

**STUDI FENOMENOLOGI TENTANG MAHASISWA
DIGITAL FREELANCER DALAM MEMBANGUN
PROFESIONALISME DAN KEPERCAYAAN
DENGAN KLIEN LUAR NEGERI**

SKRIPSI

OLEH:

**LA TIRSHA GALARINA BR PRANGIN ANGIN
228530052**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/8/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)3/8/26

**STUDI FENOMENOLOGI TENTANG MAHASISWA
DIGITAL FREELANCER DALAM MEMBANGUN
PROFESIONALISME DAN KEPERCAYAAN
DENGAN KLIEN LUAR NEGERI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area**

**OLEH:
LA TIRSHA GALARINA BR PRANGIN ANGIN
228530052**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

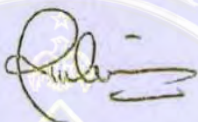
Document Accepted 3/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)3/8/26

LEMBAR PENGESAHAN

NAMA : LA TIRSHA GALARINA BR PRANGIN ANGIN
NPM : 228530052
JUDUL : STUDI FENOMENOLOGI TENTANG MAHASISWA *DIGITAL*
FREELANCER DALAM MEMBANGUN PROFESIONALISME DAN
KEPERCAYAAN DENGAN KLIEN LUAR NEGERI

Disetujui oleh
Pembimbing



Dr. Rehia Karenina Isabella Barus, S.Sos., M.SP.

Mengetahui

Dekan,


Dr. Abdul Halim, S.Sos., M.I.P.
Dekan Fakultas Isipol

Ka.Prodi


Dr. Rehia Karenina Isabella Barus, S.Sos., M.SP.
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Medan Area

Tanggal Lulus: 04 Maret 2026

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar serjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 27 Maret 2026



La Tirsha Galarina Br Prangin Angin

228530052

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : La Tirsha Galarina Br Prangin Angin

NPM : 228530052

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : FISIP

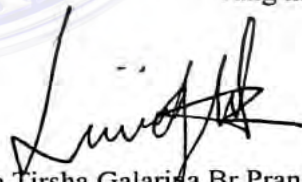
Jenis karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“Studi Fenomenologi Tentang Mahasiswa *Digital Freelancer* Dalam Membangun Profesionalisme Dan Kepercayaan Dengan Klien Luar Negeri”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan Pada

Tanggal : 27 Maret 2026

Yang menyatakan


(La Tirsha Galarina Br Prangin Angin)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman mahasiswa *digital freelancer* dalam membangun profesionalisme dan kepercayaan dengan klien luar negeri melalui komunikasi daring. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan paradigma fenomenologi, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap tiga informan yang aktif sebagai *freelancer*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profesionalisme dibangun melalui proses adaptasi dalam komunikasi yang jujur, jelas, dan efisien, serta didukung oleh kemampuan teknis, responsivitas, dan komitmen dalam menyelesaikan pekerjaan tepat waktu. Sementara itu, kepercayaan dengan klien dipahami melalui pengalaman informan yang ditunjukkan oleh keberlanjutan kerja sama, pemberian proyek ulang, serta respons positif dari klien. Kepercayaan tersebut dibangun melalui konsistensi perilaku, keterbukaan dalam menyampaikan batas kemampuan, serta tanggung jawab dalam memenuhi ekspektasi kerja. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa profesionalisme dan kepercayaan memiliki keterkaitan yang erat, di mana profesionalisme menjadi dasar dalam membangun kepercayaan. Penelitian ini menegaskan pentingnya komunikasi yang efektif dan sikap tanggung jawab dalam membangun hubungan kerja yang berkelanjutan di era *digital*.

Kata kunci: *profesionalisme, kepercayaan, digital freelancer, komunikasi daring, fenomenologi*

ABSTRACT

This study aims to understand the experiences of student digital freelancers in building professionalism and trust with international clients through online communication. This research employs a qualitative approach with a phenomenological paradigm, using in-depth interviews with three informants who are actively working as freelancers. The results show that professionalism is developed through a process of adaptation in communication that is honest, clear, and efficient, supported by technical competence, responsiveness, and commitment to completing tasks on time. Meanwhile, trust with clients is understood through the informants' experiences, indicated by ongoing collaboration, repeat projects, and positive client responses. Trust is built through consistent behavior, openness in communicating personal limitations, and responsibility in meeting client expectations. The findings indicate that professionalism and trust are closely related, where professionalism serves as the foundation for building trust. This study highlights the importance of effective communication and responsibility in establishing sustainable working relationships in the digital era.

Keywords: *professionalism, trust, digital freelancer, online communication, phenomenology*

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Pekanbaru, pada tanggal 01 November 2003 dari ayah Jamin Perangin Angin dan ibu Ratna Br Sembiring. Penulis sekarang berdomisili di Lubuk Pakam.

Pada tahun 2021 penulis lulus dari SMAN 1 Tapung Hulu. Selanjutnya pada tahun 2022, penulis terdaftar sebagai mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis melaksanakan praktik kerja lapangan (PKL) di Tribun Medan pada tahun 2025.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat kasih karunia-Nya, yang telah begitu baik dan setia memberikan kasih, pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik, penuh tanggung jawab, dan dengan kerendahan hati penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Studi Fenomenologi Tentang Mahasiswa *Digital Freelancer* Dalam Membangun Profesionalisme Dan Kepercayaan Dengan Klien Luar Negeri”.

Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area. Saya menyadari bahwa perjalanan dalam menyelesaikan skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Banyak tantangan dan rintangan yang harus dihadapi, tetapi dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Maka, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Ibu tercinta Ratna Br Sembiring, sosok pelita yang doa-doa tulusnya menjadi nafas bagi setiap langkah penulis. Terpujilah kasih sayangmu yang tanpa batas, kesabaran yang tak pernah habis, dan pengorbanan yang tak terukur. Skripsi ini adalah persembahan kecil untuk setiap tetes keringat dan air mata Ibu yang telah mengantarkan penulis hingga ke titik ini.
2. Bapak Tercinta, Jamin Perangin Angin, sosok yang mengajarkan penulis arti kerja keras dan keteguhan hati. Terima kasih telah menjadi sandaran yang

kokoh, pemberi semangat di kala penulis hampir menyerah, dan pilar utama yang memastikan penulis bisa mengejar impian setinggi mungkin. Segala pencapaian ini adalah buah dari perjuangan Bapak.

3. Saudara-saudari terkasih, Abang, Kakak, dan Adikku, yang telah menjadi sistem pendukung paling nyata di dalam hidup penulis. Terima kasih karena selalu ada di setiap suka dan duka, memberikan hiburan di saat penulis lelah, serta menjadi rumah tempat penulis kembali pulang. Keberadaan kalian adalah sumber kekuatan yang luar biasa bagi penulis dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini.
4. Brain Rizky Harris Tarigan, sebagai rekan seperjuangan yang luar biasa. Terima kasih atas dedikasi dan kontribusi besarnya dalam membantu penulis, mulai dari ketersediaan menjadi informan penelitian, bantuan dalam mencari informan lainnya, hingga dukungan moral yang tak terhingga. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik ini hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dr. Rehia Karenina Isabella, S. Sos, MSP., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing saya, yang sudah bersedia membimbing dari awal proposal hingga selesai penyusunan skripsi ini. Yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan ilmunya, memberikan saran serta arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Mahasiswa *Digital Freelancer*, sebagai informan penelitian yang telah memberikan waktu dan kesempatan kepada penulis untuk bisa menyelesaikan

skripsi ini.

7. Djaka Pradana Jaya Priambudi selaku triangulator dalam penelitian ini, yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan masukan, serta membantu dalam proses pengecekan keabsahan data. Kontribusi yang diberikan sangat berarti dalam meningkatkan kualitas serta kredibilitas hasil penelitian yang penulis lakukan.
8. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc., selaku Rektor Universitas Medan Area.
9. Dr. Yurial Arief Lubis, S.Sos., M.IP., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area.
10. Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim, Universitas Medan Area, yang telah memberikan fasilitas pendidikan yang mendukung perjalanan akademik saya.
11. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area, yang telah memberikan ilmu, wawasan selama masa perkuliahan penulis.
12. Teman-teman seperjuangan angkatan 2022, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis, memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan selama menempuh pendidikan.
13. Dan terakhir, kepada diri saya sendiri. La Tirsha Galarina Br Prangin Angin.

Terima kasih telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses

penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik mungkin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dan dijadikan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga tulisan ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Medan, 20 Januari 2026

Penulis,

La Tirsha Galarina Br Prangin Angin

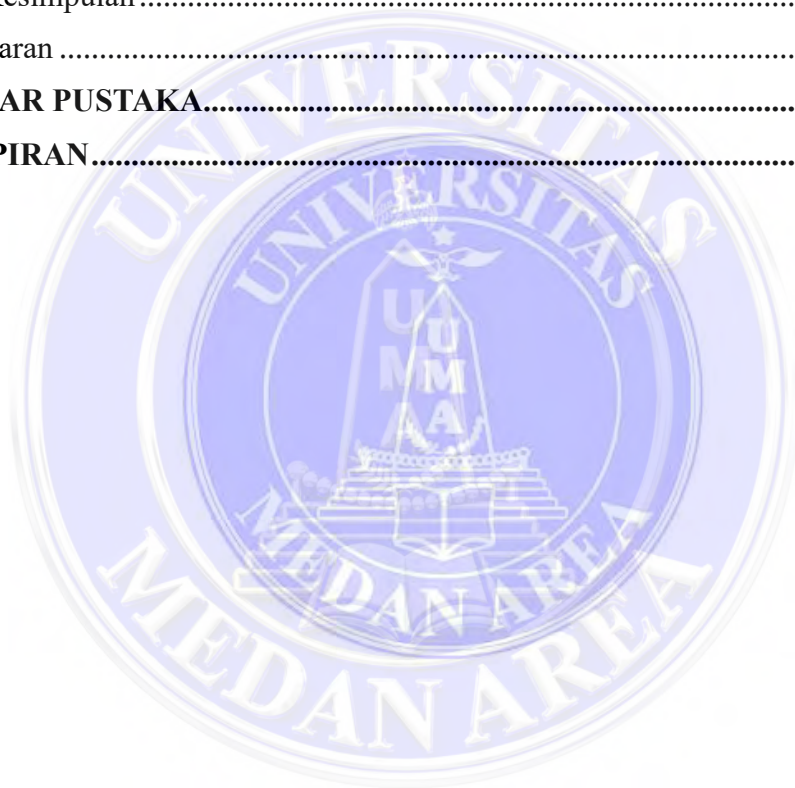
228530052



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Computer Mediated Communication	11
2.2 Personal Branding.....	13
2.3 Kepercayaan	18
2.4 Profesionalisme.....	20
2.5 Fenomenologi	22
2.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	26
2.7 Kerangka Berpikir	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Metode Penelitian	39
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.3 Informan Penelitian	40
3.4 Sumber Data	42

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.7 Teknik Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.3 Hasil Pembahasan.....	68
4.4 Triangulasi Penelitian	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4. 1 Triangulasi Penelitian.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar2. 1 Kerangka Berfikir.....	38
-----------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era *digital* telah mengubah cara manusia berinteraksi, bekerja, dan membangun relasi profesional. Dunia kerja yang dulunya terbatas ruang dan waktu kini semakin terbuka dan fleksibel, memungkinkan individu untuk bekerja secara daring dengan siapa pun di berbagai belahan dunia. Menurut Masakazu et al.(2023) pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia kerja. Salah satu fenomena yang lahir dari perkembangan ini adalah meningkatnya jumlah pekerja lepas atau *Digital Freelancer*, termasuk di kalangan mahasiswa. *Digital freelancer* adalah seseorang yang bekerja secara mandiri (tidak terikat kontrak tetap) dan menawarkan jasa melalui platform *digital* atau internet. Mereka bisa bekerja dari mana saja (*remote*) dan biasanya dibayar per proyek, per jam, atau per tugas, bukan gaji bulanan tetap. Jasa yang mereka tawarkan dapat berupa jasa *design, programmer, virtual assistant, social media manager* ,dan banyak lagi (Barlage et al,2022). Mahasiswa yang menjadi *digital freelancer* merupakan generasi muda yang aktif memanfaatkan kemampuan teknologi, kreativitas, dan komunikasi untuk bekerja secara mandiri tanpa keterikatan pada institusi tertentu.

Bekerja sebagai *digital freelancer* memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk terjun langsung ke dunia profesional, sekaligus mengasah kemampuan

praktis yang mungkin tidak selalu diperoleh di bangku perkuliahan. Mereka dapat mengambil proyek dari berbagai *platform* daring dan berkolaborasi dengan individu maupun perusahaan dari luar negeri. Fenomena ini menunjukkan bahwa batas geografis tidak lagi menjadi penghalang bagi mahasiswa untuk berkarya dan menghasilkan pendapatan. Namun, di balik peluang tersebut, terdapat tantangan besar yang berkaitan dengan bagaimana mereka berkomunikasi secara profesional dan membangun kepercayaan dari klien.

Komunikasi memegang peranan sentral dalam aktivitas kerja seorang *digital freelancer*. Melalui komunikasi, mahasiswa menyampaikan ide, menegosiasikan kontrak, menjelaskan konsep pekerjaan, hingga menjaga hubungan kerja dengan klien. Namun, komunikasi dalam konteks *digital* tidak sesederhana komunikasi tatap muka. Seluruh prosesnya berlangsung melalui media daring seperti pesan teks, surat elektronik, atau pertemuan virtual. Oleh karena itu, kemampuan untuk mengemas pesan secara jelas, sopan, dan profesional menjadi hal yang sangat penting. Cara mahasiswa berkomunikasi akan membentuk kesan pertama klien terhadap mereka, dan kesan tersebut dapat memengaruhi keputusan klien untuk mempercayakan pekerjaan kepada mahasiswa tersebut atau tidak.

Bagi mahasiswa *digital freelancer*, tantangan terbesar bukan hanya menyelesaikan pekerjaan dengan baik, tetapi juga meyakinkan klien luar negeri bahwa mereka memiliki kemampuan dan profesionalisme yang setara dengan pekerja berpengalaman. Di sinilah komunikasi berperan sebagai alat utama

dalam membangun kepercayaan. Klien tidak dapat menilai secara langsung kemampuan seseorang selain dari bagaimana ia berinteraksi, menjelaskan gagasan, dan menjaga etika dalam berkomunikasi. Dengan demikian, setiap kata, respon, dan sikap yang ditunjukkan mahasiswa dalam proses komunikasi akan menjadi dasar penilaian terhadap profesionalisme mereka.

Profesionalisme dipahami sebagai sikap dan perilaku kerja yang ditunjukkan *freelancer* dalam proses komunikasi dan pelaksanaan tugas, seperti cara merespons klien, mengelola waktu, dan menyampaikan pesan. Sementara itu, kepercayaan dipahami sebagai kondisi relasional antara *freelancer* dan klien, yaitu sejauh mana klien merasa yakin terhadap kemampuan dan komitmen *freelancer*. Dengan demikian, profesionalisme diposisikan sebagai praktik komunikasi dan teknis kerja, sedangkan kepercayaan sebagai relasi yang berpotensi tumbuh dari praktik tersebut.

Dalam konteks ini, interaksi antara mahasiswa *freelancer* dan klien luar negeri banyak berlangsung melalui *Computer-Mediated Communication* (CMC). *Computer Mediated Communication* (CMC) dipahami sebagai bentuk interaksi komunikasi yang berlangsung melalui bantuan komputer, baik antara dua individu maupun lebih (McQuail, 2005, dikutip dalam Ichwan, 2022). CMC merupakan proses komunikasi yang terjadi melalui media *digital* seperti email, pesan instan, video conference, dan platform kerja daring. Karakteristik CMC berbeda dari komunikasi tatap muka karena sangat bergantung pada pesan tertulis, kecepatan respons, serta kejelasan penyampaian informasi. Mahasiswa perlu memahami bahwa ketiadaan isyarat nonverbal membuat pesan mudah

disalahartikan, sehingga mereka harus mampu menulis secara jelas, terstruktur, dan sopan. Efektivitas CMC bergantung pada kemampuan penyampai pesan untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan kebutuhan profesional, menjaga etika, serta memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak menimbulkan ambiguitas. Tantangan seperti misinterpretasi, keterlambatan respons, atau perbedaan ekspektasi dapat muncul jika mahasiswa tidak mengelola komunikasi *digital* dengan baik. Melalui pemahaman CMC, mahasiswa dapat meminimalkan kesalahpahaman dan membangun hubungan kerja yang lebih efektif di ruang *digital*.

Pengalaman komunikasi yang dijalani mahasiswa *digital freelancer* turut membentuk personal branding profesional mereka di lingkungan kerja daring. *Personal branding* merupakan upaya sadar seseorang dalam menampilkan dan memosisikan diri agar memiliki citra dan reputasi positif di mata orang lain, khususnya klien. Menurut Aaker (1996, dalam Permatasari & Azam, 2024, hlm. 105), *personal branding* bukan hanya tentang bagaimana seseorang memasarkan dirinya, tetapi juga mengenai bagaimana individu menampilkan nilai, kepribadian, dan keahliannya dalam lingkungan profesional melalui berbagai sarana seperti portofolio pribadi dan interaksi sehari-hari.

Dalam konteks kerja *digital*, *personal branding* tidak ditentukan oleh penampilan fisik, melainkan melalui cara individu berkomunikasi, menulis pesan, menanggapi instruksi, serta menunjukkan tanggung jawab dan etika kerja. Menurut Kotler dan Keller (2016, dalam Permatasari & Azam, 2024, hlm. 105), *personal branding* yang kuat dapat membantu seseorang membangun

reputasi yang baik, meningkatkan kredibilitas, serta membuka peluang karier yang lebih luas. Mahasiswa yang mampu menjaga tutur kata yang sopan, bersikap responsif, dan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu akan membangun kesan sebagai pekerja profesional dan dapat dipercaya. Dengan demikian, *personal branding* yang kuat menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan menjaga profesionalisme mahasiswa *digital freelancer* di hadapan klien luar negeri.

Kepercayaan (*trust*) tidak muncul secara instan. Dalam dunia kerja *digital*, kepercayaan dibangun melalui konsistensi perilaku, ketepatan dalam memenuhi janji, serta keterbukaan dalam berkomunikasi. Newell et al. (2016, dikutip dalam Wijaya & Tjahyadi, 2023, hlm. 22) berpendapat bahwa kepercayaan diyakini memainkan peran penting dalam mengembangkan loyalitas dan memengaruhi hubungan bisnis. Mahasiswa *digital freelancer* sering kali harus bekerja lebih keras untuk meyakinkan klien karena status mereka yang masih berkuliah sering kali dianggap kurang berpengalaman. Melalui komunikasi yang transparan dan profesional, mahasiswa berusaha menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan, komitmen, dan tanggung jawab yang tinggi terhadap pekerjaan yang diberikan.

Setiap keberhasilan dalam menyelesaikan proyek dengan baik akan memperkuat kepercayaan klien, sementara kesalahan kecil dalam komunikasi dapat menurunkannya. Menurut Morgan & Hunt (1994, dikutip dalam Wijaya & Tjahyadi, 2023, hlm. 22), kepercayaan telah terbukti dapat mengurangi

ketidakpastian pengambilan keputusan konsumen, meningkatkan kerja sama, mengurangi konflik, dan mengurangi kemungkinan pemutusan hubungan.

Selain itu, proses membangun kepercayaan juga melibatkan aspek profesionalisme. Imelda dkk, (2022) Profesionalisme kerja dapat diartikan sebagai kapasitas dan kemampuan individu dalam menjalankan bisnis sesuai bidang dan jenjangnya masing-masing. Menurut Gerhana et al. (2019, dikutip dalam Sudarmini & Nopiyani, 2023), keterampilan mengesankan adalah kapasitas dan kemampuan yang digerakkan oleh perwakilan dalam menyelesaikan tugas sehingga dilakukan dengan kualitas unggul, cemerlang, hati-hati, dan dengan metodologi yang mudah dipahami dan diikuti pelanggan.

Profesionalisme tercermin dari sikap mahasiswa dalam mengatur waktu, menghargai kesepakatan, serta menjaga etika selama bekerja. Dalam praktiknya, mahasiswa harus mampu menyeimbangkan peran sebagai pelajar dan pekerja profesional. Mereka dituntut untuk disiplin dalam mengelola jadwal kuliah dan pekerjaan agar keduanya tidak saling mengganggu. Profesionalisme juga terlihat dari cara mahasiswa menanggapi masukan dan kritik dari klien. Respons yang positif dan terbuka terhadap umpan balik akan menunjukkan kedewasaan serta kesungguhan mereka dalam meningkatkan kualitas diri.

Dalam dunia *freelance*, komunikasi profesional menjadi strategi utama untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan. Ketika klien merasa dihargai, didengarkan, dan dilayani dengan baik, mereka akan lebih yakin terhadap kemampuan *freelancer* tersebut. Mahasiswa belajar bahwa kepercayaan bukan hanya hasil dari kualitas pekerjaan, tetapi juga hasil dari

hubungan komunikasi yang baik, konsisten, dan beretika. Dengan demikian, kemampuan komunikasi menjadi kompetensi inti yang menentukan keberhasilan mereka di dunia kerja *digital*.

Fenomena ini menarik untuk diteliti karena menggambarkan bagaimana mahasiswa Indonesia yang masih dalam tahap pendidikan tinggi mampu menempatkan diri di ruang profesional global. Mereka berhadapan dengan situasi nyata yang menuntut kematangan komunikasi, kecerdasan, serta sikap profesional dalam menghadapi klien yang berbeda negara. Melalui pengalaman-pengalaman tersebut, mahasiswa tidak hanya belajar tentang pekerjaan, tetapi juga tentang bagaimana membangun reputasi dan kepercayaan di ruang *digital* yang kompetitif.

Sudut pandang fenomenologi menjelaskan, pengalaman mahasiswa *digital freelancer* ini memiliki makna yang mendalam. Menurut Nasir et al., (2023) pengalaman dipahami sebagai pengalaman yang dialami secara sadar oleh seseorang, sekelompok orang, atau sekelompok makhluk hidup lainnya. Pengalaman manusia dipelajari dalam penelitian fenomenologis melalui deskripsi menyeluruh tentang individu yang diperiksa. (Yusanto 2020).

Setiap mahasiswa mengalami dan memaknai proses komunikasi dengan klien luar negeri secara berbeda, tergantung pada motivasi dan pengalaman pribadi mereka. Fenomenologi memungkinkan peneliti memahami makna subjektif di balik pengalaman tersebut bagaimana mahasiswa merasakan proses membangun kepercayaan, apa tantangan yang mereka hadapi, serta bagaimana mereka menafsirkan profesionalisme dalam konteks kerja daring. Pendekatan

ini memberikan ruang bagi suara mahasiswa untuk menggambarkan realitas sosial yang mereka alami sendiri, bukan sekadar menilai hubungan kerja dari luar.

Melalui pendekatan ini pula, penelitian tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses dan makna di balik interaksi tersebut. Misalnya, bagaimana mahasiswa menyesuaikan gaya bahasa saat berkomunikasi dengan klien asing, bagaimana mereka belajar menghadapi kesalahpahaman, serta bagaimana pengalaman itu membentuk pemahaman mereka tentang kepercayaan dan profesionalisme. Semua ini merupakan pengalaman komunikasi yang sarat makna dan berkontribusi terhadap perkembangan diri mahasiswa sebagai calon profesional di masa depan.

Penelitian mengenai pengalaman komunikasi mahasiswa *digital freelancer* juga penting secara akademis dan praktis. Secara akademis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi profesional di era *digital*, dengan menyoroti dinamika yang terjadi di kalangan mahasiswa sebagai pekerja lepas global. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman bagi mahasiswa lain yang ingin menekuni profesi serupa, tentang bagaimana membangun citra diri, menjaga profesionalisme, dan menumbuhkan kepercayaan dari klien luar negeri melalui komunikasi yang efektif.

Fenomena ini juga mencerminkan perubahan cara pandang terhadap dunia kerja masa kini. Mahasiswa tidak lagi hanya dipersiapkan untuk menjadi pekerja setelah lulus, tetapi sudah mulai mempraktikkan nilai-nilai profesional sejak di bangku kuliah. Dunia *freelance* menjadi wadah bagi mereka untuk

belajar menghadapi realitas kerja sesungguhnya: tekanan waktu, tuntutan kualitas, dan tanggung jawab profesional. Dalam prosesnya, mereka belajar bahwa keberhasilan di dunia kerja *digital* tidak hanya bergantung pada kemampuan teknis, tetapi juga pada kemampuan komunikasi dan etika profesional yang kuat.

Dengan demikian, penelitian ini penting untuk memahami bagaimana mahasiswa *digital freelancer* membangun profesionalisme. Pendekatan fenomenologi akan membantu mengungkap makna subjektif dari pengalaman tersebut, memberikan gambaran yang lebih dalam tentang proses internal mahasiswa dalam mengelola komunikasi, membangun citra diri profesional, serta menumbuhkan kepercayaan klien di dunia kerja *digital* yang tanpa batas geografis.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman mahasiswa *digital freelancer* dalam membangun profesionalisme dan kepercayaan klien luar negeri melalui komunikasi daring. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk menggali makna subjektif dari pengalaman mahasiswa, termasuk bagaimana mereka menampilkan profesionalisme, mengelola interaksi, dan menumbuhkan kepercayaan klien berdasarkan pengalaman nyata di lapangan.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengalaman mahasiswa *digital freelancer* dalam membangun profesionalisme melalui komunikasi daring dengan klien luar negeri?

2. Bagaimana pengalaman mahasiswa *digital freelancer* dalam membangun kepercayaan dengan klien luar negeri?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan pengalaman mahasiswa *digital freelancer* dalam membangun profesionalisme melalui komunikasi daring dengan klien luar negeri.
2. Mendeskripsikan pengalaman mahasiswa *digital freelancer* dalam membangun kepercayaan dengan klien luar negeri melalui komunikasi daring.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi profesional, profesionalisme, *Computer-Mediated Communication*, dan kepercayaan dalam konteks kerja *digital*, khususnya dengan pendekatan fenomenologi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan *digital freelancer* dalam mengelola komunikasi daring secara profesional untuk membangun reputasi dan kepercayaan klien.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini menyediakan data empiris yang dapat digunakan sebagai rujukan dalam penelitian lanjutan mengenai pengalaman komunikasi, profesionalisme, dan kepercayaan dalam lingkungan kerja *digital*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Computer Mediated Communication

Teori *Computer Mediated Communication* merupakan teori yang dikembangkan oleh Sheizaf Rafaeli. Konsep *Computer Mediated Communication* (CMC) yaitu komunikasi yang berlangsung melalui perantara, komputer menjadi salah satu perkembangan penting dalam kajian komunikasi modern. Ide mengenai CMC lahir sebagai bagian dari difusi inovasi teknologi komunikasi, terutama terkait dengan penggunaan media baru sebagai sarana interaksi. Darmawan (2012, dalam Apriliawan 2023) menjelaskan bahwa perkembangan ini menjadikan CMC memiliki pengaruh yang semakin kuat dalam membentuk pola komunikasi yang efektif di ruang *digital*. Menurut Darmawan kemajuan ini menempatkan CMC sebagai salah satu unsur yang berperan besar dalam membangun komunikasi yang relevan pada era internet.

2.1.1 Dimensi Computer Mediated Communication

Lebih lanjut, Darmawan (2012, dalam Apriliawan 2023) menguraikan bahwa *Computer Mediated Communication* (CMC) memiliki beberapa dimensi penting yang dapat ditinjau dari berbagai aspek berikut:

1. *Accessibility* (daya jangkauan/akses informasi)

Dimensi ini menekankan bahwa proses komunikasi melalui CMC memungkinkan informasi menjangkau audiens secara luas, sehingga

akses terhadap pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

2. *Speed* (kecepatan informasi)

Aspek ini menggambarkan bagaimana pengiriman pesan melalui CMC dapat berlangsung dengan kecepatan tinggi, sehingga informasi dari sender dapat diterima oleh receiver hampir secara langsung.

3. *Amount* (jumlah/kuantitas informasi)

Dimensi ini menunjukkan bahwa CMC mampu menyediakan jumlah informasi yang memadai, sesuai kebutuhan penerima, sehingga proses pertukaran pesan dapat berlangsung lebih komprehensif.

4. *Cognitive effectiveness* (keefektifan memperoleh pengetahuan)

Pada dimensi ini, CMC berperan dalam membantu receiver memperoleh pengetahuan secara lebih efektif, karena informasi yang dikirimkan dapat memperkaya pemahaman dan wawasan penerima.

5. *Relevance* (kesesuaian informasi)

Dimensi ini menjelaskan bahwa informasi yang dikomunikasikan melalui CMC mampu memenuhi tingkat kecocokan dengan kebutuhan audiens, sehingga pesan yang diterima tetap relevan dengan konteks yang diperlukan.

6. *Motivating*

Dimensi terakhir ini menunjukkan bahwa pesan yang dikirim melalui

CMC dapat menumbuhkan motivasi bagi penerima untuk memahami, mendalami, dan kemudian mengaplikasikan informasi yang diperoleh.

Konsep *Computer Mediated Communication* (CMC) memiliki kaitan yang erat dengan penelitian ini karena mahasiswa *digital freelancer* menggunakan media komputer untuk berinteraksi dengan klien luar negeri. Dimensi-dimensi CMC seperti akses informasi, kecepatan, jumlah informasi, efektivitas kognitif, relevansi, dan motivasi berperan dalam menjangkau klien secara luas, menyampaikan informasi secara tepat, serta membangun kepercayaan dan profesionalisme antara *freelancer* dan klien.

2.2 Personal Branding

Personal branding adalah proses seseorang membentuk dan mengelola citra atau persepsi publik terhadap dirinya berdasarkan keahlian, kepribadian, nilai, dan reputasi yang ingin ditampilkan. Tujuannya adalah agar orang lain seperti klien, rekan kerja, atau masyarakat melihat individu tersebut sebagai sosok yang profesional, kompeten, dan dapat dipercaya. Menurut Permatasari dan Azam (2024), *personal branding* merupakan proses membentuk, menarik, dan memelihara persepsi masyarakat terhadap keahlian, prestasi, serta nilai-nilai yang dimiliki individu.

2.2.1 Manfaat Personal Branding

Menurut Novita *et al.* (2024), *personal branding* memberikan berbagai manfaat bagi individu, terutama dalam konteks profesional dan karier:

1. Visibilitas dan Pengenalan

Personal branding yang kuat membuat individu lebih mudah dikenali dan diingat oleh rekan kerja, klien, serta komunitas profesional di bidangnya.

2. Peningkatan Kredibilitas

Strategi *personal branding* yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan orang lain terhadap kemampuan dan profesionalisme individu.

3. Diferensiasi dari Pesaing

Dengan menonjolkan keunikan, keahlian khusus, dan nilai tambah, *personal branding* memungkinkan individu berbeda dari pesaing dalam lingkungan kerja yang kompetitif.

4. Peningkatan Peluang Karier

Personal branding yang baik membuka kesempatan untuk promosi, proyek penting, dan kolaborasi dengan profesional lain.

5. Pengaruh dan Otoritas

Individu dapat membangun reputasi sebagai pemimpin pemikiran atau figur berpengaruh di bidangnya melalui *personal branding* yang konsisten.

6. Memperluas Jaringan dan Koneksi

Personal branding membantu memperluas relasi profesional, termasuk mentor, rekan, dan pihak yang dapat memberikan peluang kerja atau dukungan.

7. Pengembangan Profesional dan Pribadi

Proses membangun *personal branding* mendorong refleksi diri, pengembangan keterampilan komunikasi, dan peningkatan kompetensi profesional.

8. Resiliensi dan Manajemen Reputasi

Personal branding yang matang membantu individu menjaga reputasi dan tetap relevan saat menghadapi tantangan atau perubahan dalam karier dan industri.

Dengan menerapkan *personal branding* secara tepat, individu dapat memaksimalkan peluang karier, memperluas jaringan profesional, serta memperkuat pengaruhnya di lingkungan kerja.

2.2.2 Tantangan dalam mengelola *personal branding*

Dalam Novita et al., (2024), Meskipun *personal branding* menawarkan berbagai manfaat, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan agar branding individu dapat berjalan efektif:

1. Konsistensi

Salah satu tantangan utama adalah menjaga konsistensi dalam menyampaikan pesan, nilai, dan citra kepada audiens. Ketidakkonsistenan dapat menimbulkan kebingungan dan menurunkan tingkat kepercayaan publik.

2. Autentisitas

Menjaga keaslian diri dalam membangun *personal branding* merupakan

tantangan penting. Upaya berlebihan untuk tampil berbeda dari diri sebenarnya dapat merusak reputasi dan integritas individu.

3. Pengelolaan Waktu

Aktivitas *personal branding*, seperti menyusun konten, membangun kehadiran online, dan berinteraksi dengan audiens, membutuhkan investasi waktu yang signifikan dan perencanaan yang matang.

4. Manajemen Reputasi

Dalam era *digital*, reputasi dapat terbentuk maupun rusak dengan cepat. Oleh karena itu, pengelolaan reputasi memerlukan pemantauan cermat terhadap umpan balik dan respons yang tepat terhadap situasi yang berkembang.

5. *Overexposure* atau *Underexposure*

Menemukan keseimbangan antara tampil menonjol dan tidak berlebihan merupakan tantangan tersendiri. Hal ini membutuhkan pemahaman tentang audiens target dan platform yang digunakan untuk membangun brand.

6. Perubahan Karier atau Minat

Personal branding perlu fleksibilitas agar tetap relevan ketika terjadi perubahan dalam karier, minat, atau tujuan individu. Adaptasi yang tepat menjadi kunci agar branding tetap efektif.

7. Kesulitan Mengukur Keberhasilan

Menilai efektivitas *personal branding* dapat sulit, terutama untuk aspek yang bersifat subjektif seperti pengaruh atau reputasi. Diperlukan kerangka evaluasi yang jelas untuk mengukur pencapaian.

8. Keamanan dan Privasi

Tingginya eksposur online menimbulkan risiko terhadap keamanan dan privasi. Individu perlu berhati-hati dalam mengelola informasi pribadi dan mengambil langkah-langkah perlindungan dari ancaman *digital*.

Dengan menyadari serta menghadapi berbagai tantangan dalam *personal branding*, individu mampu membangun dan mempertahankan *personal branding* yang kuat dan efektif untuk mendukung pencapaian tujuan karier dan perkembangan pribadi. Di tengah dunia yang semakin terhubung dan kompetitif, *personal branding* tidak lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan bagi mereka yang ingin meraih kesuksesan dan memberikan pengaruh positif di lingkungan sekitarnya. Dengan mengelola *personal branding* secara konsisten, autentik, dan relevan, individu tidak hanya meningkatkan visibilitas dan kredibilitas, tetapi juga membuka peluang untuk pertumbuhan profesional yang berkelanjutan. *Personal branding* bukan tentang menciptakan citra yang sempurna, melainkan menonjolkan keunikan serta nilai-nilai yang membedakan diri seseorang dari orang lain. Melalui pendekatan strategis dan komitmen untuk terus belajar serta beradaptasi terhadap perubahan, *personal branding* dapat menjadi fondasi yang kuat untuk meraih kesuksesan dan pengaruh yang signifikan dalam karier profesional.

2.3 Kepercayaan

Teori Kepercayaan (*Trust Theory*) adalah kerangka kerja yang mempelajari konsep kepercayaan antara individu atau entitas terhadap orang lain, organisasi, atau teknologi. Teori ini mencakup bagaimana kepercayaan terbentuk, faktor-faktor yang memengaruhi, dan dampaknya dalam hubungan dan interaksi (Mayer et al., 1995, dalam Budiarti et al., 2024).

2.3.1 Elemen-Elemen Penting dalam Kepercayaan

Teori ini menyoroti beberapa aspek penting:

- Elemen-elemen Kepercayaan: Meliputi keyakinan terhadap keandalan, keadilan, integritas, dan kemampuan dari entitas atau individu yang dipercayai.
- Faktor-faktor Pembentuk Kepercayaan: Termasuk pengalaman sebelumnya, transparansi, komunikasi, dan konsistensi dalam perilaku entitas atau individu yang memengaruhi tingkat kepercayaan.
- Dampak Kepercayaan: Memahami bagaimana kepercayaan mempengaruhi interaksi, kolaborasi, keputusan, dan hubungan jangka panjang antara pihak yang terlibat.

2.3.2 Faktor-Faktor Kepercayaan

Menurut Mayer et al. (1995, dalam Nurmanah & Nugroho, 2021), terdapat faktor-faktor yang dapat membangun kepercayaan konsumen, sebagai berikut:

1. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual atau organisasi dalam mempengaruhi wilayah yang spesifik.

2. Kebaikan hati (*benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen.

3. Integritas (*integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya, serta apakah informasi yang diberikan pada konsumen benar atau tidak.

Dalam lingkungan kerja daring, terutama bagi mahasiswa yang berperan sebagai *digital freelancer*, kepercayaan menjadi aspek yang sangat krusial. Kepercayaan dapat dipahami sebagai keyakinan klien terhadap kemampuan, integritas, dan perilaku profesional individu, sehingga mereka merasa aman dan yakin untuk menjalin kerja sama. Tingkat kebahagiaan pelanggan terhadap barang atau jasa yang mereka terima, kualitas layanan yang mereka terima, dan rasa yakin mereka bahwa bisnis tersebut memiliki reputasi positif di masyarakat, semuanya berkorelasi kuat dengan tingkat kepercayaan mereka (Sumadi et al., 2021).

Bagi mahasiswa *digital freelancer*, membangun kepercayaan tidak hanya bergantung pada kualitas hasil kerja, tetapi juga pada cara mereka menampilkan personal branding melalui komunikasi yang jelas, etika kerja yang konsisten, dan tanggung jawab dalam memenuhi ekspektasi klien. Dengan *personal branding* yang kuat, mahasiswa dapat menunjukkan kompetensi, kejujuran, dan

profesionalisme, yang secara langsung mempengaruhi persepsi klien dan memperkuat tingkat kepercayaan dalam hubungan kerja daring.

2.4 Profesionalisme

Profesionalisme adalah konsep yang mencakup sikap, perilaku, dan kemampuan individu dalam menjalankan pekerjaan atau profesinya sesuai dengan standar tinggi yang berlaku. Profesionalisme tidak hanya berkaitan dengan kompetensi teknis, tetapi juga mencakup etika kerja, integritas, disiplin, kualitas hasil kerja, serta kemampuan berkomunikasi dan bekerja sama dengan pihak lain secara efektif. Menurut Rivai et al. (2019, dikutip dalam Supriyadi et al., 2021), profesionalisme adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam sebuah organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika.

Dalam konteks mahasiswa *digital freelancer*, profesionalisme tercermin melalui kemampuan mereka menyelesaikan tugas dengan kualitas unggul, menunjukkan tanggung jawab, menjaga etika kerja, berkomunikasi secara sopan dan tepat waktu, serta membangun citra diri atau *personal branding* yang meyakinkan klien. Menurut Vitalia dan Widyawati (2016, dikutip dalam Sarjono & Prasetyo, 2021), seorang yang memiliki tingkat profesionalisme yang tinggi secara otomatis menghasilkan kinerja atau *output* dengan kualitas yang baik.

Menurut Siagian (2014, dikutip dalam Ningsih, Sunaryo, & Rizal, 2021), Profesionalisme adalah pelaksanaan proses dalam hal dilakukan secara profesional, pada waktu yang tepat, dan dengan prosedur yang mudah diakses. Lebih lanjut,

profesionalisme kerja dapat dipahami sebagai pandangan atau sikap mental berupa komitmen dari anggota suatu profesi untuk senantiasa mewujudkan dan meningkatkan kualitas profesionalnya dalam menjalankan pekerjaan sesuai dengan kode etik profesi.

2.4.1 Indikator-Indikator Profesionalisme

Menurut Sedarmayanti (2018, dikutip dalam Hasibuan & Yuliana, 2023, hlm. 529-536), indikator profesionalisme kerja adalah sebagai berikut:

1. Kompetensi: kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan seseorang yang dituntut oleh pekerjaan tersebut, kompetensi yang harus dimiliki adalah keterampilan dan pengetahuan.
2. Efektivitas: suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas, waktu) yang telah dicapai.
3. Efisiensi: dapat diartikan sebagai perbandingan antara *input* dan *output*, tenaga dan hasil, biaya dan kesenangan yang dihasilkan.
4. Tanggung jawab: kesanggupan seorang pegawai untuk menyelesaikan pekerjaan yang diserahkan kepadanya dengan sebaik-baiknya tepat pada waktunya dan berani mengambil resiko atas keputusan yang dibuatnya.

Dengan demikian, profesionalisme menjadi fondasi utama dalam menciptakan kepercayaan, memperkuat reputasi, dan mendukung kesuksesan dalam lingkungan kerja daring yang kompetitif.

2.5 Fenomenologi

2.5.1. Pengertian Fenomenologi

Fenomenologi adalah salah satu pendekatan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami pengalaman subjektif individu secara mendalam. Dengan fenomenologi, peneliti berusaha menggali persepsi, emosi, dan pandangan para partisipan untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai pengalaman yang sedang diteliti.

Dalam konteks penelitian komunikasi mahasiswa *digital freelancer*, pendekatan fenomenologi memungkinkan peneliti untuk memahami pengalaman mereka dalam membangun *personal branding*, profesionalisme, dan kepercayaan dengan klien luar negeri. Pendekatan ini membantu mengungkap bagaimana mahasiswa menafsirkan interaksi daring mereka, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang diterapkan untuk menciptakan citra profesional dan membangun kepercayaan klien.

Fenomenologi menekankan pentingnya menggali pengalaman dari sudut pandang partisipan sendiri, tanpa menambahkan asumsi atau interpretasi dari peneliti secara berlebihan. Fenomenologi merupakan pendekatan penelitian kualitatif yang menekankan pemahaman terhadap pengalaman subjektif individu. Littlejohn dan Foss mengungkapkan bahwa fenomenologi berkaitan dengan persepsi terhadap suatu benda, peristiwa, atau keadaan; pengetahuan berasal dari

pengalaman sadar, sehingga fenomenologi menekankan membiarkan segala sesuatu muncul sebagaimana adanya (Nasir et al., 2023).

Littlejohn, yang mengutip Stanley Deetz, menyoroti tiga gagasan mendasar dari fenomenologi. Pertama, pengetahuan ditemukan langsung dari pengalaman sadar, bukan disimpulkan dari pengalaman; peneliti mengkaji pengalaman subjek penelitian. Kedua, pentingnya sesuatu ditentukan oleh kegunaannya dalam kehidupan seseorang, di mana makna hidup individu menentukan hubungan sosial yang terbentuk; peneliti menafsirkan situasi yang ditemui subjek penelitian. Ketiga, bahasa merupakan alat untuk menyampaikan makna; seseorang menafsirkan pengalamannya melalui kata-kata, sehingga wawancara menjadi metode penting dalam memahami fenomena yang sedang diselidiki (Nasir et al., 2023).

Dari perspektif ini, permasalahan yang dikaji dalam fenomenologi antara lain: bagaimana seseorang mempersepsikan suatu fenomena, apa reaksi individu terhadap pengalaman tersebut, dan apa arti penting fenomena tersebut bagi subjek (Nasir et al., 2023).

2.5.2 Langkah-Langkah Pengumpulan dan Analisis Data

Menurut Creswell, dalam praktik penelitian fenomenologi, langkah-langkah pengumpulan dan analisis data mengikuti prosedur yang sistematis (Nasir et al., 2023):

1. Penentuan Lokasi dan Individu

Informan penelitian harus merupakan individu yang pernah mengalami fenomena yang diteliti dan mampu mengungkapkan pengalaman sadar

mereka. Lokasi penelitian dapat berada di satu tempat atau tersebar, tergantung pada individu yang dipilih.

2. Proses Pendekatan

Peneliti harus membangun akses dan hubungan baik dengan informan, sebuah proses yang memerlukan kesabaran dalam wawancara untuk mengekspresikan pengalaman mereka.

3. Strategi Penentuan Pemilihan Informan

Semua individu yang diteliti harus mewakili orang-orang yang pernah mengalami fenomena tersebut. Pemilihan informan harus mempertimbangkan kemampuan mereka mengkomunikasikan sudut pandang dan pengalaman terkait topik penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumen, dan bahan audio-visual (foto dan rekaman video).

5. Prosedur Pencatatan Data

Peneliti dianjurkan untuk menggunakan judul, memberi jarak antar pertanyaan, menjaga kontak mata, dan menuliskan kesimpulan wawancara.

6. Isu-isu Lapangan

Peneliti mencatat peristiwa yang diperoleh selama observasi, termasuk kejadian yang relevan dengan permasalahan penelitian.

7. Penyimpanan Data

Data disimpan dengan membuat cadangan komputer, merekam wawancara, mencatat informasi, melindungi data anonim, dan membuat matriks data untuk identifikasi lokasi dan informan.

8. Tahap Pelaporan

Laporan penelitian meliputi pemeriksaan dan pengolahan data; peneliti menjelaskan pengalaman secara rinci, mengidentifikasi pernyataan, mengelompokkan pernyataan ke dalam kategori relevan, menyusun deskripsi tekstual dan struktural, serta mengembangkan deskripsi komprehensif tentang makna dan inti pengalaman (Nasir et al., 2023).

Dengan demikian, fenomenologi menjadi metodologi yang tepat untuk memahami dunia subjektif mahasiswa *digital freelancer*, termasuk bagaimana mereka menyusun strategi komunikasi, menunjukkan profesionalisme, dan membentuk *personal branding* dalam konteks kerja daring.

2.6 Peneletian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan tinjauan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan topik penelitian ini. Bagian ini bertujuan untuk menggali temuan, konsep, dan pendekatan yang telah digunakan oleh peneliti sebelumnya, sehingga dapat memberikan dasar, pembandingan, dan arah bagi penelitian mengenai pengalaman komunikasi mahasiswa *freelancer digital* dalam membangun profesionalisme dan kepercayaan dengan klien luar negeri. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Deskripsi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Peran Fitur Fiverr dan Manfaatnya bagi <i>Digital Freelancer</i>	Muhammad Elfan Hernantyo, Vania Gunawan, dan Erica Adriana	2024	Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana fitur Fiverr mendukung <i>digital freelancer</i> dalam <i>gig economy</i> , menganalisis	Keduanya membahas pengalaman <i>freelancer</i> dalam berinteraksi dengan klien dan pentingnya	Penelitian ini fokus pada komunikasi mahasiswa <i>digital freelancer</i> dengan klien luar negeri, sedangkan penelitian

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Deskripsi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				manfaat bagi klien dan <i>freelancer</i> melalui studi literatur.	<i>platform digital</i> untuk membangun kepercayaan.	terdahulu tersebut lebih pada peran fitur Fiverr secara umum tanpa menekankan aspek komunikasi internasional.
2.	Peran <i>Digital</i> Freelance Marketplace dan Media Sosial untuk Jual Beli Jasa Profesional	Nina Mia Aristi	2021	Penelitian ini mengkaji peran <i>digital freelance</i> marketplace dan media sosial dalam memfasilitasi transaksi jual beli jasa profesional	Keduanya membahas pengalaman komunikasi antara penyedia jasa (<i>freelancer</i>) dan	Penelitian ini lebih berfokus pada pengalaman komunikasi mahasiswa <i>digital freelance</i> dengan

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Deskripsi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Lepas dalam <i>Gig Economy</i>			dalam <i>gig economy</i> . Dengan menggunakan survei <i>online</i> , penelitian ini menganalisis karakteristik pengguna dan membandingkan peran kedua platform dalam konteks penyediaan jasa.	klien, serta fokus pada aspek profesionalisme dalam konteks <i>gig economy</i> .	klien luar negeri, sedangkan penelitian terdahulu tersebut membahas perbandingan peran <i>marketplace</i> dan media sosial secara umum dalam konteks jual beli jasa profesional.
3.	Evolusi Ekonomi di Era <i>Digital</i> :	Moch. Zirzis	2024	Penelitian ini mengkaji dampak <i>digitalisasi</i> yang	Keduanya membahas peran	Penelitian ini fokus pada pengalaman

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Deskripsi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Kontribusi Generasi Z dalam Perekonomian			dibawa oleh Generasi Z terhadap sektor ekonomi. Menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini mengeksplorasi perubahan pola konsumsi, pertumbuhan ekonomi <i>digital</i> dan <i>gig economy</i> , serta transformasi pasar tenaga kerja. Survei	generasi muda (Generasi Z) dalam ekonomi, dengan fokus pada bagaimana mereka beradaptasi dan berkontribusi terhadap perubahan dalam model ekonomi <i>digital</i> .	komunikasi mahasiswa <i>freelancer</i> dalam membangun profesionalisme dan kepercayaan dengan klien luar negeri, sementara penelitian terdahulu lebih luas, membahas kontribusi Generasi Z secara umum dalam perekonomian <i>digital</i>

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Deskripsi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				dilakukan terhadap 500 responden untuk mengumpulkan data tentang perilaku ekonomi Generasi Z.		tanpa penekanan khusus pada aspek komunikasi.
4.	Peran <i>Digital Freelancer</i> Marketplace dan Media Sosial Terhadap Perkembangan <i>Gig Economy Worker</i>	Kadek Masakazu, Ersi Sisdianto, Gede Suwardika, Dhimas Setyo Nugroho	2023	Penelitian ini mengkaji peran <i>digital freelancer</i> marketplace dan media sosial dalam mendukung perkembangan pekerja <i>gig economy</i> di Indonesia.	Keduanya membahas fenomena <i>gig economy</i> dan peran platform <i>digital</i> dalam mendukung pekerja, dengan fokus pada	Penelitian ini lebih terfokus pada pengalaman komunikasi mahasiswa <i>digital freelancer</i> dalam membangun

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Deskripsi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian studi kasus, penelitian ini menemukan bahwa perhatian pemerintah dalam memberikan jaminan sosial untuk pekerja <i>gig</i> masih minim. Hasil menunjukkan bahwa marketplace dan media	bagaimana platform-platform ini mempengaruhi karir dan pendapatan pekerja.	profesionalisme dan kepercayaan dengan klien luar negeri, sedangkan penelitian terdahulu tersebut lebih berfokus pada peran marketplace dan media sosial secara umum dalam mendukung perkembangan pekerja <i>gig economy</i> .

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Deskripsi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				sosial berperan penting dalam meningkatkan pendapatan dan peluang kerja bagi <i>freelancer</i> .		
5.	Mahasiswa dan <i>Gig Economy</i> : Kerentanan Pekerja Lepas (<i>Freelancer</i>) di Kalangan Tenaga Kerja Terdidik	Afifa Yustisia Firdasanti, Afiyati Din Khailany, Nur Ahmad Dzulkirom, Tiur Maulina Putri Sitompul, Amalinda Savirani	2021	Penelitian ini mengeksplorasi tren <i>gig economy</i> di kalangan mahasiswa sebagai pekerja lepas, fokus pada motivasi mereka untuk bekerja dan kondisi kerentanan yang	Keduanya membahas pengalaman mahasiswa dalam <i>gig economy</i> , dengan fokus pada tantangan dan kerentanan yang	Penelitian ini lebih terfokus pada pengalaman komunikasi mahasiswa <i>freelancer digital</i> dengan klien luar negeri, sementara penelitian

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Deskripsi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				mereka hadapi, seperti upah rendah dan ketidakjelasan kontrak. Menggunakan metode campuran, penelitian ini melibatkan survei <i>online</i> dan wawancara mendalam untuk mengumpulkan data tentang pengalaman kerja mahasiswa.	dihadapi dalam pekerjaan lepas.	terdahulu tersebut lebih menekankan pada kondisi kerja dan kerentanan pekerja lepas di kalangan mahasiswa tanpa penekanan khusus pada aspek komunikasi internasional.

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Deskripsi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
6.	Mahasiswa dan <i>Gig Economy</i> : Kerentanan Pekerja Lepas (<i>Freelancer</i>) di Kalangan Tenaga Kerja Terdidik	Afifa Yustisia Firdasanti, Afiyati Din Khailany, Nur Ahmad Dzulkirom, Tiur Maulina Putri Sitompul, Amalinda Savirani	2021	Penelitian ini menyelidiki tren <i>gig economy</i> di kalangan mahasiswa yang berprofesi sebagai pekerja lepas. Fokus utama penelitian adalah pada motivasi mahasiswa untuk terlibat dalam pekerjaan lepas dan kondisi kerentanan yang mereka hadapi,	Keduanya membahas pengalaman mahasiswa dalam <i>gig economy</i> , dengan penekanan pada tantangan dan kerentanan yang dihadapi dalam pekerjaan lepas.	Penelitian ini lebih terfokus pada pengalaman komunikasi mahasiswa <i>digital freelancer</i> dengan klien luar negeri, sedangkan penelitian terdahulu tersebut lebih menekankan pada kondisi kerja dan kerentanan

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Deskripsi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				termasuk upah rendah dan ketidakjelasan kontrak kerja. Metode yang digunakan adalah campuran antara kuantitatif dan kualitatif, dengan survei dan wawancara mendalam.		pekerja lepas di kalangan mahasiswa secara umum.
7.	Ekonomi Gig: Peluang Dan Tantangan Di Era Kerja Fleksibel	Ode Kamarudin dan Arif	2024	Penelitian kualitatif studi kasus di Indonesia untuk mengeksplorasi peluang (peningkatan	Kedua penelitian berfokus pada individu yang bekerja secara	Penelitian terdahulu tersebut bersifat lebih umum (peluang, tantangan,

No	Judul Penelitian	Peneliti	Tahun	Deskripsi Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				pendapatan, fleksibilitas) dan tantangan (ketidakpastian pendapatan, kurangnya perlindungan sosial, kesehatan mental) dalam ekonomi gig, melibatkan 30 responden (pekerja gig, pengusaha, pengguna platform)	fleksibel atau lepas (pekerja gig atau <i>freelancer</i>) dalam konteks ekonomi gig dan <i>digital</i> dan sama-sama mengkaji tantangan dan peluang pekerja lepas tersebut.	perlindungan sosial) dan dilakukan di Indonesia. Penelitian ini bersifat lebih spesifik (studi fenomenologi komunikasi) dan fokus pada klien luar negeri.

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

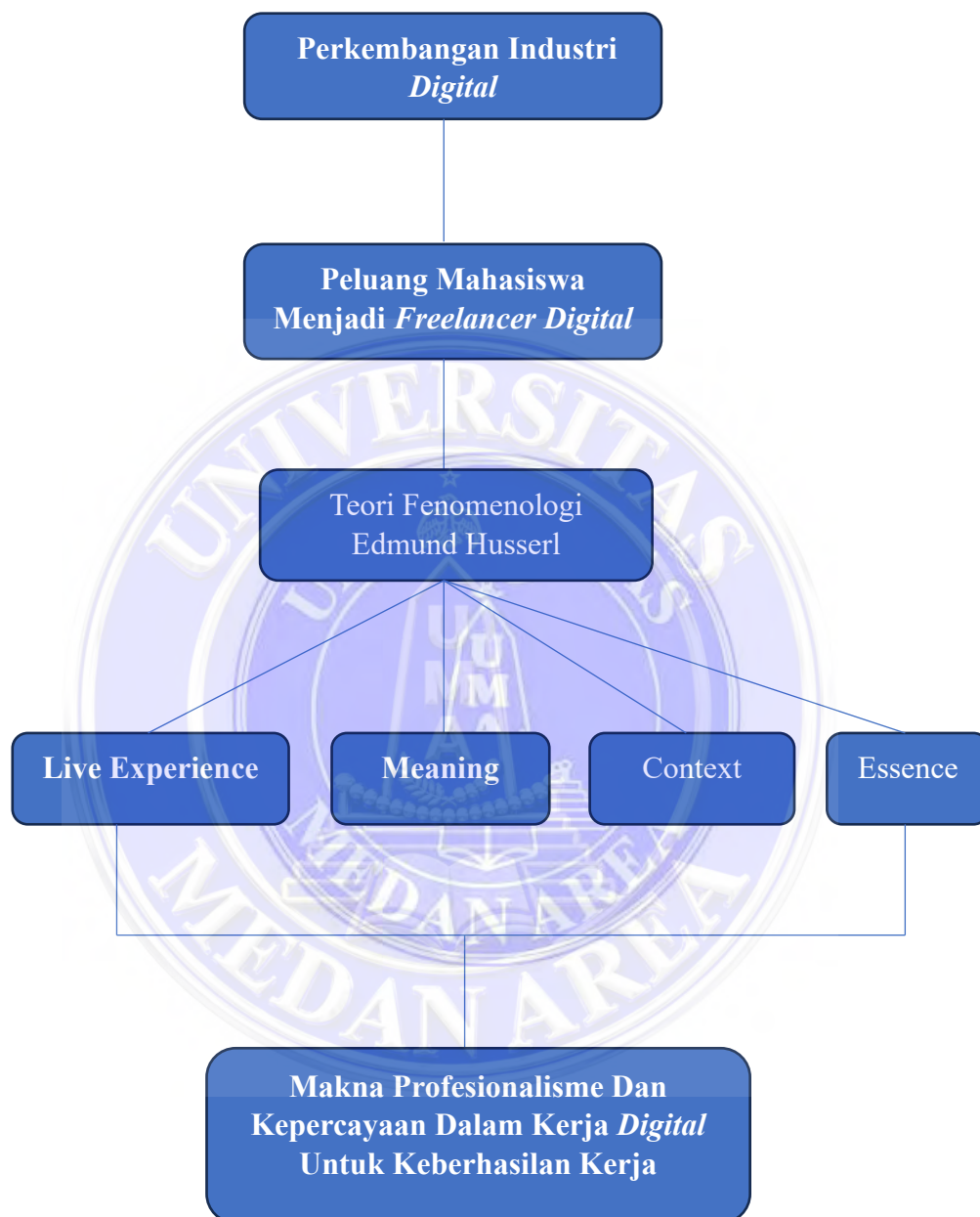
2.7 Kerangka Berpikir

Perkembangan industri *digital* memberikan peluang bagi mahasiswa untuk menjadi *freelancer* dan bekerja sama dengan klien luar negeri. Dalam proses tersebut, mahasiswa mengalami berbagai bentuk komunikasi profesional yang menjadi fokus penelitian ini. Pengalaman komunikasi (*lived experience*) tersebut meliputi interaksi saat negosiasi, penyampaian brief, pemberian umpan balik, hingga penyelesaian proyek.

Dari pengalaman-pengalaman tersebut, mahasiswa kemudian membentuk pemaknaan (*meaning*) mengenai bagaimana profesionalisme dan kepercayaan dibangun dalam hubungan kerja *digital*. Pemaknaan ini muncul melalui respon, dinamika interaksi, serta pengalaman mereka dalam mengelola ekspektasi klien.

Pengalaman tersebut juga dipengaruhi oleh konteks (*context*) kerja *digital* lintas budaya, seperti perbedaan bahasa, media yang digunakan, zona waktu, serta karakter platform kerja yang digunakan. Konteks ini menjadi latar yang membentuk cara mahasiswa memahami dan menyesuaikan strategi komunikasinya.

Keseluruhan pengalaman, makna, dan konteks tersebut menghasilkan esensi (*essence*) pengalaman mahasiswa *freelancer digital* dalam membangun profesionalisme dan kepercayaan dengan klien luar negeri. Esensi inilah yang ingin diungkap melalui pendekatan fenomenologi dalam penelitian ini



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

Gambar2. 1 Kerangka Berfikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi digunakan karena penelitian berupaya memahami secara mendalam pengalaman komunikasi mahasiswa *freelancer digital* dalam membangun kepercayaan dan profesionalisme dengan klien luar negeri di lingkungan kerja daring.

Metode kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan fenomena sosial secara alami dan kontekstual berdasarkan pandangan serta pengalaman informan. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah (Walidin et al., 2015, dalam Fadli, 2021). Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis, tetapi untuk menggali makna, strategi, dan pengalaman komunikasi yang dijalankan mahasiswa dalam konteks kerja *digital* lintas budaya.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini tidak dibatasi pada satu lokasi tertentu, karena subjek penelitian merupakan mahasiswa *digital freelancer* yang tersebar di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat

memperoleh data yang lebih beragam dan representatif mengenai pengalaman komunikasi mahasiswa dari latar belakang kampus yang berbeda.

Dengan demikian, penelitian dilakukan secara daring (*online*) melalui platform komunikasi *digital* seperti *Zoom*, *Google Meet*, dan *WhatsApp*, dan *Discord* menyesuaikan kondisi serta ketersediaan informan.

Adapun waktu penelitian direncanakan berlangsung selama bulan Desember 2025 hingga Januari 2026, yang mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, wawancara mendalam, analisis, dan penyusunan laporan hasil penelitian.

3.3 Informan Penelitian

Informan diperlukan untuk pengambilan data dalam penelitian kualitatif. Menurut Bungin (dalam Rujakar 2021) informan adalah orang yang diwawancarai, diminta informasi oleh pewawancara, informan ini juga diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian.

Informan dalam penelitian ini ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian.

Kriteria informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif di perguruan tinggi di Indonesia.
2. Telah bekerja sebagai *digital freelancer* minimal dua tahun
3. Memiliki pengalaman bekerja dengan klien luar negeri.

4. Bersedia memberikan data dan pengalaman secara terbuka kepada peneliti.

Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian ini melibatkan tiga orang informan utama, serta satu orang triangulator yang juga memiliki pengalaman serupa dan berperan sebagai pihak pembanding untuk memperkuat keabsahan data. Adapun Informan dalam penelitian ini ialah:

1. Informan Kunci:

Nama : Brain Rizki Harris Tarigan
Asal Perguruan Tinggi : Universitas Medan Area
Program Studi : Teknik Elektro
Bidang *Digital Freelancer*: Level Designer
Lama Pengalaman : 5 Tahun

2. Informan Utama:

Nama : Welson Hendra
Asal Perguruan Tinggi : Universitas Medan Area
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang *Digital Freelancer*: 3D Designer
Lama Pengalaman : 4 Tahun

3. Informan Pendukung:

Nama : Rafli Ghani
Asal Perguruan Tinggi : Binus University
Program Studi : Ilmu Komputer
Bidang *Digital Freelancer*: Web Developer
Lama Pengalaman : 3 Tahun

3.4 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung melalui wawancara mendalam dengan para informan utama dan triangulator. Data ini mencakup pengalaman, pandangan, dan proses komunikasi mahasiswa *digital freelancer* dalam membangun kepercayaan dan profesionalisme dengan klien luar negeri.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari literatur dan dokumen pendukung, seperti buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, artikel *online*, dan sumber lain yang relevan dengan topik komunikasi *digital*, profesionalisme, dan kepercayaan dalam kerja *digital*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam secara daring dan dokumentasi *digital* sebagai pelengkap.

1. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*) Daring

- a) Wawancara dilakukan secara daring dengan mahasiswa *digital freelancer* yang memiliki pengalaman bekerja dengan klien luar negeri.

- b) Tujuannya untuk memperoleh informasi mendalam mengenai pengalaman, pandangan, dan proses komunikasi dalam membangun kepercayaan serta profesionalisme.

2. Dokumentasi *Digital*

- a. Peneliti mengumpulkan data dari portofolio *online*, riwayat proyek, testimoni klien, atau dokumen *digital* lainnya yang relevan.
- b. Tujuannya untuk memperkuat temuan dari wawancara dengan bukti konkret mengenai praktik profesionalisme dan kepercayaan dalam kerja *digital*.

Dengan kombinasi kedua teknik ini, penelitian dapat memperoleh data yang *valid* dan komprehensif, meskipun seluruh proses dilakukan secara daring.

3.6 Teknik Analisis Data

Data penelitian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Kase, Sukiatni, & Kusumandari, 2023) , yang meliputi tahapan utama:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemustan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang timbul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus-menerus sepanjang penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul seperti tampak dari kerangka konseptual penelitian,

permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipunyai peneliti. Reduksi data memuat: (1) meringkas data, (2) mengkode, (3) menelusur tema, (4) membuat gugus-gugus. Caranya: seleksi ketat atas data, uraian singkat atau ringkasan, dan mengelompokkan ke dalam pola yang lebih luas. Meringkas hasil pengumpulan data ke dalam konsep, kategori, dan tema-tema, itulah kegiatan reduksi data, pengumpulan data dan reduksi data saling berhubungan dengan melalui konklusi dan penyajian data, ia tidak bersifat sekali jadi, namun secara bolak-balik, melingkar. Kompleksitas masalah tergantung pada ketajaman pisau analisis. perkembangannya sifatnya interaktif dan sekuensial, bahkan melingkar. Kompleksitas permasalahan bergantung pada ketajaman pisau analisis. Data hasil wawancara dan observasi diseleksi, difokuskan, dan disederhanakan sesuai kebutuhan penelitian.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data yaitu aktivitas saat sekumpulan informasi disusun, sehingga memberikan kemungkinan akan adanya pengambilan tindakan dan penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif bisa berupa teks naratif berbentuk catatan matriks, lapangan, jaringan, grafik serta bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun pada sebuah bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga mempermudah dalam melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan telah sesuai atau sebaliknya melaksanakan analisis kembali. Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk mempermudah peneliti memahami pola komunikasi dan hubungan antar temuan.

3. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing/Verification) Kesimpulan ditarik dari hasil interpretasi data dan diverifikasi ulang dengan informan agar temuan yang dihasilkan valid dan menggambarkan pengalaman sebenarnya.

3.7 Teknik Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan dan kredibilitas data, penelitian ini menggunakan pendekatan triangulasi menurut Norman K. Denzin, sebagaimana dikutip oleh Susanto dan Jailani (2023) yang salah satunya adalah Triangulasi Sumber. Triangulasi diterapkan untuk meningkatkan validitas temuan melalui berbagai strategi dan penelitian ini menggunakan Triangulasi Sumber sebagai teknik keabsahan datanya, dimana data diperoleh dari wawancara mendalam dengan tiga informan utama dan satu triangulator, serta dokumentasi *digital* berupa portofolio *online* dan testimoni klien. Triangulasi sumber membantu memverifikasi konsistensi informasi dan memperkuat validitas temuan. Adapun Triangulator sumber dalam penelitian ini ialah:

Nama : Djaka Pradana Jaya Priambudi

Asal Perguruan Tinggi : Lulusan Binus University

Bidang *Digital Freelancer*: Senior *Digital Freelancer* bidang *programming*

Lama pengalaman : 8 Tahun

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian, pengalaman mahasiswa *digital freelancer* dalam membangun profesionalisme dilakukan melalui praktik komunikasi daring yang jujur, jelas, dan efisien dengan klien luar negeri. Profesionalisme ditunjukkan dari kemampuan informan dalam menyesuaikan gaya komunikasi menjadi lebih *to the point*, menjaga responsivitas, serta menyampaikan kondisi secara terbuka ketika menghadapi kendala, termasuk situasi *force majeure*.

Selain itu, profesionalisme juga dibangun melalui penguasaan keterampilan teknis yang sesuai dengan kebutuhan klien, keterbukaan terhadap kritik, serta komitmen dalam menyelesaikan pekerjaan secara tepat waktu. Pengalaman ini menunjukkan bahwa profesionalisme tidak hanya dipahami sebagai status pekerjaan, tetapi sebagai tanggung jawab dalam menjaga kualitas komunikasi dan hasil kerja secara konsisten, meskipun berada dalam peran ganda sebagai mahasiswa dan *freelancer*.

2. Berdasarkan hasil penelitian, pengalaman mahasiswa *digital freelancer* dalam membangun kepercayaan dengan klien luar negeri dilakukan melalui sikap jujur, konsisten, dan bertanggung jawab dalam setiap proses kerja. Kepercayaan terbentuk ketika informan mampu menyampaikan batas kemampuan secara terbuka, menolak pekerjaan yang tidak sesuai kapasitas,

serta proaktif dalam memberikan informasi terkait perkembangan dan kendala proyek.

Selain itu, pemenuhan komitmen waktu, kualitas hasil kerja yang sesuai ekspektasi, serta komunikasi yang transparan menjadi faktor utama dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan klien. Pengalaman ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui konsistensi perilaku profesional yang ditunjukkan secara berkelanjutan, sehingga menghasilkan loyalitas klien dan keberlanjutan kerja sama.

5.2 Saran

1. Saran Akademik

Bagi institusi pendidikan tinggi, penelitian ini menyarankan perlunya pengakuan terhadap kompetensi *digital* yang dibangun mahasiswa di luar kurikulum formal. Kampus diharapkan dapat mengintegrasikan materi mengenai etika komunikasi profesional lintas budaya dan manajemen proyek *digital* ke dalam kurikulum atau pelatihan *soft skill*.

2. Saran Praktis

Bagi mahasiswa yang ingin terjun ke dunia *digital freelance*, disarankan untuk mengutamakan kejujuran dan transparansi sejak awal interaksi dengan klien. Profesionalisme tidak hanya dibangun melalui *skill* teknis, tetapi melalui keberanian untuk berkomunikasi secara jujur mengenai batasan kemampuan dan kendala yang dihadapi. Asah kemampuan untuk bekal diri.

3. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas fokus kajian dengan menggunakan perspektif teoretis yang berbeda. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat melakukan kajian untuk melihat bagaimana profesional yang mereka bangun mempengaruhi perjalanan karier jangka panjang mahasiswa *digital freelancer* setelah mereka lulus kuliah.



DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R., Mulia, S., Siagian, S. M., & Abbas, M. (2025). Edmund Husserl. *Mesada: Journal of Innovative Research*, 2(2), 1211-1221.
- Aditiyawarman, M. A. (2025). How To Improve Employability Skill and Career Adaptability. Indonesia Emas Group.
- Apriliawan, E. (2023). Upaya Peningkatan Merek Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Sicepat Indonesia Terhadap Penggunaan Sosial Media Instagram. *ADVIS (Journal of Advertising)*, 2(2).
- Aristi, N. M. (2021). Peran *Digital* Freelance Marketplace dan Media Sosial untuk Jual Beli Jasa Profesional Lepas dalam Gig Economy.
- Barlage, M., Born, A. V., & Witteloostuijn, A. V. (2022). The needs of *freelancers* and the characteristics of 'gigs': Creating beneficial relations between *freelancers* and their hiring organizations. *Emerald Open Research*, 1(4).
- Bimagfiranda, S. R., Pertiwi, A. A., & Sirait, S. (2024). Metode Fenomenologi Edmund Husserl dalam Pendidikan Islam. *Al-Abshor: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 76-87.
- Budiarti, S., & Morita, E. (2024). Teknologi Fintech sebagai Agen Transformasi dalam Meningkatkan Kepercayaan Wali Santri Terhadap Layanan Keuangan Syariah di PM UQI Bogor: Fintech Technology as a Transformation Agent in Increasing the Trust of Santri Guardians in Sharia Financial Services at PM UQI Bogor. *Technomedia Journal*, 8(3), 457-478.
- Firdasanti, A. Y., Khailany, A. D., Dzulkirom, N. A., Sitompul, T. M. P., & Savirani, A. (2021). Mahasiswa dan Gig Economy: Kerentanan Pekerja Lepas (*Freelancer*) di Kalangan Tenaga Kerja Terdidik. *Jurnal PolGov Vol*, 3(1).
- Hernantyo, M. E., Gunawan, V., & Adriana, E. (2024, September). Peran Fitur Fiverr dan Manfaatnya bagi *Digital Freelancer*. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 4, pp. 250-263).
- Ichwan, N. A. R. (2022). Penerapan Computer Mediated Communication Mobile Application Mall Sampah Sebagai Layanan Penjemputan Sampah di Era *Digital*. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 6(1), 27-39.
- Imelda, S., Yusuf, M., Basri, A., Andriyansyah, F., Simanjutak, M. A., Wati, W. W., & Rahmadian, G. (2022). Kualitas Sumber Daya Manusia, Profesionalisme Kerja, Dan Komitmen Sebagai Faktor Pendukung Peningkatan Kinerja Karyawan. *Escaf*, 1(1), 47-60.
- Kamarudin, O., & Arif, A. (2024). EKONOMI GIG: PELUANG DAN TANTANGAN DI ERA KERJA FLEKSIBEL. *CURRENCY (Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah)*, 3(1), 362-373.
- Karundeng, Rivaldy Angelo, Gene Henfried Meyer Kapantow, and Theodora M. Katiandagho. 2021. "Pendapatan Pedagang Pada Masa Pandemi Covid- 19

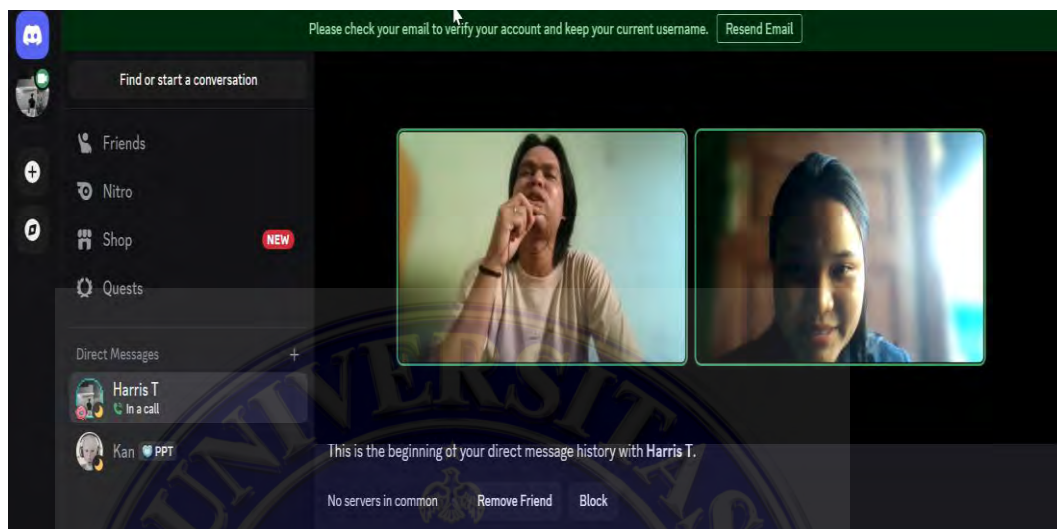
Di Pasar Tanawangko Desa Borgo Kabupaten Minahasa.” *Agri-Sosioekonomi* 17(2): 373.

- Kase, A. D., Sukiatni, D. S., & Kusumandari, R. (2023). Resiliensi remaja korban kekerasan seksual di Kabupaten Timor Tengah Selatan: Analisis Model Miles dan Huberman. *INNER: Journal of Psychological Research*, 3(2), 301–311.
- Mardeni, P. R., & Copriady, J. (2023). Tradisi Balimau Kasai di Tanah Melayu Riau dalam Perspektif Fenomenologi Edmund Husserl. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 6(3), 493-500.
- Masakazu, K., Sisdianto, E., Suwardika, G., & Nugroho, D. S. (2023). Peran *digital freelancer* marketplace dan media sosial terhadap perkembangan *gig economy worker*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 1 (1), 214-225.
- Nasir, A., Nurjana, N., Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Pendekatan fenomenologi dalam penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4445-4451.
- Ningsih, P. W., Sunaryo, H., & Rizal, M. (2021). Pengaruh Etika Kerja, Profesionalisme Kerja, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(07).
- Novita, D., Aerwanto, A., Arfian, M. H., Hanifah, H., Susanto, S., Purwati, S., & Rusmana, H. (2024). Personal Branding Strategi Untuk Memenangkan Pasar. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(2), 953-960.
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh kepercayaan (trust) dan kualitas pelayanan online (E-Service Quality) terhadap keputusan pembelian online shop Bukalapak. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 5(1), 11-21.
- Permatasari, D. N. C., & Azam, U. (2024). *Strategi personal branding melalui media digital podcast*. *Bina Cipta*, 3(2), 98–115.
- Rukajar. (2021). Kesalahan Berbahasa Pada Penulisan Media Luar Ruang Di Barus
- Sarjono, A., & Prasetyo, I. (2021). Pengaruh Kompetensi dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Melalui Profesionalisme Pegawai PT Kereta Api Logistik. *MAP (Jurnal Manajemen dan Administrasi Publik)*, 4(3), 264-271.
- Sedarmayanti. 2018 *Profesionalisme Kerja*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Setiawan, N. W. R., Priatna, A., & Awalludin, D. (2022, May). Analisis Strategi Mengembangkan *Digital Freelance* di Tengah Era Pandemi Covid-19 menggunakan Metode Analisis SWOT. In *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Dan Adopsi Teknologi (INOTEK)* (Vol. 2, No. 1, pp. 118-123).
- Sudarmini, M. A., & Nopiyani, P. E. (2023). Peningkatan Kinerja Karyawan Ditinjau Dari Profesionalisme Kerja, Pengalaman Kerja Dan Budaya Kerja Pada LPD Di Kecamatan Buleleng. *Jnana Satya Dharma*, 11(2).

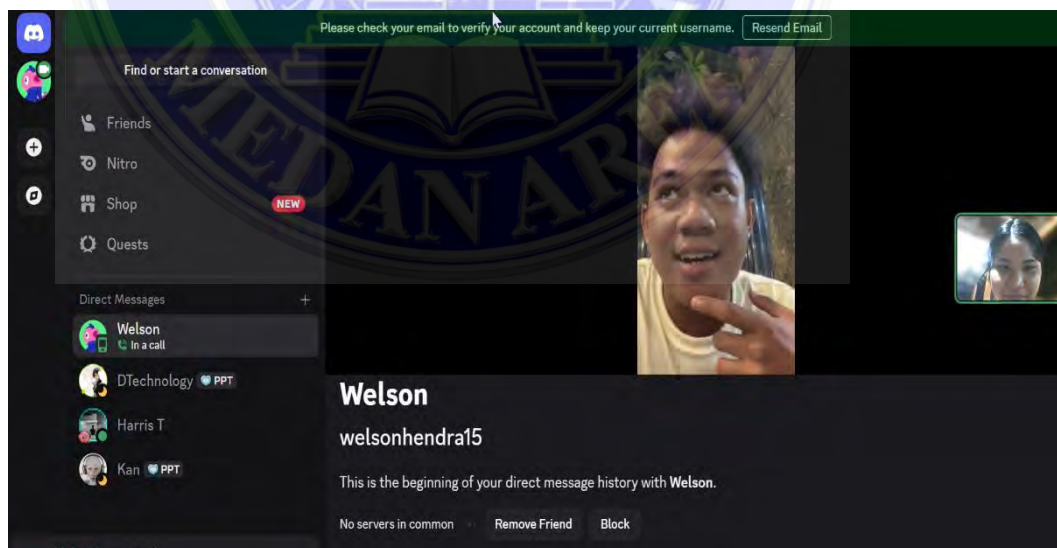
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117–1127. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Supriyadi, A., Wibowo, N. M., & Subijanto, S. (2021). Analisis Pengaruh Komunikasi, Pengalaman Kerja Dan Kemampuan Kerja Terhadap Profesionalisme Karyawan Pada Bank Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 8(2), 42-53.
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61.
- Widiyanti, R., Widiyanarti, T., Riyandani, R. L., Khasanah, R. N., & Muaafi, R. (2024). Bahasa Sebagai Alat Pemersatu Dalam Komunikasi Antar Budaya. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(4), 9-9.
- Wijaya, M. S., & Tjahyadi, R. A. (2023). Pentingnya Keahlian dan Kepercayaan dalam Membangun Loyalitas. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 14(1), 31-28.
- Yusanto, Yoki. 2020. “Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif.” *Journal of scientific Communication (JSC)* 1(1). doi:<http://dx.doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>.
- Zaini, M., Miladiyah, S. J., & Salim, A. (2025). Eksplorasi Faktor Pendorong Mahasiswa untuk Terlibat dalam Aktivitas Ekonomi Berbasis Platform Digital (Gig Economy). *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 4(1), 322-331.
- Zirzis, M. (2024). Evolusi Ekonomi Di Era *Digital*: Kontribusi Generasi Z Dalam Perekonomian. *Jurnal Literasi Indonesia*, 1(2), 77-82.

LAMPIRAN

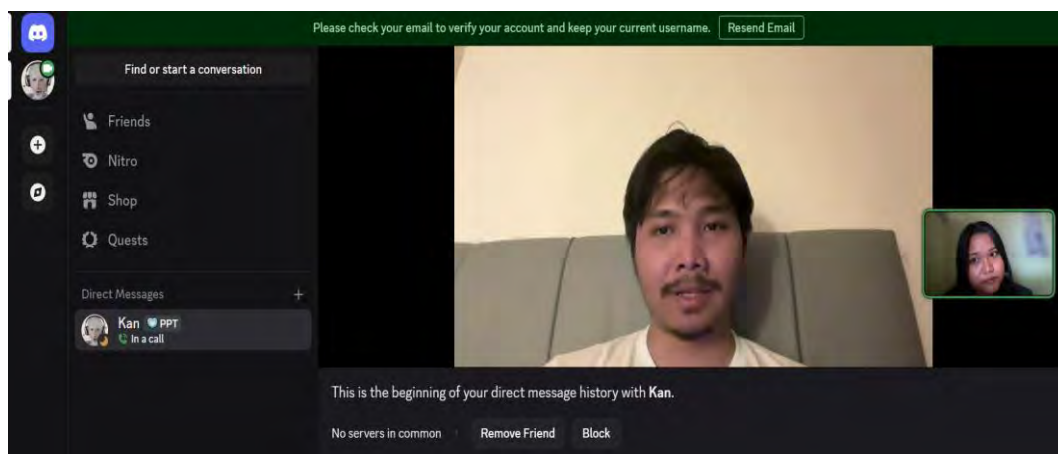
Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara



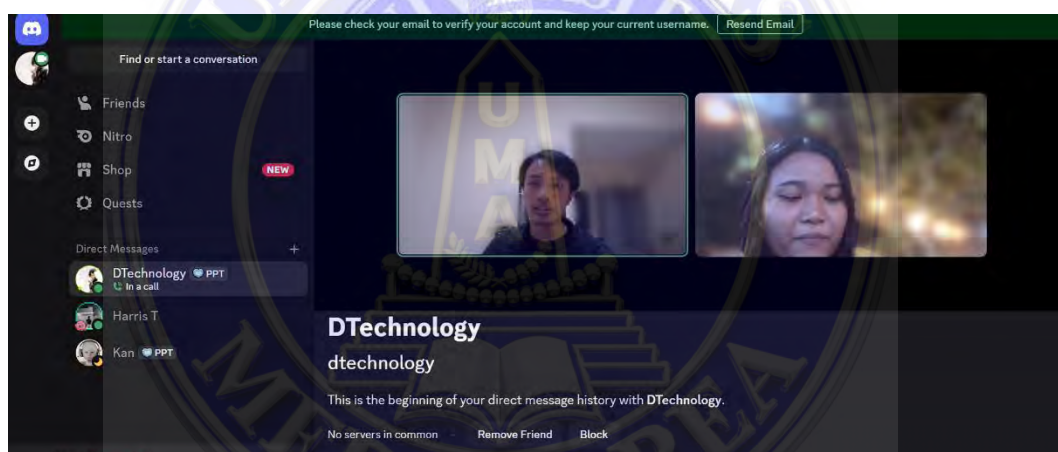
Gambar 1. Peneliti dengan mahasiswa *Digital Freelancer*. Penelitian ini dilakukan secara *Video Call* melalui aplikasi Discord pada tanggal 03 Desember 2025. Sebagai informan kunci Brain Riski Harris Tarigan



Gambar 2. Peneliti dengan mahasiswa *Digital Freelancer*. Penelitian ini dilakukan secara *Video Call* melalui aplikasi Discord pada tanggal 04 desember 2025 . Sebagai informan Utama Welson Hendra



Gambar 3. Peneliti dengan mahasiswa *Digital Freelancer*. Penelitian ini dilakukan secara *Video Call* melalui aplikasi Discord pada tanggal 04 desember 2025 . Sebagai informan pendukung Gani.



Gambar 4. Peneliti dengan senior *Digital Freelancer*. Penelitian ini dilakukan secara *Video Call* melalui aplikasi Discord pada tanggal 10 desember 2025. Sebagai Triangulasi Sumber Djaka Pradana Jaya Priambudi

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Nama:

Asal Perguruan Tinggi:

Program Studi:

Bidang *Freelancer*:

Lama Pengalaman:

1. Sejak kapan Anda mulai menjadi *freelancer digital*?
2. Apa alasan Anda memilih menjadi *freelancer* sambil kuliah?
3. Bidang apa yang Anda kerjakan?

Pengalaman Komunikasi dengan Klien Luar Negeri

4. Media apa yang paling sering Anda gunakan untuk berkomunikasi dengan klien luar negeri?
5. Menurut Anda, bagaimana gaya berkomunikasi dengan klien luar negeri?
6. Pernah mengalami kesalahpahaman komunikasi dengan klien? Bisa diceritakan?
7. Bagaimana cara Anda menyampaikan pesan agar mudah dipahami klien?
8. Apakah Anda menyesuaikan bahasa atau gaya komunikasi saat berinteraksi dengan klien asing?

Profesionalisme

9. Menurut Anda, apa arti profesionalisme sebagai *freelancer digital*? 10. Bagaimana cara Anda menunjukkan sikap profesional lewat komunikasi daring?
11. Hal apa yang selalu Anda jaga agar klien menilai Anda profesional?
12. Bagaimana cara Anda membagi waktu antara kuliah dan pekerjaan freelance?
13. Bagaimana sikap Anda saat menerima kritik atau revisi dari klien?

Kepercayaan Klien

14. Menurut pengalaman Anda, bagaimana kepercayaan klien mulai terbentuk?
15. Apa yang membuat klien akhirnya percaya kepada Anda?
16. Bagaimana cara Anda menjaga kepercayaan klien agar kerja sama berlanjut?
17. Pernah ada masalah yang mengganggu kepercayaan klien? Bagaimana Anda mengatasinya?
18. Apakah ada pengalaman lain yang ingin Anda ceritakan terkait komunikasi dengan klien luar negeri?

Lampiran 3 Hasil Wawancara

Informan 1

Nama : Brian Rizki
Asal Perguruan Tinggi : Universitas Medan Area
Program Studi : Teknik Elektro
Bidang *Freelancer* : Level Designer
Lama Pengalaman : 5 tahun

1. Sejak kapan Anda mulai menjadi *freelancer digital*?

Saya Brian Rizki, mahasiswa teknik elektro universitas Medan area dengan lima tahun pengalaman sebagai *digital freelancer* di bidang level designer.

2. Apa alasan Anda memilih menjadi *freelancer* sambil kuliah?

Alasan saya menjadi seorang *freelancer* untuk mencari uang demi kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan perkuliahan dan kebetulan bidang ini adalah hobi saya yang saya tekuni sehingga menjadi sumber pencarian untuk saya.

3. Bidang apa yang Anda kerjakan?

Saya bekerja di bidang level designer.

4. Media apa yang paling sering Anda gunakan untuk berkomunikasi dengan klien luar negeri?

Media saya gunakan untuk berkomunikasi dengan klien luar negeri itu Discord. Saya mencari job di berbagai situs cari kerja online.

5. Menurut Anda, bagaimana gaya berkomunikasi dengan klien luar negeri?

Gaya komunikasi klien luar negeri itu lebih to the point tidak harus formal sekali yang penting sopan.

6. Pernah mengalami kesalahpahaman komunikasi dengan klien? Bisa diceritakan?

Kesalahpahaman komunikasi dengan klien luar negeri pernah saya alami, ketika aksen bahasa Inggris yang saya pahami dan yang digunakan oleh klien berbeda. Sebagai contoh klien luar negeri yang menggunakan aksen British, yang di mana saya memahami aksen Amerika. Ini terjadi ketika kami berkomunikasi lewat video call ataupun voice call, cara mengatasinya saya menggunakan website translator. Begitu juga hal itu saya lakukan ketika terjadi kesalahpahaman melalui teks.

7. Bagaimana cara Anda menyampaikan pesan agar mudah dipahami klien?

Cara komunikasi saya agar pesan dapat diterima dengan baik oleh klien saya yaitu dengan mempelajari gaya komunikasi yang mereka gunakan ketika kami berinteraksi, apa formal, semi formal, atau lebih santai, lihat juga konteks pembicaraannya apa.

8. Apakah Anda menyesuaikan bahasa atau gaya komunikasi saat berinteraksi dengan klien asing?

Ya, saya menyesuaikan gaya komunikasi mereka dan konteks pembicaraannya.

9. Menurut Anda, apa arti profesionalisme sebagai *freelancer digital*?

Professionalisme bagi saya di dunia kerja freelance adalah ketika kita mampu menunjukkan kedisiplinan yang baik, portofolio yang mendukung, skill yang mumpuni di bidangnya, dan komunikasi yang terbuka, selalu update komunikasi dan progres, komunikasi yang terbuka itu dapat meliputi

terbuka dalam hal untuk berdiskusi terima direvisi dan kritikan yang membangun.

10. Bagaimana cara Anda menunjukkan sikap profesional lewat komunikasi daring?

Dalam hal pengelolaan komunikasi, balas lah pesan klien dalam waktu yang wajar jangan lupa beritahu jika kita akan offline, misalnya *"I will correct your revision tonight and will be back tomorrow"*. Jika ada hambatan dalam proses pengerjaan tugas komunikasikan hambatan tersebut ke klien dan jangan lupa disertai solusi dari kita terlebih dahulu, misalnya *"I am experiencing problems with my laptop, so updates on my work progress may be a little delayed, but don't worry, I will fix it soon"*.

11. Hal apa yang selalu Anda jaga agar klien menilai Anda profesional?

Saya menjaga komunikasi yang terbuka, selalu update progres, menerima revisi dan kritikan yang membangun.

12. Bagaimana cara Anda membagi waktu antara kuliah dan pekerjaan freelance?

Sebagai seorang mahasiswa pekerjaan ini fleksibel untuk saya karena dapat dikerjakan di malam hari tanpa mengganggu perkuliahan saya di siang harinya. Jika ada project yang harus disiapkan di siang hari saya akan berkomunikasi ke dosen saya. Tetapi sejauh ini perkuliahan tidak pernah terlantar.

13. Bagaimana sikap Anda saat menerima kritik atau revisi dari klien?

Ketika ada kritik atau revisi kita harus terbuka dan menjawab dengan tenang jangan sampai mengeluarkan perkataan yang seperti menyerang balik,

biasanya saya akan mengatakan *“Thank you for your very constructive criticism and suggestions. I will review this work and make revisions as directed”*.

14. Menurut pengalaman Anda, bagaimana kepercayaan klien mulai terbentuk?

Kepercayaan klien akan terbangun melalui sikap profesional yang kita tunjukkan tadi, misalnya dari awal kita melamar klien akan melihat portofolio kita, lalu menghubungi. Di situlah terjadi interaksi misalnya perkenalan singkat terlebih dahulu, lalu menentukan tanggal interview.

15. Apa yang membuat klien akhirnya percaya kepada Anda?

Saat kita mengerjakan project yang diberikan dan selesai sebelum waktu yang sudah ditentukan, itu akan memperkuat kepercayaan klien, hal ini dibarengi dengan interaksi yang selalu update ke mereka serta hasil yang sesuai dengan yang mereka harapkan.

16. Bagaimana cara Anda menjaga kepercayaan klien agar kerja sama berlanjut?

Jangan menjanjikan apapun di luar batas kemampuan kita, lebih baik kita contohnya saya akan mengatakan *“I am not familiar with this tool, but I am willing to learn. Can the deadline be extended?”*.

17. Pernah ada masalah yang mengganggu kepercayaan klien? Bagaimana Anda mengatasinya?

Saya punya pengalaman yang sempat mengganggu kepercayaan klien. Waktu itu project sedang berjalan dan sudah saatnya saya memberi laporan progres, tetapi saat itu terjadi cuaca buruk yaitu banjir di tempat saya tinggal, listrik padam, sinyal hilang. Klien mencari saya sampai spam chat

di Discord. Saya mengatasinya dengan komunikasi terbuka saat sinyal sudah pulih.

18. Apakah ada pengalaman lain yang ingin Anda ceritakan terkait komunikasi dengan klien luar negeri?

Proses terbangunnya profesionalisme dan kepercayaan memberikan makna bagi saya. Saya jadi tau bagaimana harus bersikap profesional sebagai pekerja *digital* dan bagaimana membangun kepercayaan klien serta proses ini memberikan pengalaman yang sangat berkesan kepada saya.

Informan 2

Nama : Welson Hendra
Asal Perguruan Tinggi : Universitas Medan Area
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang *Freelancer* : 3D Designer
Lama Pengalaman : 4 tahun

1. Sejak kapan Anda mulai menjadi *freelancer digital*?

Saya Welson Hendra, mahasiswa ilmu komunikasi universitas Medan area. Menjadi seorang *freelancer* sudah empat tahun di bidang 3D designer.

2. Apa alasan Anda memilih menjadi *freelancer* sambil kuliah?

Alasan saya menjadi seorang *freelancer* di tengah saya sebagai mahasiswa, itu karena waktunya fleksibel kita bisa pilih mau kerja sama siapa dan menjadi pengalaman yang lebih buat saya, yaitu kuliah sambil bekerja.

3. Bidang apa yang Anda kerjakan?

Saya bekerja di bidang 3D designer.

4. Media apa yang paling sering Anda gunakan untuk berkomunikasi dengan klien luar negeri?

Media yang saya gunakan untuk berkomunikasi dengan klien luar negeri yaitu melalui situs Fiverr, situs yang menghubungkan seorang *freelancer* dengan kliennya dan ada juga yang langsung hubungi saya dari sosial media. Selanjutnya saya juga menggunakan Discord.

5. Menurut Anda, bagaimana gaya berkomunikasi dengan klien luar negeri?

Gaya berkomunikasi dengan klien luar negeri itu tidak bertele-tele lebih ke kutipan langsung saja apa maksud dari yang ingin dibahas, dengan catatan sopan dan sesuai dengan apa yang sedang dibahas.

6. Pernah mengalami kesalahpahaman komunikasi dengan klien? Bisa diceritakan?

Saya pernah mengalami gangguan komunikasi dengan klien karena ada klien luar negeri yang kurang fasih berbahasa Inggris, yang di mana saat itu saya juga masih kurang berbahasa Inggris sehingga terjadi miss komunikasi.

7. Bagaimana cara Anda menyampaikan pesan agar mudah dipahami klien?

Cara saya menyampaikan pesan agar mudah diterima oleh klien, saya pribadi sudah menyiapkan sistem tanya jawab. Misalnya klien mau style 3D yang bagaimana, warnanya apa, teksturnya bagaimana, dan tujuan project ini untuk apa.

8. Apakah Anda menyesuaikan bahasa atau gaya komunikasi saat berinteraksi dengan klien asing?

Kalau biasanya klien menghubungi duluan, saya akan perkenalan diri terlebih dahulu dan menjelaskan apa yang saya bisa, biasanya mengerjakan

project yang bagaimana, sudah berapa kali mengerjakan project, sudah pernah bekerja dengan siapa saja dan lainnya.

9. Menurut Anda, apa arti profesionalisme sebagai *freelancer digital*?

Bagi saya profesionalisme dalam kerja *digital* ini adalah ketika kita berhasil mengerjakan suatu project dengan hasil yang memuaskan, disiplin, dan tepat waktu, serta komunikasi yang baik adalah hal yang wajib untuk menunjukkan kita profesional agar hasil dari tugas yang diberikan memuaskan dan sesuai dengan arahan mereka.

10. Bagaimana cara Anda menunjukkan sikap profesional lewat komunikasi daring?

Dalam hal komunikasi, saya merespons pesan secara tepat waktu. Sebelum menutup pesan saya akan mengatakan bahwa saya akan segera kembali, contohnya *"I will be offline temporarily and will be back online at 7:00 a.m. with progress updates"*. Jika ada kendala saya akan sampaikan sesegera walaupun klien belum bertanya, saya mengatakan *"I am currently traveling, so I apologize if I am a little late in providing progress updates, but I will try not to take too long to get to my destination and will send updates as soon as possible"*.

11. Hal apa yang selalu Anda jaga agar klien menilai Anda profesional?

Saya biasanya menyelesaikan project yang diberikan sebelum waktu yang sudah ditentukan. Skill juga hal yang sangat penting jangan asal ambil project jika skill kita tidak ada.

12. Bagaimana cara Anda membagi waktu antara kuliah dan pekerjaan freelance?

Saya membagi waktu antara kuliah dan kerja freelance dengan cara mengurangi nongkrong agar antara kuliah dan pekerjaan tidak terganggu.

13. Bagaimana sikap Anda saat menerima kritik atau revisi dari klien?

Jangan menutup diri untuk dikritik apalagi sampai protektif berlebihan, jika ada saran atau revisi tanggap dengan memahami terlebih dahulu apa yang dimaksud oleh klien, setelah itu saya akan menjawab *"I appreciate the feedback provided and will use it as material for improvement"*.

14. Menurut pengalaman Anda, bagaimana kepercayaan klien mulai terbentuk?

Kepercayaan klien biasanya terbentuk dapat dilihat dari klien yang order jasa lagi, saya menyebutnya kerja sama yang berkelanjutan.

15. Apa yang membuat klien akhirnya percaya kepada Anda?

Di Fiverr ada review dari klien untuk *freelancer* dengan memberikan bintang pada *freelancer* tersebut. Sejauh ini saya selalu mendapat bintang empat sampai bintang lima.

16. Bagaimana cara Anda menjaga kepercayaan klien agar kerja sama berlanjut?

Selalu update komunikasi dan progres tugas.

17. Pernah ada masalah yang mengganggu kepercayaan klien? Bagaimana Anda mengatasinya?

Kepercayaan klien juga pernah terganggu akibat saya kewalahan mengerjakan project dari berbagai klien yang datangnya bersamaan. Cara saya mengatasinya saya langsung memberitahukan kendala saya dan meminta tambahan waktu.

18. Apakah ada pengalaman lain yang ingin Anda ceritakan terkait komunikasi dengan klien luar negeri?

Dari semua proses yang menghasilkan pengalaman ini membentuk makna tersendiri bagi saya apa itu profesionalisme dan kepercayaan, terlebih melalui komunikasi.

Informan 3

Nama : Rafli Ghani
Asal Perguruan Tinggi : Binus University
Program Studi : Ilmu Komputer
Bidang *Freelancer* : Web Developer
Lama Pengalaman : 3 tahun

1. Sejak kapan Anda mulai menjadi *freelancer digital*?

Saya Gani, mahasiswa jurusan IT di Binus University, dengan 3 tahun pengalaman sebagai *freelancer* di bidang web developer.

2. Apa alasan Anda memilih menjadi *freelancer* sambil kuliah?

Kerja freelance itu fleksibel, tidak terlalu terpaku aturan.

3. Bidang apa yang Anda kerjakan?

Saya bekerja di bidang web developer.

4. Media apa yang paling sering Anda gunakan untuk berkomunikasi dengan klien luar negeri?

Berkomunikasi dengan klien luar negeri sangat to the point berbeda dengan klien dalam negeri yang masih menggunakan banyak prosedur dan sangat formal.

5. Menurut Anda, bagaimana gaya berkomunikasi dengan klien luar negeri?

Berkomunikasi dengan klien luar negeri sangat to the point berbeda dengan klien dalam negeri yang masih menggunakan banyak prosedur dan sangat formal. Walau to the point kita harus tetap sopan.

6. Pernah mengalami kesalahpahaman komunikasi dengan klien? Bisa diceritakan?

Kendala tidak jarang terjadi misalnya pada gaya bahasa yang digunakan, penyampaian arahan terlalu cepat, ataupun struktur kalimat kadang juga membingungkan, bahkan tidak jarang karena aksen yang berbeda.

7. Bagaimana cara Anda menyampaikan pesan agar mudah dipahami klien?

Saya akan menyimpulkan arahan tersebut apa dan bertanya kembali apakah yang saya mengerti sudah sesuai dengan arahan tersebut, contohnya saya mengatakan “*All right, your instruction is for me to fix the program in section A. Excuse me, is that the section you mean?*”.

8. Apakah Anda menyesuaikan bahasa atau gaya komunikasi saat berinteraksi dengan klien asing?

Ya, saya menyesuaikan cara berinteraksi agar pesan yang saya sampaikan dapat diterima dengan baik.

9. Menurut Anda, apa arti profesionalisme sebagai *freelancer digital*?

Profesionalisme dalam kerja freelance ini juga ditunjukkan melalui disiplin. Skill sangat penting untuk menunjukkan kita layak menerima suatu tugas dari klien.

10. Bagaimana cara Anda menunjukkan sikap profesional lewat komunikasi daring?

Dalam hal komunikasi, saya sangat menjaga ketepatan waktu dalam merespons pesan. Ketika saya rasa komunikasi dengan klien sudah cukup untuk saat itu saya akan menutup interaksi untuk sementara waktu dengan mengatakan *“I will be offline for a while, and will return soon with updates on the tasks you have assigned”*.

11. Hal apa yang selalu Anda jaga agar klien menilai Anda profesional?

Portofolio, skill, dan branding diri sangat penting dalam kerja freelance.

12. Bagaimana cara Anda membagi waktu antara kuliah dan pekerjaan freelance?

Walaupun saya mahasiswa saya usahakan pekerjaan freelance tidak terganggu begitupun kuliah saya dengan cara komunikasi terbuka baik ke klien maupun ke kampus.

13. Bagaimana sikap Anda saat menerima kritik atau revisi dari klien?

Jangan resistensi pada masukan dari klien, saya pribadi ketika ada masukan akan mengatakan *“Thank you for your feedback. I am open to revisions and will make adjustments so that the results are as expected”*.

14. Menurut pengalaman Anda, bagaimana kepercayaan klien mulai terbentuk?

Biasanya klien mulai percaya pada kita saat kita berkomunikasi dengan baik dan menunjukkan kemampuan kita.

15. Apa yang membuat klien akhirnya percaya kepada Anda?

Ketika mereka minim revisi terhadap tugas yang kita kerjakan dan kita menyelesaikan tugas tersebut tepat waktu dengan hasil yang memuaskan biasanya mereka akan langsung memberikan tugas baru lagi untuk dikerjakan.

16. Bagaimana cara Anda menjaga kepercayaan klien agar kerja sama berlanjut?

Jangan mengatakan bisa mengerjakan suatu tugas dari klien jika kita rasa kita tidak mampu menyelesaikannya, misalnya saya akan mengatakan *“Thank you for your offer. I am currently focused on completing my ongoing projects. I will be happy to contact you again when I have more free time.”*.

17. Pernah ada masalah yang mengganggu kepercayaan klien? Bagaimana Anda mengatasinya?

Kepercayaan klien juga pernah terganggu akibat saya kewalahan mengerjakan project dari berbagai klien yang datangnya bersamaan. Cara saya mengatasinya saya langsung memberitahukan kendala saya dan meminta tambahan waktu.

18. Apakah ada pengalaman lain yang ingin Anda ceritakan terkait komunikasi dengan klien luar negeri?

Peran komunikasi yang baik sangat amat penting di tengah perbedaan gaya bahasa yang digunakan. Beberapa klien bisa hilang tiba-tiba jika pesan itu tidak sampai dengan baik.

Lampiran 4 hasil Wawancara Triangulator

Nama : Djaka Pradana Jaya Priambudi
Status : Senior *digital freelancer* (lulusan Binus University)
Bidang : Programming
Lama Pengalaman : 8 tahun

1. Bagaimana pendapat Anda tentang relevansi judul dan topik penelitian ini dengan dunia kerja freelance *digital*?

“Menurut saya judul sudah pas dan impact-nya itu gede, topiknya juga relevan dengan dunia kerja freelance ini. Daftar pertanyaannya sudah saya baca juga sesuai untuk apa yang diteliti.

2. Bagaimana Anda menilai kesesuaian hasil wawancara responden dengan realitas kerja freelance yang Anda alami?

“Hasil wawancara dengan responden valid dan sesuai dengan pengalaman yang saya alami. Klien luar negeri lebih minim revisi terhadap pekerjaan, gaya berbahasa lebih ke to the point, sedikit lebih berbeda dengan klien dari dalam negeri yang dari pengalaman saya lebih banyak permintaan, revisi, gaya bahasa yang monoton dan sangat formal terlebih saat melamar lebih banyak prosedurnya.”

3. Apakah pengalaman para responden serupa dengan pengalaman Anda sebagai *freelancer digital*?

“Pengalaman responden juga sangat mirip dengan pengalaman saya sebagai triangulasi penelitian ini, di mana saya juga mengalami hal yang sama dengan mereka.”

4. Bagaimana pandangan Anda tentang profesionalisme dalam kerja freelance *digital*?

“Profesionalisme bagi saya sejalan juga dengan yang disampaikan responden, yaitu tanggung jawab kepada klien, menepati kesepakatan, jika di tengah pengerjaan tugas ada gangguan yang sulit dipecahkan kita komunikasikan kepada mereka agar solusi dicari bersama. Dari rasa tanggung jawab ini bercabang kedisiplinan. Hal ini diimbangi dengan skill dan portofolio yang baik. Kerja freelance fleksibel tetapi harus tetap dalam aturan.”

5. Bagaimana peran komunikasi dalam menunjukkan profesionalisme kepada klien luar negeri?

“Kita harus respons cepat terhadap pesan jangan lupa perhatikan waktunya juga. Jika memang kita akan tidak aktif untuk beberapa waktu segera beri kabar sebelum offline ke klien agar saat mereka mengirim pesan mereka tidak akan kecewa karena lamanya pesan tidak dibalas ataupun status kita pada aplikasi sedang tidak aktif. Kalau kita ada kendala langsung sampaikan pada klien tapi usahakan dibarengi dengan solusi dari kita, jadi seperti jangan hanya mengeluh tapi sertai bagaimana cara kita mengatasi keluhan itu sendiri.”

6. Menurut Anda, apa saja bentuk gangguan komunikasi yang sering terjadi dengan klien luar negeri?

“Gangguan yang terjadi pada komunikasi juga sering terjadi karena kita berkomunikasi lewat daring tanpa memperhatikan gestur ditambah aksentuasi

yang mereka gunakan biasa berbeda-beda. Hal ini menyebabkan terjadinya miskom saat komunikasi.”

7. Bagaimana cara yang tepat untuk mengatasi miskomunikasi dengan klien luar negeri?

“Cara mengatasi itu dengan double check lagi apa yang mereka sampaikan untuk menunjukkan komunikasi kita profesional, jangan menyampaikan pesan bertele-tele.”

8. Bagaimana pandangan Anda tentang gaya komunikasi klien luar negeri dibandingkan klien dalam negeri?

“Gaya berbahasa klien luar negeri lebih ke to the point. Sedikit berbeda dengan klien dari dalam negeri yang lebih banyak permintaan, revisi, gaya bahasa yang monoton dan sangat formal terlebih saat melamar lebih banyak prosedurnya.”

9. Bagaimana proses terbentuknya kepercayaan klien menurut pengalaman Anda?

“Membangun kepercayaan klien biasanya mulai terbentuk dengan melihat kedisiplinan dan tanggung jawab kita dan juga bagaimana keprofesionalisme kita. Hasilnya nanti adalah kerja sama yang berkelanjutan.”

10. Apa faktor utama agar kepercayaan klien tetap terjaga?

“Dalam hal kepercayaan kejujuran, tanggung jawab, dan konsistensi dalam menunjukkan sikap profesionalisme adalah hal yang paling utama agar kepercayaan terbangun dan bertumbuh.”

11. Bagaimana sikap yang seharusnya diambil *freelancer* ketika menghadapi kendala dalam pengerjaan tugas?

“Jujur ketika kita menghadapi kendala, jangan malu untuk mengakui sesuatu di luar batas kemampuan kita karena takut dilihat tidak profesional, karena jika tidak jujur itu hanya akan menyulitkan kita di pengerjaan tugas nantinya dan klien pun akan kecewa. Jika ada kesalahan yang kita lakukan, akui dan tawarkan solusi dari kita.”

12. Apa dampak dari ketidakkonsistenan terhadap tenggat waktu terhadap kepercayaan klien?

“Contohnya kita sepakat waktu pengerjaan tugas satu minggu ternyata lebih dari waktu yang ditentukan tugas belum juga selesai, lalu kita menyepakati lagi waktu tersebut kembali dan lagi-lagi belum juga selesai, hal tersebut dapat memudahkan kepercayaan klien dan mengklaim kita tidak profesional karena mereka juga punya tenggat waktu kapan memang seharusnya tugas tersebut diterima jadi konsistenlah pada waktu.”

13. Bagaimana hubungan antara profesionalisme dan kepercayaan klien dalam kerja freelance?

“Membangun kepercayaan klien biasanya mulai terbentuk dengan melihat kedisiplinan dan tanggung jawab kita dan juga bagaimana keprofesionalisme kita. Hasilnya nanti adalah kerja sama yang berkelanjutan.”

14. Apakah hasil kerja dan komunikasi berpengaruh terhadap keberlanjutan kerja sama dengan klien?

“Jika hasil kerja sesuai dengan apa yang mereka minta dan mereka harapkan maka biasanya klien tersebut melanjutkan kerja sama dengan memberikan project baru lagi.”

15. Menurut Anda, bagaimana makna pengalaman para responden bagi penelitian ini?

“Hasilnya nanti adalah kerja sama yang berkelanjutan. Pengalaman responden juga sangat mirip dengan pengalaman saya sebagai triangulasi penelitian ini, di mana saya juga mengalami hal yang sama dengan mereka.”

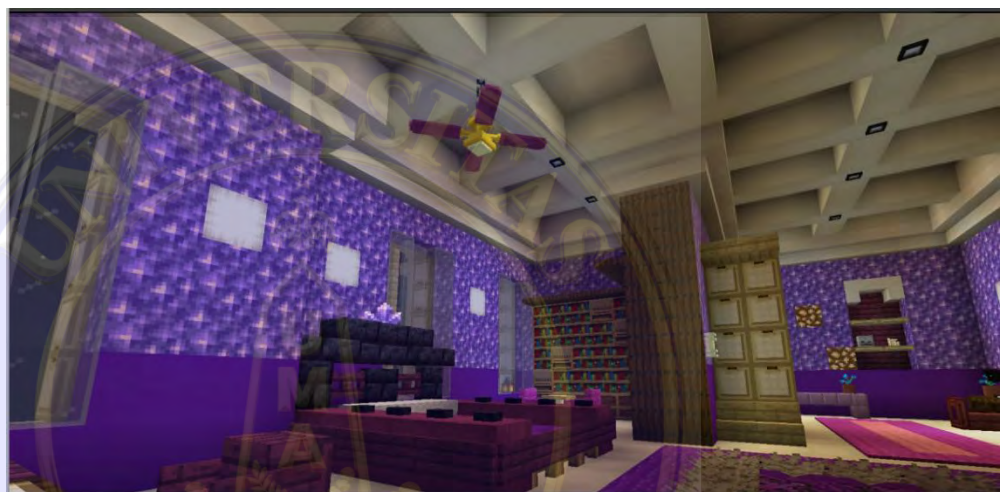


Lampiran 5 Portofolio Kerja Mahasiswa *Digital Freelancer*

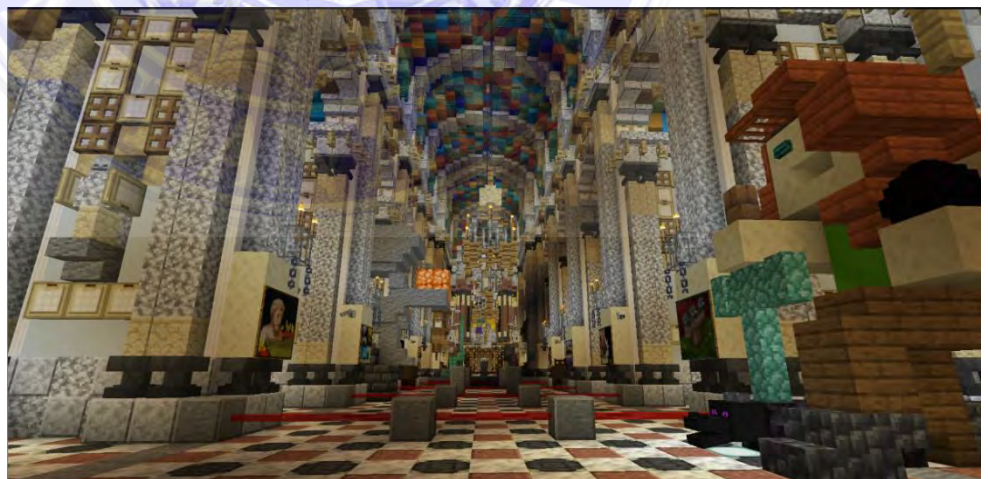
1. Brain Riski Harris Tarigan (Level Designer)



Gambar 1. Hasil kerja Brain Riski Harris Tarigan untuk “*Modern & Futuristic City*” game *minecraft*.



Gambar 2. Hasil kerja Brain Riski Harris Tarigan untuk “*Random Custom Furniture, Decoration + Interior*” game minecraft.



Gambar 3. Hasil kerja Brain Riski Harris Tarigan untuk “*Random Custom Furniture, Decoration + Interior*”game Minecraft.



Gambar 4. Hasil kerja Brain Riski Harris Tarigan untuk “*Modern Structure*” game *Minecraft*.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

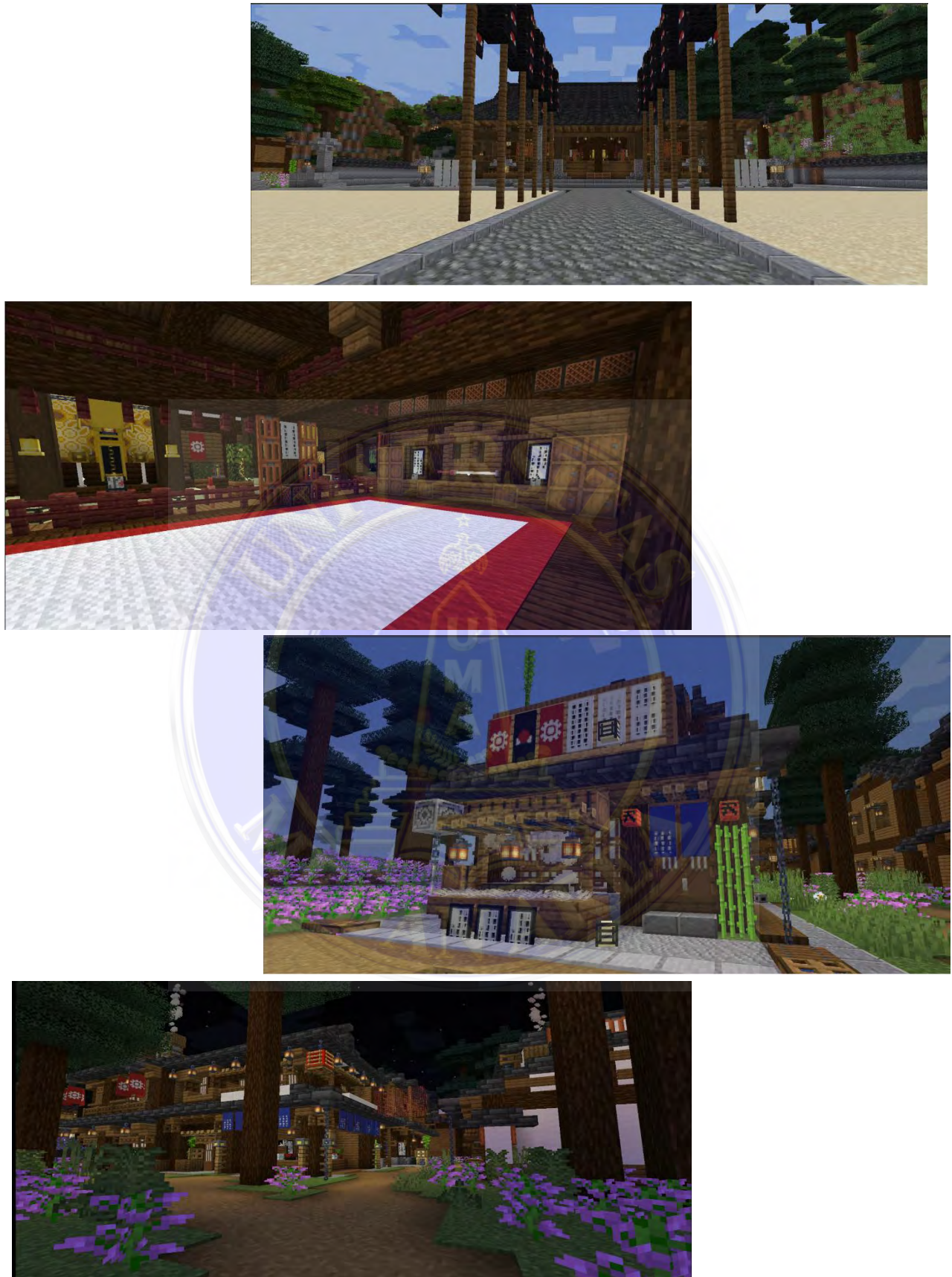
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area



Gambar 5. Hasil kerja Brain Riski Harris Tarigan untuk “*Futuristic Civilization*” game Minecraft.



Gambar 6. Hasil kerja Brain Riski Harris Tarigan untuk “*Forest Cottage*” game *Minecraft*.

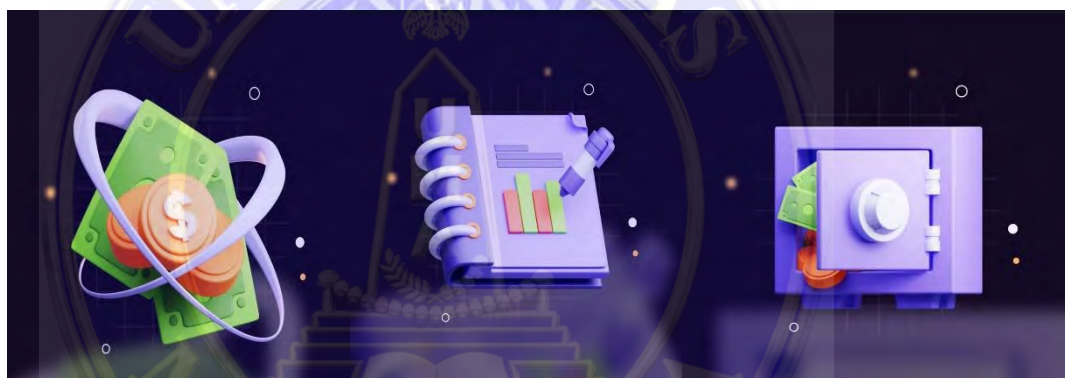


Gambar 7. Hasil kerja Brain Riski Harris Tarigan untuk “*Japanese Village*” game *Minecraf*.

2. Welson Hendra (3D Designer)



Hasil karya desain karakter tiga dimensi (3D) yang menampilkan tahapan pemodelan awal (*clay render*) hingga hasil akhir yang telah melalui proses pewarnaan dan rendering, dibuat oleh informan.

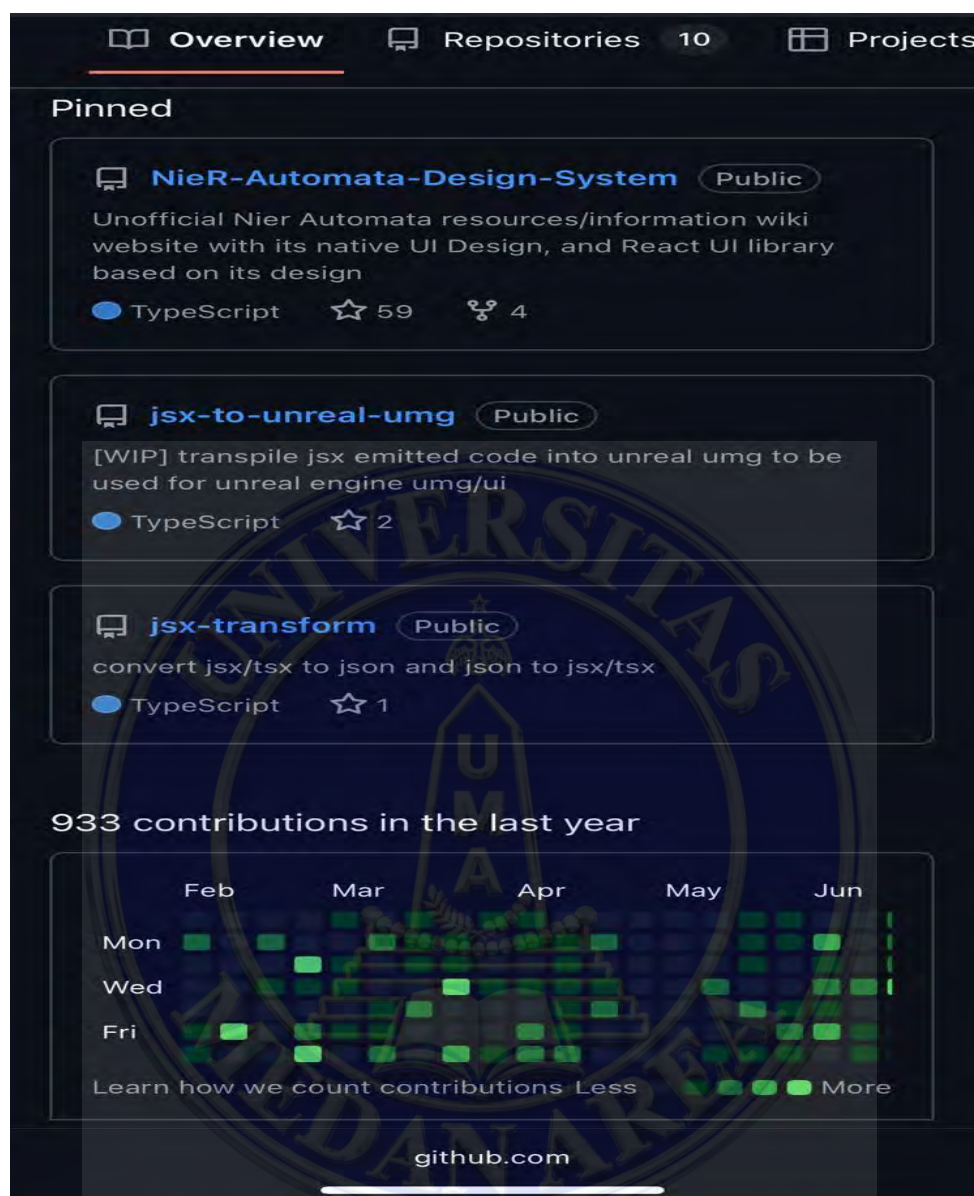


Hasil karya ilustrasi tiga dimensi (3D) yang merepresentasikan elemen keuangan dan pengelolaan nilai ekonomi melalui visual uang, buku, dan brankas, dibuat oleh informan menggunakan desain *digital*.



Visualisasi ruang kerja *digital* karya informan Welson yang mengintegrasikan perangkat teknologi, manajemen tugas, dan penjadwalan sistematis untuk mendukung efektivitas kerja.

3. Rafli Ghani



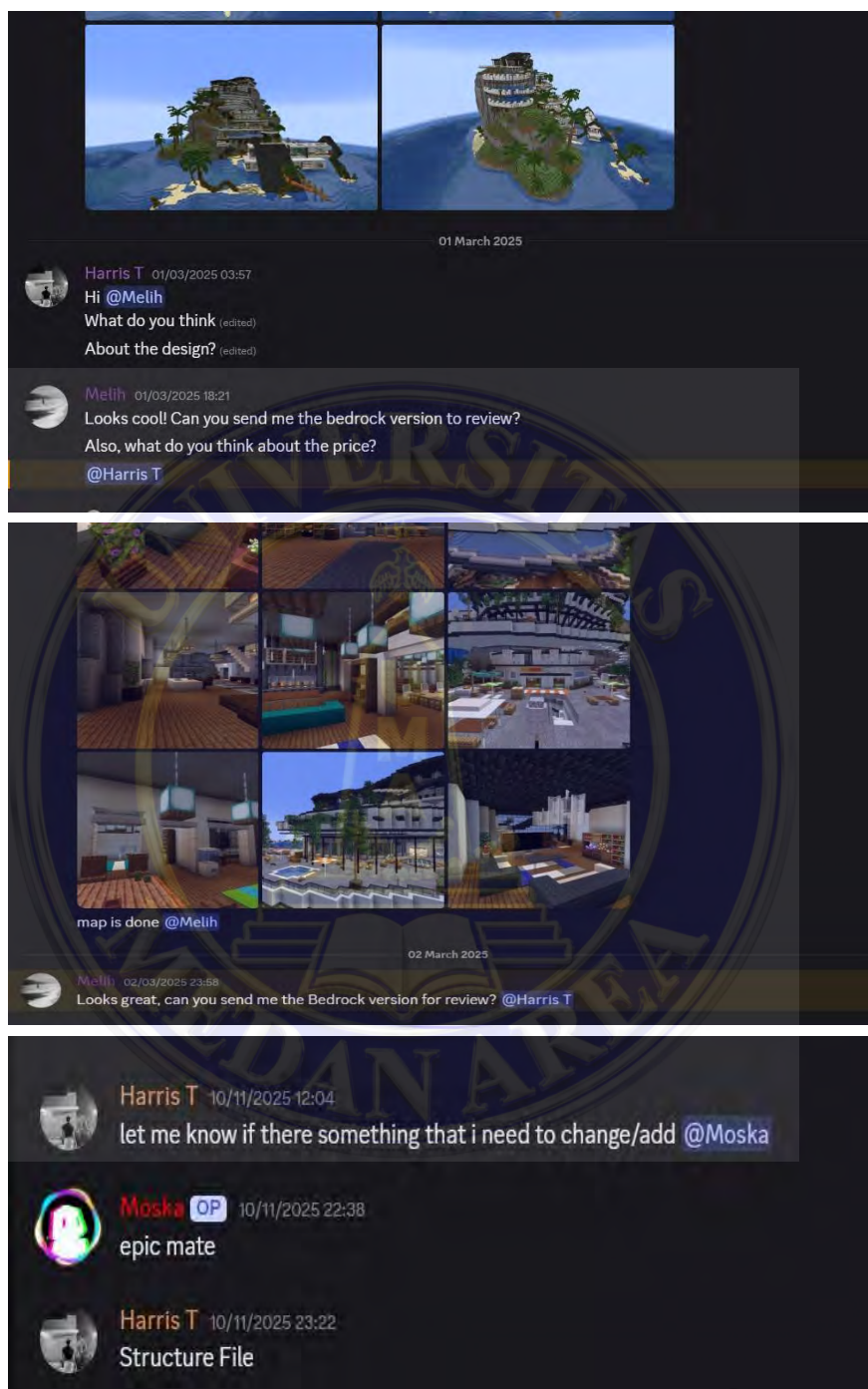
Dokumentasi repositori kode dan grafik kontribusi teknis informan Rafli Ghani pada platform GitHub. Gambar ini menunjukkan aktivitas pengembangan perangkat lunak secara terbuka (*open source*) serta keahlian dalam bahasa pemrograman TypeScript. Ini adalah "rapor" seorang programmer. Kotak-kotak hijau di bawah menunjukkan seberapa sering dia bekerja/coding dalam setahun terakhir (sangat aktif). Di sana juga terlihat dia membuat sistem desain untuk proyek gim *Nier Automata*.



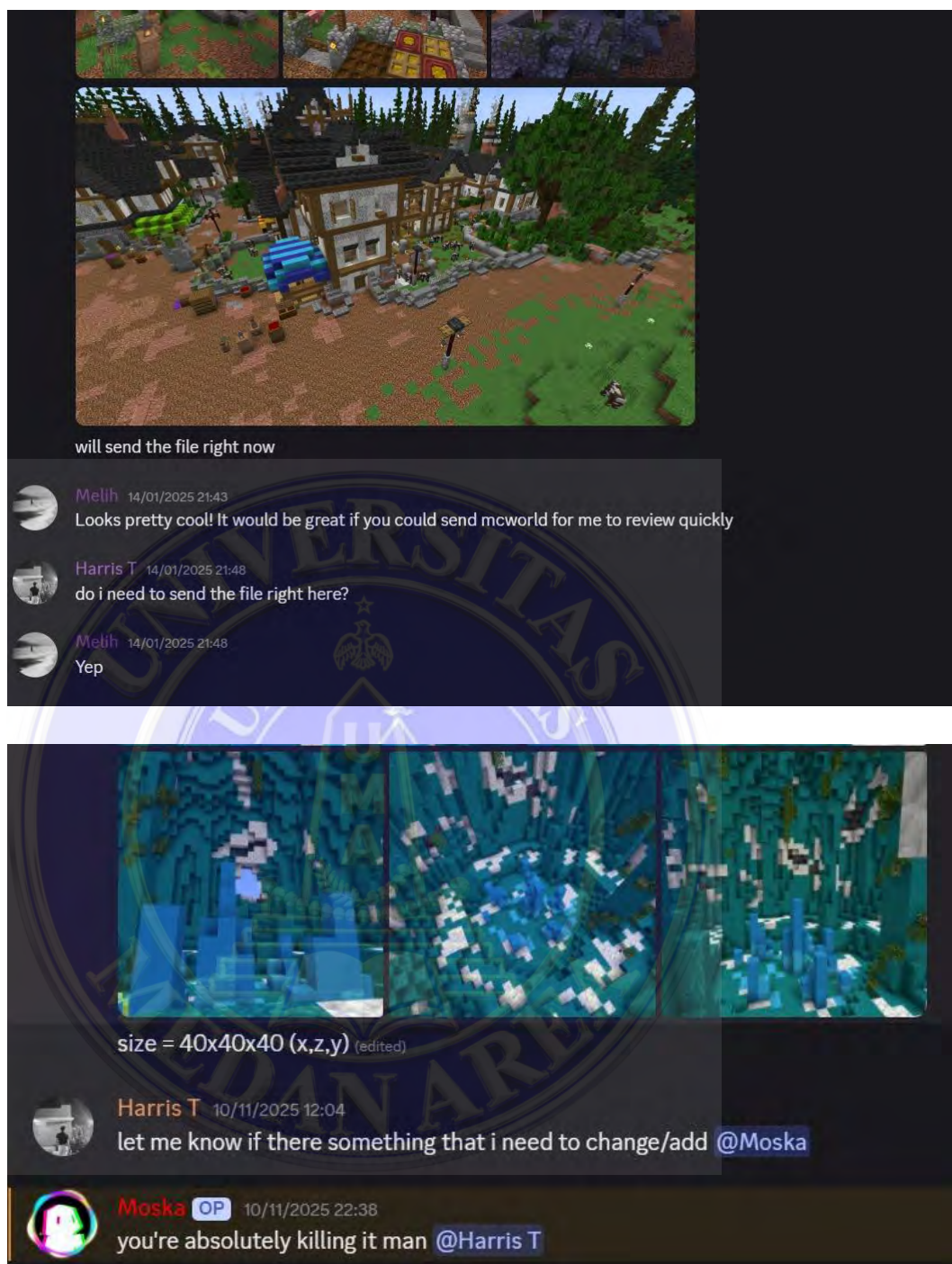
Dokumentasi portofolio karier informan Rafli Ghani yang menunjukkan rekam jejak profesional sebagai pengembang *game* (*Game Developer*) dan pengembang antarmuka (*UI/Frontend Developer*) di berbagai perusahaan skala internasional. Informan punya keahlian tinggi di bidang pengembangan *game* menggunakan *Unreal Engine*, C++, dan React.js, serta pernah bekerja untuk proyek milik Telkom Indonesia (Logee).

Lampiran 6 Testimoni Klien

1. Brain Riski Harris Tarigan



Dokumentasi testimoni yang menunjukkan kepuasan tinggi klien terhadap hasil kerja Brain, tercermin dari apresiasi eksplisit berupa pernyataan "*looks cool*", dan "*epic mate*" sebagai validasi atas kualitas luar biasa dari desain arsitektur virtual yang dihasilkan.



Dokumentasi testimoni yang menunjukkan kepuasan tinggi klien terhadap hasil kerja Brain, tercermin dari apresiasi eksplisit berupa pernyataan "*absolutely killing it*" dan "*looks pretty cool*" sebagai validasi atas kualitas desain arsitektur virtual yang dihasilkan.

2. Welson Hendra



Dokumentasi testimoni klien yang menunjukkan kepuasan tinggi terhadap hasil kerja Welson, tercermin dari apresiasi eksplisit berupa pernyataan "*very good quality of work*", "*excellent work*", dan "*awesome*" sebagai validasi atas kualitas pengerjaan proyek yang luar biasa.

3. Rafli Ghani



Dokumentasi testimoni positif untuk Rafli Ghani yang menunjukkan kepuasan klien melalui pernyataan *"looks good to me!"* sebagai validasi atas keberhasilan fungsi teknis pada sistem gim yang dikembangkan. Kepuasan ini tercermin dari pengakuan klien bahwa sistem tersebut berjalan sesuai harapan (*"works as far as im concerned"*) dalam menangani logika posisi senjata dan animasi dalam gim.

