

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Teori.....	7
1.5.1 <i>Personal branding</i>	7
1.5.2 Media Sosial	11
1.5.3 Media Baru	16
BAB II	20
TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 <i>Personal Branding</i>	20
2.2 Membangun <i>Personal Branding</i>	22
2.3 Faktor-Faktor pembentuk <i>Personal Branding</i>	24
2.4 Media Sosial	25
2.5 Media Sosial Instagram	27
2.6 Penelitian Terdahulu.....	31
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39

3.2	Objek Penelitian	41
3.3	Populasi dan Sampel	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data	42
3.5	Unit Analisis dan Kategorisasi	43
3.6	Definisi Operasional	45
3.7	Sumber Data Penelitian	48
3.8	Teknik Analisis Data	49
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas	50
	a. Uji validitas	50
	b. Reliabilitas.....	51
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	54
4.2	Hasil Analisis	57
	4.2.1 Spesialisasi (<i>The Law of Specialization</i>).....	59
	4.2.2 Kepemimpinan (<i>The Law of Leadership</i>)	68
	4.2.3 Kepribadian (<i>The Law of Personality</i>).....	71
	4.2.4 Perbedaan (<i>The Law of Distinctiveness</i>)	72
	4.2.5 Visibilitas (<i>The Law Visibility</i>)	76
	4.2.6 Kesatuan (<i>The Law of Unity</i>)	77
	4.2.7 Keteguhan (<i>The Law Persistence</i>)	81
	4.2.8 Nama Baik (<i>The Law of Goodwill</i>).....	82
4.3	Pembahasan	85
BAB V	91
PENUTUP	91
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	2
Gambar 4. 1 Profil Instagram Ade Bhakti	56
Gambar 4. 2 Postingan Mengandung Sub Kategori <i>Ability</i>	61
Gambar 4. 3 Postingan Mengandung Sub Kategori <i>Behaviour</i>	62
Gambar 4. 4 Postingan Mengandung Sub Kategori <i>Lifestyle</i>	63
Gambar 4. 5 Postingan Mengandung Sub Kategori <i>Mission</i>	64
Gambar 4. 6 Postingan Mengandung Sub Kategori <i>Profession</i>	66
Gambar 4. 7 Postingan Mengandung Sub Kategori <i>Service</i>	67
Gambar 4. 8 Postingan Mengandung Sub Kategori <i>Excellence</i>	69
Gambar 4. 9 Postingan Mengandung Sub Kategori <i>Position</i>	70
Gambar 4. 10 Postingan Mengandung Sub Kategori Kepribadian	72
Gambar 4. 11 Postingan Mengandung Sub Kategori Perilaku	74
Gambar 4. 12 Postingan Mengandung Sub Kategori Fisik.....	75
Gambar 4. 13 Postingan Mengandung Sub Kategori Tampak Fisik.....	77
Gambar 4. 14 Postingan Mengandung Sub Kategori <i>Natural Behavior</i>	79
Gambar 4. 15 Postingan Mengandung Sub Kategori <i>Assumed Behavior</i>	80
Gambar 4. 16 Postingan Mengandung Keteguhan.....	82
Gambar 4. 17 Postingan Mengandung Kategori Pujian.....	83
Gambar 4. 18 Grafik Akumulasi Kategori.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Unit Analisis dan Kategorisasi.....	44
Tabel 4. 1 Hasil Analisis Reliabilitas.....	58
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Isi <i>The Law of Specialization</i>	60
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Isi <i>The Law of Leadership</i>	68
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Isi <i>The Law of Personality</i>	71
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Isi <i>The Law of Distinctiveness</i>	73
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Isi <i>The Law of Visibility</i>	76
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Isi <i>The Law of Unity</i>	78
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Isi <i>The Law of Persistence</i>	81
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Isi <i>The Law of Goodwill</i>	83