

**PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING* MELALUI AKTIVITAS
BELANJA BARANG DENGAN METODE PEMBAYARAN SPAYLATER
PADA MAHASISWA DI BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

AGUSTINA NAINGGOLAN

1771650019



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING* MELALUI AKTIVITAS
BELANJA BARANG DENGAN METODE PEMBAYARAN SPAYLATER
PADA MAHASISWA DI BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

AGUSTINA NAINGGOLAN

1771650019



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2021**



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agustina Nainggolan
NIM : 1771650019
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang ber judul “PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING MELALUI AKTIVITAS BELANJA BARANG DENGAN METODE PEMBAYARAN SPAYLATER PADA MAHASISWA DI BEKASI” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera didalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 20 Desember 2021



Agustina Nainggolan



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING MELALUI AKTIVITAS BELANJA BARANG DENGAN METODE PEMBAYARAN SPAYLATER PADA MAHASISWA DI BEKASI

Nama : Agustina Nainggolan
NIM : 1771650019
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/ *Publik Relations*

telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir
guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 20 Desember 2021

Menyetujui:

Pembimbing,

(Singgih Sasongko, S.I.P., M.Si.)

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

(Singgih Sasongko, S.I.P., M.Si.)

Pjs. Dekan,

(Dr. Verdinand Robertua, M.Soc. Sc.)



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 20 Desember 2021 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Agustina Nainggolan
NIM : 1771650019
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/ *Publik Relations*

termasuk Ujian Tugas Akhir yang berjudul “PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING MELALUI AKTIVITAS BELANJA BARANG DENGAN METODE PEMBAYARAN SPAYLATER PADA MAHASISWA DI BEKASI” oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si	Ketua Sidang	
Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.	Penguji	
Singgih Sasongko, S.I.P., M.Si.	Penguji	

Jakarta, 20 Desember 2021



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

HASIL SIDANG SKRIPSI

Nama mahasiswa : Agustina Nainggolan
Nomor Induk Mahasiswa : 1771650019
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/*Public Relations*

TELAH MENEMPUH SIDANG SKRIPSI DAN MENYELESAIKAN PERBAIKAN SKRIPSI

Berjudul:

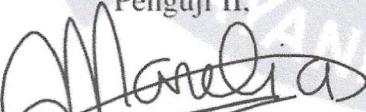
“Pembentukan Personal Branding Melalui Aktivitas Belanja Barang Dengan Metode Pembayaran SPayLater Pada Mahasiswa di Bekasi”

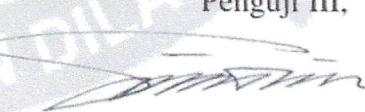
Dan dinyatakan **LULUS**, dengan nilai/predikat
71,6/B+/MEMUASKAN

Jakarta, 20 Desember 2021

Ketua Sidang/Pengaji I,


Dr. Chontina Siahaan, SH., M. Si

Pengaji II,

Marshelia Gloria Nazka, S.S., M.A.

Pengaji III,

Singgih Sasongko, S.I.P., M.Si.


Dr. Verdinand Robertua Siahaan, M.Soc., Sc



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Agustina Nainggolan
No. Induk Mahasiswa : 1771650019
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/*Public Relations*
Judul Skripsi : Pembentukan *Personal Branding* Melalui Aktivitas Belanja Barang Dengan Metode Pembayaran SPayLater Pada Mahasiswa di Bekasi.

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari tim penguji dalam sidang skripsi sebagaimana tertulis dalam hasil sidang skripsi pada **20 Desember 2021**.

Jakarta, 20 Desember 2021

Penguji II,


Marshelia Gloria Narita, S.S., M.A.

Penguji III/Pembimbing,


Singgih Sasongko, S.I.P., M.Si.

Ketua Sidang/Penguji I,



Dr. Chontina Siahaan, S.H., M. Si



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Agustina Nainggolan
No. Induk Mahasiswa : 1771650019
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/*Public Relations*
Judul Skripsi : Pembentukan *Personal Branding* Melalui Aktivitas Belanja Barang Dengan Metode Pembayaran SPayLater Pada Mahasiswa di Bekasi

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

TELAH DIUJI

Jakarta, 20 Desember 2021

Pembimbing,

(Singgih Sasongko, S.IP., M. Si.)

Dekan,



(Dr. Verdin Ferdinand Robertua Siahaan, M.Soc., Sc)



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

LEMBAR PENYERAHAN CD-ROM

“Pembentukan *Personal Branding* Melalui Aktivitas Belanja Barang Dengan Metode Pembayaran SPayLater Pada Mahasiswa di Bekasi”

Dengan ini saya menyatakan bahwa, isi CD-ROM Laporan Penelitian sama dengan revisi akhir.

Jakarta,

Agustina Nainggolan

Menyetujui:

Pembimbing,

Singgih Sasongko, SIP. M.Si.

Ketua Program Studi,

Singgih Sasongko, SIP. M.Si.



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

Pernyataan dan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Agustina Nainggolan
NIM : 1771650019
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/ *Public Relations*
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : Pembentukan *Personal Branding* Melalui Aktivitas Belanja Barang Dengan Metode Pembayaran SPayLater Pada Mahasiswa Di Bekasi

Dengan ini menyatakan, bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi maupun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royaliti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundungan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta
Pada 20 Desember 2021
Yang menyatakan



Agustina Nainggolan

KATA PENGANTAR

Segala puji, hormat dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dalam penyertaanNya yang senantiasa menolong dan menuntun peneliti dalam menyusun hingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini agar dapat memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia. Sehingga peneliti dapat persembahkan skripsi yang berjudul “Pembentukan *Personal Branding* Melalui Aktivitas Belanja Barang Dengan Metode Pembayaran Spaylater Pada Mahasiswa di Bekasi”

Sebelum memulai pembuatan skripsi, peneliti telah menjalani proses kuliah yang tidak mudah, berbagai mata kuliah yang harus diikuti, kegiatan kampus, berorganisasi, ujian dan tugas harus diselesaikan, presentasi materi, dan mengikuti kegiatan magang sebelum akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Meski demikian, seluruh proses tersebut dapat dilakukan dengan baik, berjalan dengan baik dan tanpa izin dan berkat Yang Maha Kuasa serta orang-orang sekitar yang mendukung, mungkin peneliti tidak sampai pada tahap ini.

Selama belajar di program studi Ilmu Komunikasi, FISIPOL UKI, penulis mendapatkan banyak pelajaran yang bermanfaat dan berguna bagi kehidupan serta wawasan penulis.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis banyak dibantu, diberian arahan, bimbingan, dukungan dan semangat oleh orang-orang yang berada dilingkungan penulis.

Berkaitan hal tersebut, dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua: Bapak Kembali. Naninggolan dan Ibu Evi Siadari yang sudah sangat sabar memberikan dukungan secara moril, materil maupun spiritual agar penulis dapat menyelesikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar. Tidak lupa juga untuk kakak saya yaitu Yulianti Nainggolan, Basaria Nainggolan, Oktaviana Nainggolan, Natalia Nainggolan, Marissa Nainggolan yang selalu memberikan dukungan atau memenuhi segala kebutuhan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Dhaniswara K. Hardjono, SH., M.H., M.B.A. selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia.
3. Dr. Verdinand Robertua, S. Sos., M.Soc. Sc. selaku Pjs Dekan dan Indah Novitasari, M. Si (Han) sebagai Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.
4. Singgih Sasongko, S.IP., M. Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UKI dan juga selaku dosen pembimbing peneliti yang memberikan waktu, arahan dan bimbungannya sehingga peneliti pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Chontina Siahaan, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang memberikan waktunya untuk membimbing proses *registrasi online* (RO) dan selama menjalani proses perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan staf pada prodi Ilmu Komunikasi yang mengajar, memberikan pengalaman, nasihat, ilmu dan segala urusan di dalam perkuliahan.

7. Teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi, FISIPOL UKI 2017 telah menempuh kuliah bersama peneliti, kerja sama, diskusi bersama, berjuang bersama, dukungan dan kekompakan yang terjalin bersama. Khususnya Pamela Panjaitan, Sarah, Yandri, Nathalia Ganik, Silvia Marthauli dan lain-lain yang tidak dapat disebut satu-persatu.
8. Informan Nur Afifah, Ikfa Asmauliyah, Putri Nurkhaliza, Wentina Sitompul, Dela Septiana yang berada di Bekasi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa syukur penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak. Tuhan memberikati.

Jakarta, 20 Desember 2021

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN HASIL SIDANG.....	iv
HALAMAN LEMBAR PERBAIKAN	v
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN LEMBAR PENYERAHAN CD-ROM.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
D. Sistematika Penulisan	12
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Konseptual	13
1. <i>E-Commerce</i>	13
2. Shopee dan SPayLater	14
3. <i>Personal Branding</i>	17
1. Spesialisasi	19
2 Kepemimpinan	19
3. Kepribadian	19
4. Perbedaan	19

5. Terlihat	20
6. Kesatuan.....	20
7. Ketangguhan.....	20
8. Nama Baik.....	20
4. Mahasiswa	20
B. Kerangka Teoritis.....	21
C. Kerangka Berpikir	24
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	 25
 A. Paradigma Penelitian.....	 25
B. Pendekatan Penelitian.....	26
C. Metode Penelitian	26
D. Metode Pengambilan Informan	27
E. Sumber Data	28
1 Data Premier.....	28
2 Data Sekunder	28
F. Metode Penggumpulan Data.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	30
H. Teknik Interpretasi Data.....	31
B. Keabsahan Data.....	32
1. Trianggulasi.....	32
2. <i>Transferability</i>	33
2. <i>Dependability</i>	33
2. <i>Confirmability</i>	33
 BAB IV. PEMBAHASAN.....	 34
 A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	 34
1. ShopeePayLater.....	34
2. Gambaran Umum Informan	38
B. Pemaparan Hasil Penelitian	39
1. Awal menggunakan SPayLater	40
2. Spesialisasi	41
3. Perbedaan	43
4. Terlihat	45
5. Nama Baik	46

C. Pembahasan	48
1. Spesialisasi	49
2. Perbedaan	51
3. Terlihat	52
4. Nama Baik	53
BAB V. PENUTUP	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran	58
1. Saran Akademis	58
2. Saran Praktis	59
3. Saran Sosial	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo ShopeePayLater 34



DAFTAR LAMPIRAN

Judul

Lampiran 1 - Transkip Wawancara Narasumber 1	65
Lampiran 2 - Transkip Wawancara Narasumber 2	69
Lampiran 3 - Transkip Wawancara Narasumber 3	73
Lampiran 4 - Transkip Wawancara Narasumber 4	77
Lampiran 5 - Transkip Wawancara Narasumber 5.....	81
Lampiran 6 - Coding Wawancara Narasumber 1	85
Lampiran 7 - Coding Wawancara Narasumber 2.....	86
Lampiran 8 - Coding Wawancara Narasumber 3.....	87
Lampiran 9 - Coding Wawancara Narasumber 4.....	88
Lampiran 10 - Coding Wawancara Narasumber 5.....	89
Lampiran 11 - Dokumentasi Wawancara Narasumber	90



ABSTRAK

Personal branding merupakan cara orang memperkenalkan diri atau mempromosikan diri kepada orang lain, baik untuk alasan pekerjaan maupun lingkungan sosial. Hampir setiap orang memiliki *personal branding*. *Branding* tidak hanya dikenal untuk suatu produk atau jasa yang telah memiliki nama, tapi diri individu juga bisa menggambarkan *branding*. *Personal branding* menggambarkan kemampuan dan kualitas yang dimiliki individu untuk memengaruhi orang lain dengan keberadaan individu tersebut. Berkaitan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana pembentukan *personal branding* pada aktivitas belanja barang menggunakan SPayLater dengan *tagline*-nya "Belanja Sekarang, Bayar Nanti," di aplikasi Shopee. Metode penelitiannya adalah kualitatif dengan studi fenomenologi yang menggambarkan makna umum beberapa individu terhadap berbagai pengalaman hidup dengan tujuan mereduksi pengalaman individu terhadap suatu fenomena. Penelitian ini melakukan wawancara mendalam dengan informan yang memiliki pengalaman pribadi menggunakan SPayLater. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Dengan ketentuan seorang Mahasiswa yang berdomisili di Bekasi yang menggunakan SPayLater dalam aktivitas belanja barang di aplikasi Shopee. Hasil penelitian dari wawancara yang dilakukan dengan beberapa informan yang diwawancara menggunakan empat dari delapan konsep *personal branding* (Montoya, dalam Haroen 2014: 67-69) yaitu memenuhi spesifikasi dalam Spesialisasi, Perbedaan, Terlihat, Nama Baik. Berdasarkan empat konsep tersebut mahasiswa dapat mempertahankan *personal branding*-nya dengan baik. Pada hal mendesak mereka dapat memenuhi kebutuhannya dengan menggunakan SPayLater, walaupun sebagian besar dalam pemenuhan kebutuhan tersebut terlihat adanya perilaku konsumtif yang dipandang negatif bagi orang lain, namun bagi mahasiswa SPayLater dapat membantu disaat yang dibutuhkan.

Kata Kunci: *Personal Branding*, SPayLater, Mahasiswa.

ABSTRACT

Personal branding is a way for people to introduce themselves or promote themselves to others, both for work and social reasons. Almost everyone has a personal branding. Branding is not only known for a product or service that already has a name, but the individual can also describe branding. Personal branding describes the ability and quality of an individual to influence others with the existence of the individual. In this regard, researchers are interested in seeing how personal branding is formed in shopping activities using SPayLater with the tagline "Shopping Now, Paying Later," in the Shopee application. The research method is qualitative with a phenomenological study that describes the general meaning of several individuals on various life experiences with the aim of reducing individual experiences of a phenomenon. This study conducted in-depth interviews with informants who had personal experience using SPayLater. The sampling technique used was purposive sampling. With the provisions of a student who is domiciled in Bekasi who uses SPayLater in shopping for goods on the Shopee application. The results of the research from interviews conducted with several informants who were interviewed used four of the eight concepts of personal branding (Montoya, in Haroen 2014: 67-69) namely meeting the specifications in Specialization, Difference, Looks, Good Name. Based on these four concepts, students can maintain their personal branding well, in urgent cases they can fulfill their needs by using SPayLater, although most of the fulfillment of these needs shows consumptive behavior which is seen as negative for others, but for SPayLater students it can help when required.

Keywords: Personal Branding, SPayLater and Students.

