

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat dan Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
1.5 Kerangka Pemikiran.....	15
1.6 Konsep Personal branding	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Presentasi Diri.....	18
2.2 Personal branding.....	22
2.3 Fungsi Personal branding.....	27
2.5 Citra	30
2.6 Media Sosial.....	31
2.7 Karakteristik Media Sosial.....	35
2.8 Jenis-Jenis Media Sosial	36
2.9 Fungsi Media Sosial.....	37
2.10 Youtube	38
2.11 Kreator konten	39

2.12 Penelitian Terdahulu.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.3.1 Observasi.....	47
3.3.2 Dokumentasi	47
3.4 Keabsahan Data	48
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.6 Reduksi Data.....	53
3.7 Penyajian data	53
3.8 Penarikan Simpulan dan Verifikasi.....	54
3.9 Koding Terbuka	56
3.10 Koding Aksial	56
BAB IV.....	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Objek Penelitian	58
4.1.1 Profil Maell Lee	58
4.1.2 Deskripsi Youtube Maell Lee	61
4.2 Hasil Penelitian	63
4.3 Personal Branding Maell Lee Konsep Personal Branding Peter Montoya ...	148
4.4 Pembahasan.....	155
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	161
5.1 Kesimpulan	161
5.2 Saran	161
DAFTAR PUSTAKA.....	163
LAMPIRAN	166