

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 GAMBAR | x |
| ABSTRAK | xi |
| ABSTRACT | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.5. Kerangka Teori | 8 |
| 1.5.1. Teori Persamaan Media (<i>Media Equation Theory</i>) | 8 |
| 1.5.2. <i>Personal Branding</i> | 10 |
| 1.5.3. <i>New Media</i> | 12 |
| 1.5.4. <i>Media Sosial</i> | 15 |
| 1.5.5. <i>Media Sosial Instagram</i> | 18 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 20 |
| 2.1. <i>Personal Branding</i> | 20 |
| 2.2. Penelitian Sebelumnya | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 31 |
| 3.1. Jenis Penelitian | 31 |
| 3.2. Objek dan Subjek Penelitian | 36 |
| 3.2.1. Obyek Penelitian..... | 36 |

| | |
|--|------------|
| 3.2.2. Subyek penelitian | 36 |
| 3.3. Unit Analisis | 36 |
| 3.4. Definisi Operasional | 39 |
| 3.5. Sumber Data | 43 |
| 3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 44 |
| 3.7. Teknik Analisis Data | 47 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 49 |
| 4.1. Gambaran Obyek Penelitian..... | 49 |
| 4.2. Hasil Analisis..... | 51 |
| 4.3. Pembahasan | 97 |
| BAB V PENUTUP..... | 109 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 109 |
| 5.2. Saran | 110 |
| DAFTAR PUSTAKA | 112 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3.1. Unit Analisis | 37 |
| Tabel 3.2. Hasil Analisis Reliabilitas | 46 |
| Tabel 4.1. Hasil Analisis Isi Kategori Spesialisasi | 53 |
| Tabel 4.2. Hasil Analisis Isi Kategori Kepemimpinan | 75 |
| Tabel 4.3. Hasil Analisis Isi Kategori Perbedaan | 85 |
| Tabel 4.4. Hasil Analisis Isi Kategori Kesatuan | 90 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|--------------|---|----|
| Gambar 1.1. | Instagram Sandiaga Uno | 5 |
| Gambar 1.2. | Awareness Tokoh Politik di Indonesia | 6 |
| Gambar 2.1. | Piramida <i>Personal branding</i> Menurut Kristie Tamvecius | 22 |
| Gambar 4.1. | Spesialisasi (<i>Ability</i>)..... | 54 |
| Gambar 4.2. | Postingan Sandiaga tidak ada unsur <i>Ability</i> | 56 |
| Gambar 4.3. | Spesialisasi (<i>behavior</i>)..... | 58 |
| Gambar 4.4. | Postingan Sandiaga tidak ada unsur <i>Behavior</i> | 60 |
| Gambar 4.5. | Spesialisasi (<i>Lifestyle 1</i>)..... | 61 |
| Gambar 4.6. | Spesialisasi (<i>Lifestyle 2</i>)..... | 63 |
| Gambar 4.7. | Spesialisasi (<i>Lifestyle 3</i>)..... | 64 |
| Gambar 4.8. | Postingan yang tidak menunjukkan unsur Spesialisasi (<i>Lifestyle</i>)..... | 65 |
| Gambar 4.9. | Spesialisasi (<i>Mission</i>)..... | 66 |
| Gambar 4.10. | Postingan yang tidak menunjukkan Spesialisasi (<i>Mission</i>) | 67 |
| Gambar 4.11. | Spesialisasi (<i>Product</i>)..... | 68 |
| Gambar 4.12. | Postingan yang tidak menunjukkan Spesialisasi (<i>Product</i>)... | 69 |
| Gambar 4.13. | Spesialisasi (<i>Profession</i>) | 71 |
| Gambar 4.14. | Postingan yang tidak menunjukkan Spesialisasi (<i>Profession</i>) | 72 |
| Gambar 4.15. | Postingan Spesialisasi (<i>Service</i>)..... | 73 |
| Gambar 4.16. | Postingan yang tidak menunjukkan Spesialisasi (<i>Service</i>) | 74 |
| Gambar 4.17. | Postingan yang mengandung unsur Kepemimpinan (Keunggulan)..... | 77 |
| Gambar 4.18. | Postingan yang tidak menunjukkan Kepemimpinan (Keunggulan)..... | 78 |
| Gambar 4.19. | Postingan yang mengandung unsur Kepemimpinan (Posisi). | 79 |

| | | |
|--------------|--|-----|
| Gambar 4.20. | Postingan yang tidak mengandung unsur Kepemimpinan (Posisi)..... | 80 |
| Gambar 4.21. | Postingan Kepemimpinan pada Unsur Pengakuan | 81 |
| Gambar 4.22. | Postingan yang tidak mengandung Kepemimpinan pada Unsur Pengakuan | 82 |
| Gambar 4.23. | Postingan Akun Instagram Pada Konsep Kepribadian | 84 |
| Gambar 4.24. | Postingan Akun Instagram Pada Konsep Perbedaan | 86 |
| Gambar 4.25. | Postingan Akun Instagram Pada Konsep Untuk Menjadi Sukses | 88 |
| Gambar 4.26. | Postingan Akun Instagram Pada Konsep Kesatuan <i>Assumed behavior</i> | 91 |
| Gambar 4.27. | Postingan Akun Instagram Pada Konsep Kesatuan <i>Assumed Behavior</i> | 93 |
| Gambar 4.28. | Postingan Akun Instagram Pada Konsep Keteguhan..... | 94 |
| Gambar 4.29. | Postingan Akun Instagram Pada Konsep Nama Baik | 96 |
| Gambar 4.30. | Hasil Analisis Isi Pembentukan Personal Branding Akun Instagram Sandiuno Berdasarkan Sub Unit Analisis | 98 |
| Gambar 4.31. | Hasil Analisis Isi Pembentukan Personal Branding Akun Instagram Sandiuno Berdasarkan Unit Analisis | 100 |