

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Teori dan Pemikiran	6
1.5.1 Teori Perencanaan	6
1.5.2 <i>New Media</i>	8
1.5.3 Model Analisis Media Siber	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	<i>Personal Branding</i>	10
2.1.1	Pengertian <i>Personal Branding</i>	10
2.1.2	Hal Mendasar dalam <i>Personal Branding</i>	11
2.1.3	Kriteria <i>Personal Branding</i>	11
2.1.4	Konsep Pembentukan <i>Personal Branding</i>	14
2.1.5	Keuntungan Memiliki <i>Personal Branding</i>	16
2.2	Pengertian Pejabat Publik.....	16
2.3	Media Sosial.....	17
2.3.1	Pengertian Media Sosial	17
2.3.2	Karakteristik Media Sosial	18
2.3.3	Jenis – Jenis Media Sosial	21
2.4	Penelitian Sebelumnya	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Objek Penelitian	28
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.3.1	Populasi.....	29
3.3.2	Sampel	29
3.4	Jenis Data	30
3.4.1	Data Primer	30
3.4.2	Data Sekunder.....	30
3.5	Unit Analisis dan Kategorisasi.....	30

3.6	Definisi Operasional.....	31
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7.1	Analisis Dokumen	38
3.7.2	Studi Pustaka	39
3.8	Teknik Analisis Data.....	39
3.9	Reliabilitas.....	39
3.10	Validitas	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1	Gambaran Umum <i>Fan Page</i>	42
4.1.2	Profil Dedi Mulyadi.....	43
4.2	Gambaran Umum Penelitian	45
4.3	Hasil Penelitian	45
4.3.1	Unit Analisis Jenis Kiriman.....	46
4.3.2	Unit Analisis Tata Bahasa	50
4.3.3	Unit Analisis Pilihan Kata atau Diksi	53
4.3.4	Unit Analisis Penggunaan Bahasa Daerah.....	55
4.3.5	Unit Analisis Tema Kiriman.....	58
4.3.6	Unit Analisis <i>Personal Branding</i>	68
4.4	Pembahasan.....	77

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran.....	87

5.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	87
5.2.2 Bagi Dedi Mulyadi	88
5.2.3 Bagi Publik	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Unit Analisis dan Kategori.....	31
Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.1. Persentase Unit Analisis Jenis Kiriman	46
Tabel 4.2. Persentase Unit Analisis Tata Bahasa	50
Tabel 4.3. Persentase Unit Analisis Pilihan Kata Atau Diksi	53
Tabel 4.4. Persentase Unit Analisis Penggunaan Bahasa Daerah	55
Tabel 4.5. Persentase Unit Analisis Tema Kiriman	59
Tabel 4.6. Persentase Unit Analisis <i>Personal Branding</i>	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Pengguna <i>Internet</i> Di Indonesia	1
Gambar 1.2. Platform Media Sosial Paling Aktif Di Indonesia.....	3
Gambar 1.3. Dedi Mulyadi Menerima Penghargaan Social Media Awards.....	4
Gambar 1.4. Level Analisis Media Siber	9
Gambar 4.1. Tokoh Dedi Mulyadi	43
Gambar 4.2. Jenis Kiriman <i>Fan Page</i> Tulisan Dan Foto	47
Gambar 4.3. Jenis Kiriman Fan Page Tulisan Dan Video	48
Gambar 4.4. Jenis Kiriman Fan Page <i>Website</i> Informasi.....	49
Gambar 4.5. Tata Bahasa Formal.....	51
Gambar 4.6. Tata Bahasa Kombinasi.....	52
Gambar 4.7. Pilihan Kata Atau Diksi Santun	54
Gambar 4.8. Tidak Ada Penggunaan Bahasa Daerah	56
Gambar 4.9. Kombinasi Penggunaan Bahasa	57
Gambar 4.10. Tema Kiriman Politik.....	60
Gambar 4.11. Tema Kiriman Ekonomi.....	61
Gambar 4.12. Tema Kiriman Kebudayaan	61
Gambar 4.13. Tema Kiriman Lingkungan	62
Gambar 4.14. Tema Kiriman Agama.....	63
Gambar 4.15. Tema Kiriman Kesehatan.....	63
Gambar 4.16. Tema Kiriman Pariwisata.....	64
Gambar 4.17. Tema Kiriman Sosial.....	65

Gambar 4.18. Tema Kiriman Olahraga.....	66
Gambar 4.19. Tema Kiriman Peternakan.....	66
Gambar 4.20. Tema Kiriman Kombinasi.....	67
Gambar 4.21. <i>Personal Branding</i> Spesialisasi.....	70
Gambar 4.22. <i>Personal Branding</i> Kepemimpinan.....	71
Gambar 4.23. <i>Personal Branding</i> Kepribadian.....	72
Gambar 4.24. <i>Personal Branding</i> Perbedaan.....	73
Gambar 4.25. <i>Personal Branding Visibility/ Terlihat</i>	73
Gambar 4.26. <i>Personal Branding</i> Kesatuan	74
Gambar 4.27. <i>Personal Branding</i> Keteguhan	75
Gambar 4.28. <i>Personal Branding</i> Nama Baik	76