

ABSTRAK

Bayu Ainur Sidiq. Program Studi Ilmu Komunikasi. Kopsep Diri Wirausahawan Muda (Analisis Kualitatif Kepercayaan Diri Dan Efikasi Diri Wirausahawan Muda pada Masa Pandemi CoVid19 di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIB UTM).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Untuk mengetahui konsep diri, kepercayaan diri (*self confidence*) dan efikasi diri (*self efficacy*) para wirausahawan muda di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIB UTM dan untuk mengetahui hambatan apa saja yang terjadi dalam pembentukan konsep diri, kepercayaan diri (*self confidence*) dan efikasi diri (*self efficacy*) pada wirausahawan muda di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIB UTM. Dalam Penelitian ini peneliti memfokuskan pada Konsep Diri Wirausahawan Muda diantaranya pada *Self Confidence* dan *Self Efficacy*. Subjek dari penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi yang memiliki usaha mandiri.

Penelitian ini menggunakan teori konsep diri milik Johari Window. Metode penelitian ini bersifat penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Informan dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik Milis dan Huberman. Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Lokasi penelitian ini bertempat di masing-masing tempat usaha yang dimiliki oleh informan dan waktu penelitian dimulai pada bulan Juni 2021.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep diri antara lain *self confidence* dan *self efficacy* dari masing-masing informan berbeda-beda karena disebabkan oleh faktor-faktor yang berbeda seperti, cara para narasumber memandang suatu hal, menaruh minat serta merasakan. Faktor tersebut yang membuat para narasumber berabstraksi terhadap diri sendiri serta memberikan gambaran mengenai diri sendiri.

Kata Kunci: Konsep Diri, *Self-Confidence*, *Self-Efficacy*, Wirausahawan Muda, Ilmu Komunikasi.

ABSTRACT

Bayu Ainur Sidiq. *Communication Studies Program. Self-Employment Concept of Young Entrepreneurs (Qualitative Analysis of Self-Confidence and Self Efficacy of Young Entrepreneurs during the CoVid19 Pandemic Period among Communication Studies Student, FISIB UTM).*

The purpose of this study was to determine the self-concept, self-confidence and self-efficacy of young entrepreneurs among Communication Science student FISIB UTM and to find out what obstacles occur in the formation of self-concept, self-confidence and self-efficacy of young entrepreneurs among Communication Science student FISIB UTM. In this study researchers focused on the Self-Concept of young Entrepreneurs including Self-Confidence and Self-Efficacy. The subjects of this research are Communication Studies student who have independent businesses.

This study uses the self-concept theory of Johari Window. This research method is qualitative research. This research approach uses a descriptive approach. Informants were selected using purposive sampling method. Methods of data collection using the method of observation, in-depth interviews and documentation. Data analysis in this study used the Miles and Huberman techniques. The technique of checking the validity of the data in this study used source triangulation. The location of this research is located in each place of business owned by the informant and the time of the research begins in June 2021.

The results showed that the self-concept, including self-confidence and self-efficacy of each informant was different because it was caused by different factors such as the way the interviewees looked at something, their interest and feelings. These factors make the interviewees abstract about themselves and provide an overview of themselves.

Keyword: *Self-Concept, Self-Confidence, Self-Efficacy, Young Entrepreneurs, Communication Studies.*