

HUBUNGAN *PERSONAL BRANDING* DENGAN *PERCEIVED FUTURE EMPLOYABILITY* PADA MAHASISWA TINGKAT AKHIR YANG MENGIKUTI ORGANISASI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Psikologi



**AFRIANTY MAHARANI SAVITRI
2010322016**

Dosen Pembimbing:

**Tri Rahayuningsih, S. Psi., M.A
Nelia Afriyeni, S. Psi., M.A**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
PROGRAM SARJANA
FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2024**

**THE RELATIONSHIP BETWEEN PERSONAL BRANDING AND
PERCEIVED FUTURE EMPLOYABILITY IN FINAL YEAR STUDENTS
WHO JOIN THE ORGANIZATION**

Afrianty Maharani Savitri¹⁾ , Tri Rahayuningsih²⁾ , Nelia Afriyeni²⁾ ,
Dwi Puspasari²⁾ , Puji Gufron Rhodes²⁾

¹⁾Psychology Student, Faculty of Medicine, Universitas Andalas

²⁾Psychology Departement, Faculty of Medicine, Universitas Andalas
afriantymaharani@gmail.com

ABSTRAK

This study aims to see the relationship between personal branding and perceived future employability in final year students who follow organizations. The research method used in this study is a quantitative method in the form of correlation with Spearman Rank analysis techniques. The number of samples of this study was 110 final year students who participated in organizations at Andalas University. Sampling in this study used purposive sampling technique. Data collection was carried out using adaptations of Personal Branding and Perceived Future Employability measuring tools. Reliability on the personal branding scale is .94 and the perceived future employability scale is .93. The results of this study show that there is a relationship between personal branding and perceived future employability in final year students who follow the organization. These results can be seen based on a significance value of .000 with the value of the corel coefficient .714 which is in the strong and positive category. This shows that the higher the personal branding, the higher the perceived future employability of final year students who follow the organization and vice versa.

Keywords: Final Year Students, Organizations, Perceived Future Employability, Personal Branding



HUBUNGAN *PERSONAL BRANDING* DENGAN *PERCEIVED FUTURE EMPLOYABILITY* PADA MAHASISWA TINGKAT AKHIR YANG MENGIKUTI ORGANISASI

Afrianty Maharani Savitri¹⁾, Tri Rahayuningsih²⁾, Nelia Afriyeni²⁾,
Dwi Puspasari²⁾, Puji Gufron Rhodes²⁾

¹⁾ Mahasiswa Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas

²⁾ Departemen Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Andalas

afriantymaharani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan *personal branding* dengan *perceived future employability* pada mahasiswa tingkat akhir yang mengikuti organisasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif berupa korelasi dengan teknik analisis *Spearman Rank*. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 110 mahasiswa tingkat akhir yang mengikuti organisasi di Universitas Andalas. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan adaptasi alat ukur *Personal Branding* dan *Perceived Future Employability*. Reliabilitas pada skala *personal branding* yaitu sebesar .94 dan skala *perceived future employability* sebesar .93. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *personal branding* dengan *perceived future employability* pada mahasiswa tingkat akhir yang mengikuti organisasi. Hasil tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai signifikansi sebesar .000 dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar .714 yang berada pada kategori kuat dan positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *personal branding* maka semakin tinggi juga *perceived future employability* yang dimiliki mahasiswa tingkat akhir yang mengikuti organisasi dan begitu sebaliknya.

Kata Kunci: Mahasiswa Tingkat Akhir, Organisasi, *Perceived Future Employability*, *Personal Branding*