

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian	15
1.5. Kerangka Teori	15
1.6. Kerangka Berpikir	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1. Personal Branding	23
2.2. Media Sosial	25
2.3. Media Sosial dalam Kancah Politik	28
2.4. X	31
2.4.1. Fitur-Fitur X	31
2.5. Penelitian Terdahulu	35
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1.1. Jenis Penelitian	39
3.2. Objek Penelitian	40
3.3. Sumber Data Penelitian	40

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.5. Pengumpulan Data.....	41
3.6. Analisis Data.....	42
3.7. Unit Analisis	42
3.8. Kategorisasi	43
3.9. DEFINISI OPERASIONAL	46
3.9.1. Uji Reliabilitas	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Gambaran Objek Penelitian	54
4.1.1. Profil X Gibran Rakabuming Raka	54
4.2. Hasil Penelitian	59
4.2.1. Spesialisasi (<i>the law of specialization</i>).....	60
4.2.2. Kepemimpinan (<i>the law of leadership</i>).....	71
4.2.3. Kepribadian (<i>the law of personality</i>).....	78
4.2.4. Perbedaan (<i>the law of distinctiveness</i>).....	88
4.2.5. Kenampakan (<i>the law of visibility</i>).....	94
4.2.6. Kesatuan (<i>the law of unity</i>).....	98
4.2.7. Keteguhan (<i>the law of persistence</i>)	104
4.2.8. Nama baik (<i>law of goodwill</i>)	111
4.3. Pembahasan.....	123
4.3.1. Pola Personal Branding Akun X Gibran Rakabuming Raka.....	123
4.3.2. <i>Personal Branding</i> Gibran Rakabuming Raka di Media Sosial X	126
4.3.3. <i>Personal Branding</i> Gibran Rakabuming Raka Masa Pemilu 2024 di akun X @gibran_rwest	132
BAB V PENUTUP	136
5.1. Kesimpulan.....	136
5.2. Saran	137
DAFTAR PUSTAKA.....	138
LAMPIRAN	141