaja, 2024). Fakta ini menunjukkan bahwa praktik *branding* digital bersifat lintas disiplin seni dan relevan diterapkan dalam konteks mahasiswa seni yang tengah membangun karier keartisannya.

Dinamika fitur media sosial turut memperkuat posisi *personal branding*. Sejumlah penelitian memperlihatkan bahwa fitur video pendek dan interaktif memungkinkan pengguna menampilkan citra diri melalui perpaduan elemen musik, visual, serta interaksi dengan audiens. Strategi pengemasan konten semacam ini dinilai efektif dalam meningkatkan keterhubungan emosional dengan pengikut (Elvina et al., 2024). Temuan tersebut memberi gambaran bahwa kreativitas digital dapat dimanfaatkan tidak hanya untuk mempromosikan karya seni, tetapi juga untuk membangun kedekatan emosional dan memperkuat eksistensi keartisan di ruang digital.

Konsep *impression management* menjadi kunci dalam memahami praktik *personal branding* di media sosial. Penelitian menunjukkan bahwa pengguna platform digital secara sadar mengelola kesan melalui fitur visual dan interaksi, sehingga audiens menangkap identitas yang ingin ditampilkan (Sukmayadi & Yahya, 2020). Studi lain pada konteks global turut memperkuat bahwa pengelolaan kesan di media sosial berpengaruh terhadap persepsi profesionalitas dan penerimaan sosial individu (Al-Shatti et al., 2022). Temuan ini menegaskan bahwa *personal branding* di media digital tidak berlangsung secara spontan, melainkan merupakan hasil strategi komunikasi yang sadar dan terencana.

Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta menghadapi tantangan yang kompleks. Mereka dituntut tidak hanya menguasai keterampilan bermusik,

tetapi juga menampilkan identitas keartisan yang khas di ruang digital. Tantangan ini mencakup konsistensi konten, diferensiasi identitas dari sesama musisi, serta strategi komunikasi digital yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian mengenai topik ini masih terbatas, terutama yang menyoroti bagaimana membangun *personal branding* di media sosial. Kekosongan kajian tersebut memperlihatkan adanya jarak antara teori *personal branding*, praktik pendidikan seni, dan realitas dunia kreatif yang semakin kompetitif.

Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini diarahkan pada analisis mengenai bagaimana Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta memanfaatkan media sosial untuk membangun *personal branding* keartisan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam memperkuat pemahaman tentang praktik *branding* mahasiswa seni musik, sekaligus memberikan jembatan antara teori, pendidikan seni, dan praktik kreatif mahasiswa di era digital.

B. Rumusan masalah

1. Bagaimana bentuk pemanfaatan media sosial oleh Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta dalam membangun *personal branding* keartisan?
2. Strategi apa saja yang diterapkan Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta untuk menciptakan dan mempertahankan *personal branding* keartisan di ruang digital?

3. Tantangan apa yang dihadapi Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta dalam proses membangun *personal branding* melalui media sosial di era digital?

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan bentuk dan pola pemanfaatan media sosial oleh Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta dalam membangun *personal branding* keartisan.
2. Menganalisis strategi komunikasi dan representasi identitas yang digunakan Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta dalam membangun *personal branding* di ruang digital.
3. Menginterpretasikan tantangan dan dinamika yang memengaruhi proses pembentukan *personal branding* keartisan di kalangan Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Memberikan wawasan praktis bagi Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta tentang strategi membangun *personal branding* yang efektif di media sosial.
2. Menjadi referensi bagi dosen dan institusi pendidikan seni dalam merancang kurikulum atau program pembelajaran yang mendukung pengembangan keartisan digital mahasiswa.

3. Menjadi rujukan bagi pembaca umum dan pelaku seni untuk memahami bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana pengembangan citra profesional dan karier kreatif di era digital.

E. Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun dalam lima bab yang saling berkaitan. Bab I Pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan sebagai gambaran awal keseluruhan isi skripsi. Bab II Tinjauan Pustaka menyajikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar analisis, diawali dengan teori Pierre Bourdieu mengenai *habitus*, modal, dan ranah, kemudian diikuti teori *personal branding* menurut Montoya, *impression management*, serta penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus kajian. Bab III Metode Penelitian menjelaskan pendekatan penelitian yang digunakan, yakni penelitian kualitatif dengan metode netnografi, mencakup objek material dan formal penelitian, teknik pengumpulan data berupa observasi digital, wawancara mendalam, serta dokumentasi, serta teknik analisis data yang digunakan dalam mengolah temuan penelitian. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan memuat deskripsi temuan lapangan mengenai pemanfaatan media sosial oleh lima Mahasiswa Fakultas Seni Pertunjukan ISI Yogyakarta, strategi *personal branding* yang diterapkan, serta tantangan yang dihadapi, yang kemudian dianalisis menggunakan teori pada bab sebelumnya. Bab V Penutup berisi kesimpulan yang menjawab rumusan masalah penelitian dan saran yang ditujukan bagi mahasiswa, institusi pendidikan, serta peneliti selanjutnya.