

Nomor Daftar FPIPS : 5374/UN40.A2.13/PT/2024

**Strategi Manajemen Kesan Pekerja Lepas Digital Sebagai Upaya Membangun Citra
Diri**

(Studi Fenomenologi Pada Profesional Digital *Freelance Full-time*)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Penyusunan Skripsi



Disusun oleh :

Muhammad Hilmi Zaidan (2005131)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2024

LEMBAR PENGESAHAN


Muhammad Hilmi Zaidan

**STRATEGI MANAJEMEN KESAN PEKERJA LEPAS DIGITAL SEBAGAI UPAYA
MEMBANGUN CITRA DIRI**

(Studi Fenomenologi Pada *Freelancer Digital Full-time*)

Skripsi ini disetujui oleh:

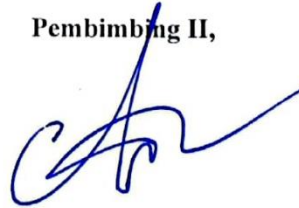
Pembimbing I,



Vidi Sukmavadi, Ph.D.

NIP. 198210222014041001

Pembimbing II,



Alwan Husni Ramdani, M.I.Kom.

NIP. 920200419940312101

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.

NIP. 198507172014041001

**STRATEGI MANAJEMEN KESAN PEKERJA LEPAS DIGITAL
SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN CITRA DIRI**

(Studi Fenomenologi Pada *Freelancer Digital Full-time*)

Oleh

Muhammad Hilmi Zaidan

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Muhammad Hilmi Zaidan 2024

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2024

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, fotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “**Strategi Manajemen Kesan Pekerja Lepas Digital Sebagai Upaya Membangun Citra Diri (Studi Fenomenologi pada *Freelancer Digital Full-time*)**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 15 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad Hilmi Zaidan

NIM. 2005131

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang diberikan kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir Penelitian/Skripsi yang bertajuk **“Strategi Manajemen Kesan Pekerja Lepas Digital Sebagai Upaya Membangun Citra Diri (Studi Fenomenologi Pada *Freelancer Digital Fulltime*)”**.

Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana motivasi pemilihan karir sebagai pekerja lepas digital.

Merujuk pada penelitian tersebut, penulis melakukan riset lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis strategi manajemen kesan yang efektif bagi pekerja lepas digital dalam membangun dan mempertahankan reputasi profesional mereka. Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, manajemen kesan menjadi aspek yang sangat penting bagi para pekerja lepas digital untuk mencapai kesuksesan karir dan keberlanjutan profesional.

Dalam penyusunannya, penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih membutuhkan tinjauan serta umpan balik dari masyarakat dan akademisi sehingga segala masukan dan saran yang dapat disampaikan akan sangat bermanfaat bagi pengembangan penelitian ini. Sebagai akhir kata, penulis berharap bahwa Skripsi ini dapat membawa manfaat baik secara akademis maupun praktis.

Bandung, 15 Agustus 2024



Muhammad Hilmi Zaidan

NIM. 2005131

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya pada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini.

1. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. Karim Suryadi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS), Universitas Pendidikan Indonesia beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia sekaligus Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah banyak membimbing dan mendukung penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan Skripsi ini.
4. Bapak Vidi Sukmayadi, Ph.D. dan Bapak Alwan Husni Ramdani M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membimbing dan mendukung penulis selama proses penyusunan proposal, laporan akhir Skripsi dan memberikan kesempatan serta mendorong semangat penulis untuk turut mempublikasikan Skripsi ini dalam bentuk artikel konferensi internasional.
5. Bapak Tito Edy Priandono, M.Si. selaku Dosen Pengampu Konsentrasi Kehumasan yang telah banyak membimbing serta memberikan kesempatan bagi penulis dalam mengembangkan diri khususnya soft skill dalam bidang kehumasan.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen khususnya dari Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan melimpah pada penulis selama proses perkuliahan berlangsung.
7. Bapak Muhammad Endriski Agraenzopati Haryanegara, S.I.Kom. dan Bapak Gumilar Suhadirman, S.Pd. selaku Staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu terutama perihal administrasi penulis selama masa perkuliahan.

8. Seluruh Informan Penelitian dan Pakar yang telah berpartisipasi dan meluangkan waktu untuk melakukan diskusi serta menyumbangkan banyak pandangan berkaitan dengan topik dalam penelitian ini.
9. Kedua orang tua yang tercinta, Bapak Yudi Mulyana dan Ibu Eni Sundari Amelia yang selalu sabar memberikan kasih sayang, do'a, dan bimbingan selama penulis menempuh pendidikan hingga pada akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Kakak tercinta, Fitria Zahra, S.Pd. Adikku tercinta, Amanullah Zane dan Syalwa Zerlinda yang selalu mendukung, mendo'akan, membela dan mencurahkan tenaganya untuk senantiasa membantu kakanya.
11. Seluruh keluarga besar Cibereum yang selalu mendoakan dan mendukung penulis.
12. Para sahabat penulis yang selalu bersama selama masa perkuliahan dan perjuangan penyusunan Skripsi ini baik dalam keadaan suka maupun duka.
13. Rekan-rekan konsentrasi kehumasan angkatan 2020 yang telah menemani dan kompak berjuang bersama-sama mulai dari awal konsentrasi hingga pada masa penyusunan skripsi.
14. Rekan-rekan Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 yang telah kompak berjuang bersama-sama mulai dari awal perkuliahan hingga pada masa penyusunan Skripsi.
15. Rekan-rekan rumah yang selalu menemani dan membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
16. Rekan-rekan Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (HIMIKASI) periode 2021-2022 khususnya Komisi 1 Pengawasan DPM yang telah memberikan penulis kesempatan dalam mengembangkan diri.

Serta pada seluruh pihak lain yang turut membantu dan mendukung penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga segala doa', bantuan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Sekali lagi, penulis berharap bahwa Skripsi ini dapat membawa manfaat bagi para pembaca, umumnya masyarakat dan khususnya para akademisi.

Bandung, 15 Agustus 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Hilmi Zaidan', written in a cursive style.

Muhammad Hilmi Zaidan

NIM. 2005131

ABSTRAK

Fenomena sosial berkembangnya pekerja lepas digital semakin marak dikalangan calon pencari kerja seiring dengan meningkatnya peralihan karir. Meskipun banyak sekali tantangan yang akan dihadapi ketika memilih profesi ini namun fenomena sosial ini masih menjadi pertimbangan yang bagus untuk calon pekerja. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor pemilihan karir pekerja lepas digital serta mengeksplorasi strategi manajemen kesan yang diimplementasikan oleh pekerja lepas digital. Guna menunjang penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Data lapangan dikumpulkan dengan melakukan wawancara semi-terstruktur terhadap seluruh pekerja lepas digital *full-time* di Indonesia, sebagai informan kunci yang relevan dengan penelitian ini. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pemilihan karir oleh pekerja lepas digital dikarenakan oleh faktor internal dan eksternal. Hasil penelitian ini mengungkapkan faktor pemilihan karir dan model strategi manajemen kesan untuk mengembangkan karir pekerja lepas digital. Melalui strategi manajemen kesan ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pekerja lepas digital dalam mengelola karir mereka secara efektif. Temuan ini juga membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut tentang strategi manajemen kesan dalam berbagai konteks profesional lainnya.

Kata Kunci: Strategi Manajemen Kesan, Pekerja Lepas Digital, Pengembangan Karir, Calon Pekerja

ABSTRACT

The social phenomenon of the development of digital freelancers is increasingly prevalent among prospective job seekers along with the increasing preservation of careers. Although there are many challenges that will be faced when choosing this profession, this social phenomenon is still a good consideration for prospective workers. This study aims to explain the career selection factors of digital freelancers and explore the impression management strategies implemented by digital freelancers. In order to support this research, the author uses a qualitative approach with a phenomenological method. Field data were collected by conducting semi-structured interviews with all full-time digital freelancers in Indonesia, as key informants relevant to this study. The results of this study indicate that career choices by digital freelancers are caused by internal and external factors. The results of this study reveal career selection factors and management strategy models for developing digital freelance careers. Through this impression management strategy, it is hoped that it can provide practical guidance for digital freelancers in managing their careers effectively. These findings also open up opportunities for further research on impression management strategies in various other professional contexts.

Keywords: *Impression Management Strategy, Digital Freelancers, Career Development, Prospective Workers*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Strategi Manajemen Kesan	9
2.2 Membangun Manajemen Kesan Melalui Platform Digital	11
2.3 Fenomena Pekerja Lepas Digital di Indonesia	14
2.4 Strategi Manajemen Kesan yang dibangun Pekerja Lepas Digital	18
2.5 Teori Proses Manajemen Kesan	20
2.6 Teori Dramaturgi	23
2.7 Penelitian Terdahulu	26
2.8 Konsep Penelitian Fenomenologi	33

2.9 Kerangka Berpikir	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Partisipan dan Setting Penelitian	37
3.2.1 Partisipan Penelitian.....	37
3.2.2 Tempat Penelitian.....	40
3.3 Pengumpulan Data.....	41
3.3.1 Wawancara	41
3.3.2 Studi Dokumen	44
3.4 Analisis Data.....	45
3.5 Keabsahan Data	46
3.6 Etis Penelitian	48
3.7 Timeline Penelitian	49
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Proses Motivasi Manajemen Kesan Pekerja Lepas Digital	52
4.1.1 Kontribusi Minat Dalam Faktor Pembentukan Motivasi.....	53
4.1.2 Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Membangun Kesan.....	55
4.2 Strategi Manajemen Kesan Pekerja Lepas Digital	62
4.2.1 Profil Profesional Daya Tarik Manajemen Kesan.....	62
4.2.2 Menjemput Peluang Untuk Mendapatkan Kesan Positif.....	67
4.2.3 Mengelola Kesan di Tengah Persaingan	70
4.2.4 Menyempurnakan Kesan Melalui Umpan balik Klien	74
4.3 Pembahasan	80
4.3.1 Motivasi Manajemen Kesan Pekerja Lepas Digital.....	80
4.3.2 Membangun Citra Diri dengan Strategi Manajemen Kesan	87
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	95

5.1	Simpulan.....	95
5.1.1	Faktor Pemilihan Karir Pekerja Lepas Digital.....	95
5.1.2	Implementasi Strategi Manajemen Kesan Pekerja Lepas Digital....	96
5.2	Implikasi	96
5.2.1	Implikasi Akademis	96
5.2.2	Implikasi Praktis	97
5.3	Rekomendasi.....	97
5.3.1	Rekomendasi Akademis.....	97
5.3.2	Rekomendasi Praktis.....	98
	DAFTAR PUSTAKA.....	99
	LAMPIRAN.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Data BPS Angkatan Kerja Indonesia	16
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir.....	35
Gambar 4. 1 Pemaparan Temuan Penelitian PP 1	53
Gambar 4. 2 Profil Profesional	57
Gambar 4. 3 Penggunaan Gaya Bahasa Non-formal	59
Gambar 4. 4 Penggunaan Gaya Bahasa Non-formal	60
Gambar 4. 5 Pemaparan Temuan Penelitian PP 2.....	62
Gambar 4. 6 Membangun Persona yang <i>Fun</i>	64
Gambar 4. 7 Konsisten Upload Karya	69
Gambar 4. 8 Efektifitas Penggunaan Media Sosial	76
Gambar 4. 9 Pengembangan Kinerja dengan Umpan Balik	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Faktor Citra Diri (Borman-Shoap dkk, 2019).....	12
Tabel 2. 2 Relevansi Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Partisipan Penelitian.....	39
Tabel 3. 2 Metodologi Penelitian	48
Tabel 3. 3 Lini Masa Penyusunan & Sidang Proposal Skripsi	49
Tabel 3. 4 Lini Masa Penyusunan	49
Tabel 3. 5 Lini Masa Pengumpulan Data Penelitian.....	50
Tabel 3. 6 Lini Masa Finalisasi Skripsi.....	50
Tabel 4. 1 Faktor Pemilihan Karir Pekerja Lepas Digital	61
Tabel 4. 2 Implementasi Strategi Manajemen Kesan Pekerja Lepas Digital	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Persetujuan Informan	114
Lampiran 2: Pedoman Wawancara.....	124
Lampiran 3: Hasil Reduksi Data Wawancara	126
Lampiran 4: Hasil Memberchecking	225
Lampiran 5: Pedoman Wawancara Triangulasi Ahli.....	227
Lampiran 6: Hasil Wawancara Triangulasi	230
Lampiran 7: Dokumentasi Wawancara	238
Lampiran 8: Studi Dokumen.....	242

DAFTAR PUSTAKA

- A F M Affandi, T E Priandono , A Mecca, A. H. R. (2021). Manajemen Komunikasi Transgender Psk Pengidap Hiv/ Aids Dalam Menghadapi Stigma Sosial. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(April).
- Abubakar, A. M., & Shneikat, B. H. T. (2017). Elancing Motivations. *Online Information Review*, 41(1), 53–69. <https://doi.org/10.1108/Oir-09-2015-0306>
- Afrida M., Ahmad Rafli, Atif Naufal Y.L, Masturi, Rudiansyah, B. U. (2024). Ketenagakerjaan Di Indonesia: Tantangan Dan Peluang Di Era Globalisasi. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Pendidikan (Jamapedik)*, 1(2), 288–296. <https://doi.org/10.59971/Jamapedik.V1i2.65>
- Alfa Gumilang, Bimo Aria Fundrika, Dea Rachmat Sohika, Ellena Ekarahendy, Farhanah, Fathimah Fildzah Izzati, Hambali Junaedi, Ikhsan Raharjo, Irine W, Maria Anastasia, Nur Aini, R. A. (2019). Pedoman Kontrak Kerja Freelancer. *Serikat Pekerja Media Dan Industri Kreatif*.
- Amanda Tikha Santriati. (2022). Kebijakan Pemerintah Terhadap Perlindungan Hak Pekerja Freelance (Harian Lepas) Di Indonesia. *Opinia De Journal*, 2(1), 46–69.
- Anggraini, H. (2020). Hubungan Konflik Peran Ganda Dan Kinerja Di Lingkungan Kerja Pada Ibu Yang Bekerja Di Rsud Blambangan Banyuwangi. *Skripsi Mahasiswa Um*, 3(3), 251–260. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.3930682>
- Annisa, F. M., & Satria, E. (2023). *Fenomena Freelance Mahasiswa Prodi Fotografi Institut Seni Indonesia Padang Panjang*. 3(2), 376–383.
- Apriananta, Y. J., & Wijaya, L. S. (2018). Penggunaan Website Dan Media Sosial Dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi. *Jurnal Komunikatif*, 7(2), 187–209. <https://doi.org/10.33508/Jk.V7i2.1750>
- Arifianto, C. F., & Vallentino, M. (2022). A Study And Review Of Freelancer Value Proposition. *Journal Of Research In Business, Economics, And Education*, 4(1), 50–62. <http://e-journal.stie-kusumanegara.ac.id>
- Aristi, N. M., & Pratama, A. R. (2021). Peran Freelance Marketplace Dan Media Sosial Dalam *Online Gig Economy* Jasa Profesional. *Techno.Com*, 20(1)

- 122–133. <https://doi.org/10.33633/Tc.V20i1.4261>
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114. <https://doi.org/10.24036/Jkmb.10994100>
- Baitenizov, D. T., Dubina, I. N., Campbell, D. F. J., Carayannis, E. G., & Azatbek, T. A. (2019). Freelance As A Creative Mode Of Self-Employment In A New Economy (A Literature Review). *Journal Of The Knowledge Economy*, 10(1), 1–17. <https://doi.org/10.1007/S13132-018-0574-5>
- Barlage, M., Van Den Born, A., & Van Witteloostuijn, A. (2019). The Needs Of Freelancers And The Characteristics Of ‘Gigs’: Creating Beneficial Relations Between Freelancers And Their Hiring Organizations. *Emerald Open Research*, 1, 8. <https://doi.org/10.12688/Emeraldopenres.12928.1>
- Benthaus, J., Risius, M., & Beck, R. (2016). Social Media Management Strategies For Organizational Impression Management And Their Effect On Public Perception. *Journal Of Strategic Information Systems*, 25(2), 127–139. <https://doi.org/10.1016/J.Jsis.2015.12.001>
- Berkelaar, B. L. (2017). How Implicit Theories Help Differentiate Approaches To Online Impression Management: A Preliminary Typology. *New Media And Society*, 19(12), 2039–2058. <https://doi.org/10.1177/1461444816654136>
- Blaising, A., & Dabbish, L. (2022). Managing The Transition To Online Freelance Platforms: Self-Directed Socialization. *Proceedings Of The Acm On Human-Computer Interaction*, 6(November). <https://doi.org/10.1145/3555201>
- Blaising, A., Kotturi, Y., Kulkarni, C., & Dabbish, L. (2020). Making It Work, Or Not: A Longitudinal Study Of Career Trajectories Among Online Freelancers. *Acmhum.-Comput. Interact.* 4, Cscw3, 4(December), 29.
- Blaising, A., Kotturi, Y., Kulkarni, C., & Dabbish, L. (2021). Making It Work, Or Not. *Proceedings Of The Acm On Human-Computer Interaction*, 4(Cscw3), 1–29. <https://doi.org/10.1145/3432925>
- Blyth, D. L., Jarrahi, M. H., Lutz, C., & Newlands, G. (2022). Self-Branding Strategies Of Online Freelancers On Upwork. *New Media And Society*, July. <https://doi.org/10.1177/14614448221108960>

- Blyth, D. L., Jarrahi, M. H., Lutz, C., & Newlands, G. (2024). Self-Branding Strategies Of *Online* Freelancers On Upwork. *New Media And Society*, 26(7), 4008–4033. <https://doi.org/10.1177/14614448221108960>
- Bolino, M. C., Klotz, A. C., & Daniels, D. (2014). The Impact Of Impression Management Over Time. *Journal Of Managerial Psychology*, 29(3), 266–284. <https://doi.org/10.1108/Jmp-10-2012-0290>
- Bolino, M., Long, D., & Turnley, W. (2016). Impression Management In Organizations: Critical Questions, Answers, And Areas For Future Research. *Annual Review Of Organizational Psychology And Organizational Behavior*, 3(December), 377–406. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062337>
- Borman-Shoap, E., Li, S. T. T., St Clair, N. E., Rosenbluth, G., Pitt, S., & Pitt, M. B. (2019). Knowing Your Personal Brand: What Academics Can Learn From Marketing 101. *Academic Medicine*, 94(9), 1293–1298. <https://doi.org/10.1097/Acm.0000000000002737>
- Bps. (2023). Keadaan Pekerja Di Indonesia. *Badan Pusat Statistik Indonesia*, 1–373.
- Busetto, L., Wick, W., & Gumbinger, C. (2020). How To Use And Assess Qualitative Research Methods. *Neurological Research And Practice*, 2(1). <https://doi.org/10.1186/S42466-020-00059-Z>
- Carpenter, S., Kanver, D., & Timmons, R. (2017). It's About Me: A Study Of Journalists' Self-Presentation Of Their Visual And Verbal Selves. *Journalism Practice*, 11(10), 1246–1266. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1245587>
- Carter, N., Bryant-Lukosius, D., Dicenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014). The Use Of Triangulation In Qualitative Research. *Oncology Nursing Forum*, 41(5), 545–547. <https://doi.org/10.1188/14.Onf.545-547>
- Çiğdem, S. (2022). Motivation Of Freelance Employees In The Gig Economy In Turkey. *Ege Akademik Bakis (Ege Academic Review)*, 503–520. <https://doi.org/10.21121/Eab.933203>
- Cohen, N. S. (2019). At Work In The Digital Newsroom. *Digital Journalism*, 7(5), 571–591. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1419821>

- Creswell, J. W. & C. N. P. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design* (Issue 0).
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Mixed Methods Procedures. In *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*.
- Damian, D., & Empoli, G. (2021). Exploring Freelancers' Intentions To Embrace An Entrepreneurial Career Based On Theory Of Planned Behavior. *Journal Of Promotion Management*, 27(7), 998–1013. <https://doi.org/10.1080/10496491.2021.1888182>
- Driyantini, E., Pramukaningtyas, H. R. P., & Agustiani, Y. K. (2020). Flexible Working Space, Budaya Kerja Baru Untuk Tingkatkan Produktivitas Dan Kinerja Organisasi. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 17(2), 206–220. <https://doi.org/10.31113/Jia.V17i2.584>
- Dubrin, A. J. (2010). Impression Management In The Workplace: Research, Theory And Practice. In *Journal Of European Industrial Training* (Vol. 35, Issue 8). <https://doi.org/10.1108/03090591111168366>
- Dunn, M. (2020). Making Gigs Work: Digital Platforms, Job Quality And Worker Motivations. *New Technology, Work And Employment*, 35(2), 232–249. <https://doi.org/10.1111/Ntwe.12167>
- Dunn, M., Stephany, F., Sawyer, S., Munoz, I., Raheja, R., Vaccaro, G., & Lehdonvirta, V. (2020). *When Motivation Becomes Desperation: Online Freelancing During The Covid-19 Pandemic*. 1–32.
- Duque-Estrada, A. (2018). “Voyante.” *Cultura De Paz*, 24(74), 41. <https://doi.org/10.5377/Cultura.V24i74.8893>
- Ercan, S. A., & Hendriks, C. M. (2022). Dramaturgical Analysis. *Research Methods In Deliberative Democracy*, 321–332. <https://doi.org/10.1093/Oso/9780192848925.003.0022>
- Etikan, I. (2016). Comparison Of Convenience Sampling And Purposive Sampling. *American Journal Of Theoretical And Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/J.Ajtas.20160501.11>
- Ezzat, H. (2022). *Online Identity And Egyptian Youth: Exploring Construction*

- Processes. *Ilcea*, 46. <https://doi.org/10.4000/ilcea.13947>
- Fadhila, S. A., Sukmayadi, V., & Affandi, A. F. M. (2023). Pengelolaan Kesan Daring Dalam Meraup “Cuan”: Studi Fenomenologi Pada Influencer Tiktok Di Indonesia. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 505–517. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i3.5889>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fatimah Fildzah Izzati, Rara Sekar Larasati, Ben K. C. Laksana, Rio Apinino, K. A. (2021). Pekerja Industri Kreatif Indonesia : Flexplotation, Kerentantn Dan Sulitnya Berserikat. *Sindikasi X Fnv Mondiaa*, 1–257.
- Firdasanti, A. Y., Khailany, A. D., Dzulkirom, Nur Ahmad, Tiur Maulina Putri Sitompul, D., & Amalinda. (2021). Mahasiswa Dan Gig Economy: Kerentanan Pekerja Lepas (Freelancer) Di Kalangan Tenaga Kerja Terdidik. *Jurnal Polgov*, 3(1), 195–234. <https://doi.org/10.22146/polgov.v3i1.3611>
- Firdasanti, A. Y., Khailany, A. D., Dzulkirom, N. A., Sitompul, T. M. P., & Savirani, A. (2021). Mahasiswa Dan Gig Economy: Kerentanan Pekerja Sambilan (Freelance) Di Kalangan Tenaga Kerja Terdidik. *Jurnal Polgov*, 3(1), 195–234. <https://doi.org/10.22146/polgov.v3i1.2866>
- Flood, F., Verdad, H., & Frederick, L. (2020). Global Encyclopedia Of Public Administration, Public Policy, And Governance. *Global Encyclopedia Of Public Administration, Public Policy, And Governance, September*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-31816-5>
- Fondeur, Y. (2022). *Working And Doing Business Differently : The Case Of A Digital Freelance Collective Yannick Fondeur To Cite This Version : Hal Id : Hal-03890930 Working And Doing Business Differently : The Case Of A Digital Freelance Collective*.
- Foong, E. (2020). Understanding And Designing Sociotechnical Systems To Support The Impression Management Practices Of Online Freelance Workers. *Proceedings Of The International Acm Siggroun Conference On Supporting Group Work*, 25–33. <https://doi.org/10.1145/3323994.3371017>
- Foong, E., Kim, J. O., Dontcheva, M., & Gerber, E. M. (2021). Crowdfolio: Understanding How Holistic And Decomposed Workflows Influence

- Feedback On *Online Portfolios*. *Proceedings Of The Acm On Human-Computer Interaction*, 5(Cscw1), 1–31. <https://doi.org/10.1145/3449096>
- Franzia, E. (2015). Pengaruh Foto Profil Dan Cover Pada Jejaring Sosial Facebook Dalam Membentuk Personal Branding: Studi Kasus Mahasiswa Dan Alumni FsrD Universitas Trisakti. *Humaniora*, 6(3), 382. <https://doi.org/10.21512/Humaniora.V6i3.3364>
- Gandini, A. (2016). Digital Work: Self-Branding And Social Capital In The Freelance Knowledge Economy. *Marketing Theory*, 16(1), 123–141. <https://doi.org/10.1177/1470593115607942>
- Gayatri, G., Jaya, I. G. N. M., & Rumata, V. M. (2023). The Indonesian Digital Workforce Gaps In 2021–2025. *Sustainability (Switzerland)*, 15(1). <https://doi.org/10.3390/Su15010754>
- Girnanfa, F. A., & Susilo, A. (2022). Studi Dramaturgi Pengelolaan Kesan Melalui Twitter Sebagai Sarana Eksistensi Diri Mahasiswa Di Jakarta. *Journal Of New Media And Communication*, 1(1), 58–73. <https://doi.org/10.55985/Jnmc.V1i1.2>
- Goffman, E. (2016). The Presentation Of Self In Everyday Life. *Social Theory Re-Wired: New Connections To Classical And Contemporary Perspectives: Second Edition*, 482–493. <https://doi.org/10.4324/9781315775357>
- Greening, N. (2019). Phenomenological Research Methodology. *Scientific Research Journal*, Vii(V). <https://doi.org/10.31364/Scirj/V7.I5.2019.P0519656>
- Gussek, L., & Wiesche, M. (2023). It Professionals In The Gig Economy: The Success Of It Freelancers On Digital Labor Platforms. *Business And Information Systems Engineering*, 65(5), 555–575. <https://doi.org/10.1007/S12599-023-00812-Z>
- Habibah, A., & Siregar, O. M. (2023). Pengaruh Karakteristik Individu Dan Pekerjaan Terhadap Kepuasan Kerja Freelance Generasi Millennial. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 41–48.
- Haidar, M., Zulkarnain, & Hardika. (2023). Self-Determine D Learning Process Of Freelancer Graphic Designer At Fivver.Com Digital Platform. *Proceedings Of The International Conference On Information Technology*

- And Education (Icite 2021), 609(Icite), 177–181.*
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.211210.030>
- Hakim, A. L., Nur, F. E., & Nujulah, F. (2021). The Effect Of The Effect Of Work Motivation And Leadership On Employee Performance. *Sinergi Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, 11*(2), 34–42.
- Haristine, F., Luthfie, M., & Kusumadinata, A. A. (2018a). Kompetensi Komunikasi Tenaga Freelance Dalam Bisnis Wedding Planner Di Bogor. *Jurnal Komunikatio, 4*(2), 71–82. <https://doi.org/10.30997/jk.v4i2.1214>
- Haristine, F., Luthfie, M., & Kusumadinata, A. A. (2018b). *Kompetensi Komunikasi Tenaga Freelance Dalam Bisnis Wedding Planner Di Bogor Freelance Communication Competency Within Wedding Planner Business In Bogor. 4*(1), 71.
- Hikmawati, U. N. (2024). Di Ambang Kegairahan Dan Kerentanan (Fleksibilitas Freelance Industri Kreatif Desain Di Yogyakarta). *Jurnal Studi Pemuda, 12*(1), 50. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.85200>
- Hoedemaekers, C. (2021). ‘Selling Themselves’: Conceptualising Key Features Of Freelance Work Experience. *Culture And Organization, 27*(5), 345–364. <https://doi.org/10.1080/14759551.2020.1833206>
- Holthaus, C., & Stock, R. M. (2018). Facts Vs. Stories - Assessment And Conventional Signals As Predictors Of Freelancers’ Performance In Online Labor Markets. *Proceedings Of The Annual Hawaii International Conference On System Sciences, 2018-Janua,* 3455–3464. <https://doi.org/10.24251/hicss.2018.438>
- Huđek, I., Tominc, P., & Širec, K. (2021). The Human Capital Of The Freelancers And Their Satisfaction With The Quality Of Life. *Sustainability (Switzerland), 13*(20). <https://doi.org/10.3390/su132011490>
- Huđek, I., Tominc, P., & Širec, K. (2021). The Impact Of Social And Cultural Norms, Government Programs And Digitalization As Entrepreneurial Environment Factors On Job And Career Satisfaction Of Freelancers. *Sustainability (Switzerland), 13*(2), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su13020779>
- Husserl, E. (2014). *Ideas For A Pure Phenomenology And Phenomenological*

- Philosophy. First Book. General Introduction To Pure Phenomenology.* 23, 358.
- Jackson, R. L., Drummond, D. K., & Camara, S. (2007). What Is Qualitative Research? *Qualitative Research Reports In Communication*, 8(1), 21–28. <https://doi.org/10.1080/17459430701617879>
- Johnson-Cartee, K. S. (2010). Impression Management. *Political And Civic Leadership: A Reference Handbook*, 838–847. <https://doi.org/10.4135/9781412979337.N94>
- Jones, Pittman, T. S. (1982). Psychological Perspectives On The Self, Vol. 1. In *Psychological Perspectives On The Self.* (Vol. 12, Issue 3, P. 262). <https://doi.org/10.2307/2069020>
- Jyoti, D. (2019). *Motivational Analysis Of Dancers : A Study Of Classical And Contemporary.* 10.
- Kamilah, F. N., & Lestari, S. B. (2020). Manajemen Privasi Pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 9(1), 98–108. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/29574>
- Kang, S. K., & Bodenhausen, G. V. (2015). Multiple Identities In Social Perception And Interaction: Challenges And Opportunities. *Annual Review Of Psychology*, 66(July 2014), 547–574. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010814-015025>
- Karimi, S., & Wang, F. (2017). Online Review Helpfulness: Impact Of Reviewer Profile Image. *Decision Support Systems*, 96, 39–48. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2017.02.001>
- Kazi, A. G., Yusoff, R., Khan, A., & Kazi, S. (2014). *Sains Humanika The Freelancer : A Conceptual Review.* 3, 1–7.
- Khmelnysky, B. (2024). *Specifics Of Forming Freelancer's Self-Brand On Upwork And LinkedIn. Comparative Analysis.* 1(15), 188–201.
- Kowalski, M. R. L. And R. M. (1990). Impression Management: A Literature Review And Two-Component Model. *Psychological Bulletin*, 107, 34–47. <https://doi.org/10.20460/jgsm.2013715681>
- Kozica, A., Bonss, U., & Kaiser, S. (2014). Freelancers And The Absorption Of

- External Knowledge: Practical Implications And Theoretical Contributions. *Knowledge Management Research And Practice*, 12(4), 421–431. <https://doi.org/10.1057/Kmrp.2013.2>
- Krisnawati, E. (2020). Dramaturgical Analysis Of Vlogger's Impression Management On Social Media. *Komunikator*, 12(1). <https://doi.org/10.18196/Jkm.121035>
- Lacković, D., Vincek, L., Dvorski Lacković, I., Kovšca, V., & Lacković Vincek, Z. (2017). A Literature Review On Impression Management Techniques Usage In Financial Reporting. 112–116. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:211:074312>
- Lo Presti, A., Pluviano, S., & Briscoe, J. P. (2018). Are Freelancers A Breed Apart? The Role Of Protean And Boundaryless Career Attitudes In Employability And Career Success. *Human Resource Management Journal*, 28(3), 427–442. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12188>
- Ludwig, S., Herhausen, D., Grewal, D., Bove, L., Benoit, S., De Ruyter, K., & Urwin, P. (2022). Communication In The Gig Economy: Buying And Selling In Online Freelance Marketplaces. In *Journal Of Marketing* (Vol. 86, Issue 4). <https://doi.org/10.1177/00222429211030841>
- Mahmood, H. M. A. (2024). You Scratch My Back, And I'll Scratch Yours: Feedback And Recommendation On Freelance Translators Recruitment. *Zanco Journal Of Human Sciences*, 28(3), 295–307.
- Mai, Q. D. (2020). Unclear Signals, Uncertain Prospects: The Labor Market Consequences Of Freelancing In The New Economy. *Social Forces*, 99(May 2020), 895–920. <https://doi.org/10.1093/Sf/Soaa043>
- Mohammed, H., Mahmood, A., Na, K. S., & Bahru, J. (2024). *Motivation And Personal Branding On Social Media : Freelance Traslator In Iraq Context*. 06(August 2023), 60–82.
- Moorman, R. H., Lyons, B. D., Mercado, B. K., & Klotz, A. C. (2024). Driving The Extra Mile In The Gig Economy: The Motivational Foundations Of Gig Worker Citizenship. *Annual Review Of Organizational Psychology And Organizational Behavior*, 11(1). <https://doi.org/10.1146/Annurev-Orgpsych-111821-033012>

- Moriset, B. (2017). The Reputation Economy: Understanding Knowledge Work In Digital Society. *Journal Of Urban Technology*, 24(3), 119–122. <https://doi.org/10.1080/10630732.2017.1348879>
- Moustakas. (1994). *Phenomenological Research Methods*.
- Mullins, N. (2019). *Mullins_Career_2019*. November.
- Munoz, I., Sawyer, S., & Dunn, M. (2022). New Futures Of Work Or Continued Marginalization? The Rise Of *Online* Freelance Work And Digital Platforms. *Acm International Conference Proceeding Series*. <https://doi.org/10.1145/3533406.3533412>
- Mustofa. (2018). Pekerja Lepas (Freelancer) Dalam Dunia Bisnis. *Neliti*, 10(1), 1–7. <https://www.neliti.com/publications/267958/pekerja-lepas-freelancer-dalam-dunia-bisnis>
- Nawaz, Z., Zhang, J., Mansoor, R., & Ilmudeen, A. (2019). Gig Workers In Sharing Economy: Conceptualizing Freelancer Value Proposition (Fvp) In E-Lancing Platforms. *Advances In Management & Applied Economics*, 9(6), 51–75.
- Nemkova, E., Demirel, P., & Baines, L. (2019). In Search Of Meaningful Work On Digital Freelancing Platforms: The Case Of Design Professionals. *New Technology, Work And Employment*, 34(3), 226–243. <https://doi.org/10.1111/Ntwe.12148>
- Neubauer, B. E., Witkop, C. T., & Varpio, L. (2019). How Phenomenology Can Help Us Learn From The Experiences Of Others. *Perspectives On Medical Education*, 8(2), 90–97. <https://doi.org/10.1007/S40037-019-0509-2>
- Newcomer, B. K. E., Hatry, H. P., Wholey, J. S., Newcomer, K. E., Hatry, H. P., Wholey, J. S., & Adams, W. C. (2015). *Conducting Semi-Structured*. 1970, 492–505.
- Norbäck, M. (2022). Maintaining A Freelance Career: How Journalists Generate And Evaluate Freelance Work. *Journalism Studies*, 23(10), 1141–1159. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2022.2073257>
- Nugroho, J., Hardian, V., Ismail, D. H., & Dwi Raharjo, J. S. (2023). Economic Gig In Indonesia: Challenges And Opportunities For Gen Z And Milenials. *Best Journal Of Administration And Management*, 2(1), 27–34.

- <https://doi.org/10.56403/Bejam.V2i1.112>
- Nur, F. E., & Yulianti, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Konstruksi Kesan Positif Tentang Protokoler Unisba. *Jurnal Riset Public Relations*, 95–100. <https://doi.org/10.29313/Jrpr.V3i2.3015>
- Padilla-Díaz, M. (2015). Phenomenology In Educational Qualitative Research: Philosophy As Science Or Philosophical Science? *International Journal Of Educational Excellence*, 1(2), 101–110. <https://doi.org/10.18562/Ijee.2015.0009>
- Peters, P., Blomme, R., & Jager, W. De. (2019). The Impact Of Work-Related Values And Work Control On The Career Satisfaction Of Female Freelancers. *Small Business Economics*.
- Picone, I. (2015). Impression Management In Social Media. *The International Encyclopedia Of Digital Communication And Society*, October, 1–7. <https://doi.org/10.1002/9781118767771.Wbiedcs071>
- Popiel, P. (2017). “Boundaryless” In The Creative Economy: Assessing Freelancing On Upwork. *Critical Studies In Media Communication*, 34(3), 220–233. <https://doi.org/10.1080/15295036.2017.1282618>
- Pramanik, N. D. (2020). Pengaruh Komunikasi Organisasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Freelance Di Jagoketik.Com. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Manajemen*, 1(3), 213–226. <https://doi.org/10.35912/Jakman.V1i3.40>
- Priandono, T. E., Ramdani, A. H., Hasmoro, R. D., Pasrah, H. M., Annisa, A. N., & Kisyanto, G. E. (2022). Penyintas Covid-19: Strategi Menghadapi Stigma. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 11(3), 381–396. <https://doi.org/10.23887/Jish.V11i3.41885>
- Putinagari, P. R., & Aprilianty, F. (2021). Barriers Analysis On Consumer Usage Intention Of Freelance Marketplace In Indonesia. *Malaysian Journal Of Social Sciences And Humanities (Mjssh)*, 6(8), 578–589. <https://doi.org/10.47405/Mjssh.V6i8.982>
- Qutoshi, S. B. (2018). Phenomenology: A Philosophy And Method Of Inquiry. *Journal Of Education And Educational Development*, 5(1), 215. <https://doi.org/10.22555/Joed.V5i1.2154>
- Rahayu, M., Hidayati, L. A., & Muhdiyanto. (2024). Pengaruh Keterlibatan

- Karyawan, Job Design, Flexible Working Arrangement, Work Engagement Terhadap Kinerja Karyawan Pada Karyawan Freelance Wedding Dan Event Organizer. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(2), 403–413. <https://doi.org/10.46799/Isa.V5i2.1026>
- Rahman, H. A. (2021). The Invisible Cage: Workers' Reactivity To Opaque Algorithmic Evaluations. *Administrative Science Quarterly*, 66(4), 945–988. <https://doi.org/10.1177/00018392211010118>
- Rambe, N. R. (2024). *Resistansi Pekerja Lepas (Freelance) Desain Grafis Di Indonesia Terhadap Eksploitasi Via Proses Gamifikasi Digital Platform*. 10(1), 80–95.
- Reyes-Menendez, A., Saura, J. R., & Thomas, S. B. (2020). Exploring Key Indicators Of Social Identity In The #Metoo Era: Using Discourse Analysis In Ugc. *International Journal Of Information Management*, 54(April), 102129. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102129>
- Rottwilm, P. (2014). *The Future Of Journalistic Work: Its Changing Nature And Implications*. August, 28. <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/the%20future%20of%20journalistic%20work%20-%20its%20changing%20nature%20and%20implications.pdf>
- Sa, N., Rahmawati, N., Puspita, A. D., & Budiantoro, R. A. (2023). *Initiation Of A Marketplace-Based Creative Freelance Service Provider To Optimize Msmes Digital Marketing In Indonesia*. 290–296.
- Salamon, E. (2020). Digitizing Freelance Media Labor: A Class Of Workers Negotiates Entrepreneurialism And Activism. *New Media And Society*, 22(1), 105–122. <https://doi.org/10.1177/1461444819861958>
- Salmons, J. (2015). *Qualitative Online Interviews*.
- Santy, Nugroho, B. S., August, V., & Maharlian, G. (2020). Feasibility Study And Prototype Design Of Freelancer Online Marketplace. *Proceedings Of 2020 International Conference On Information Management And Technology, Icimtech 2020*, August, 858–863. <https://doi.org/10.1109/Icimtech50083.2020.9211273>
- Schwartz, D. (2018). *Embedded In The Crowd: Creative Freelancers*,

- Crowdsourced Work, And Occupational Community. *Work And Occupations*, 45(3), 247–282. <https://doi.org/10.1177/0730888418762263>
- Scolere, L., Pruchniewska, U., & Duffy, B. E. (2018). Constructing The Platform-Specific Self-Brand: The Labor Of Social Media Promotion. *Social Media And Society*, 4(3). <https://doi.org/10.1177/2056305118784768>
- Sengul-Jones, M. (2017). ‘Being A Better #Freelancer’: Gendered And Racialised Aesthetic Labour On *Online* Freelance Marketplaces. *Aesthetic Labour*, 215–229. https://doi.org/10.1057/978-1-137-47765-1_12
- Shevchuk, A., & Strebkov, D. (2015). The Rise Of Freelance Contracting On The Russian-Language Internet. *Small Enterprise Research*, 22(2–3), 146–158. <https://doi.org/10.1080/13215906.2015.1052341>
- Shevchuk, A., Strebkov, D., & Davis, S. N. (2018). Work Value Orientations And Worker Well-Being In The New Economy: Implications Of The Job Demands-Resources Model Among Internet Freelancers. *International Journal Of Sociology And Social Policy*, 38(9–10), 736–753. <https://doi.org/10.1108/Ijssp-01-2018-0006>
- Stephen W. Littlejohn, K. A. F. (2009). *Encyclopedia Of Communication Theory*. <https://doi.org/10.4324/9781315228846-3>
- Stoddart, K. (1986). The Presentation Of Everyday Life. *Urban Life*, 15(1), 103–121. <https://doi.org/10.1177/0098303986015001004>
- Sukmayadi, V., & Yahya, A. H. (2020). Impression Management Within Instagram Stories: A Phenomenological Study. *The Open Psychology Journal*, 12(1), 216–224. <https://doi.org/10.2174/1874350101912010216>
- Sun, Y., Fang, S., & Zhang, Z. (Justin). (2021). Impression Management Strategies On Enterprise Social Media Platforms: An Affordance Perspective. *International Journal Of Information Management*, 60(18), 102359. <https://doi.org/10.1016/J.Ijinfomgt.2021.102359>
- Suri, H. (2011). Purposeful Sampling In Qualitative Research Synthesis. *Qualitative Research Journal*, 11(2), 63–75. <https://doi.org/10.3316/Qrj1102063>
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal Qosim : Jurnal Pendidikan, Sosial &*

- Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/Jq.V1i1.60>
- Sutherland, W., & Jarrahi, M. H. (2018). The Sharing Economy And Digital Platforms: A Review And Research Agenda. *International Journal Of Information Management*, 43(February), 328–341. <https://doi.org/10.1016/J.Ijinfomgt.2018.07.004>
- Suwatno dan Donni Juni Priansa. (2016). *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suwatno, S. (2019). *Komunikasi Bisnis, Salemba Empat*
- Suwatno, S. (2017). *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tamangkeng, S. Y. L., & Maramis, J. B. (2022). Kajian Pendekatan Fenomenologi: Literature Review. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 23(1), 14–32.
- Thomson, T. J. (2018). Freelance Photojournalists And Photo Editors: Learning And Adapting In A (Mostly Faceless) Virtual World. *Journalism Studies*, 19(6), 803–823. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2016.1215851>
- Tudy, R. A. (2021). From The Corporate World To Freelancing: The Phenomenon Of Working From Home In The Philippines. *Community, Work And Family*, 24(1), 77–92. <https://doi.org/10.1080/13668803.2020.1809994>
- Turner, R. L. W. L. H. (2010). Introducing Communication Theory Analysis And Application. In *Mcgraw Hill*. <https://doi.org/10.4337/9781784710583.00007>
- Widodo, A. S. (2019). Peran Internet Dalam Meningkatkan Jumlah Pekerja Lepas Di Indonesia. *Nyimak: Journal Of Communication*, 3(2), 191. <https://doi.org/10.31000/Nyimak.V3i2.1811>
- Wulan Dari, P., Hasanah, K., & Oktovita Sari, P. (2022). Pengaruh Flexible Work Arrangement, Kepuasan Kerja, Dan Kreativitas Terhadap Produktivitas Pekerja Freelance Di Kota Madiun (Studi Kasus Pada Karyawan Wedding Organizer Dan Event Organizer). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (Simba) 4 , September*.
- Wulandari, A., Qamara, T., & Bawazir, S. A. M. (2019). Elancing Motivation On Sribulancer, An Evidence From Indonesia. *Journal Of World Conference*

(*Jwc*), 1(1), 193–202. <https://doi.org/10.29138/Prd.V1i1.99>

Yuhastina, Y., Nurcahyono, O. H., & Kholtsun, A. U. (2021). Tindakan Sosial Pada Pekerja Freelance: Studi Mahasiswa Institut Seni Indonesia Surakarta. *Sosiohumaniora: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(2), 12–19. <https://doi.org/10.30738/Sosio.V7i2.9734>

Zulaikha, & Ninda Ayu Bistanovasari. (2021). Effeminacy In Personal Branding On Social Media. *Nyimak Journal Of Communication*, 5, 255–272. <https://doi.org/10.1080/09638288.2019.1595750%0a>