

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Kerangka Berpikir	7
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA
A. Hasil Penelitian Terdahulu	10
B. Teori.....	13
1. <i>Personal Branding</i>	13
2. <i>Influencer</i>	17
3. Media Sosial.....	18
4. Generasi Z.....	20
5. Pernikahan Dini.....	22
C. Teori Konstruksi Sosial	24
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	29
B. Jenis dan Sumber Data.....	31
C. Teknik Pengumpulan Data.....	35

	D. Teknik Analisis Data	37
	E. Tempat dan Waktu Penelitian	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Kondisi Objektif Lokasi Penelitian	41
	B. Hasil Penelitian	49
	C. Pembahasan Hasil Penelitian	85
BAB V	PENUTUP	
	A. Simpulan	89
	B. Saran	91
	DAFTAR PUSTAKA	92
	LAMPIRAN	97
	RIWAYAT HIDUP	108

