

## DAFTAR ISI

|                                                                                     | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| ABSTRAK .....                                                                       | i       |
| HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....                                              | ii      |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                                           | iii     |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                                            | iv      |
| KATA PENGANTAR .....                                                                | vi      |
| DAFTAR ISI .....                                                                    | x       |
| DAFTAR TABEL .....                                                                  | xii     |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                                 | xiii    |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                                                | xiv     |
| <br><b>BAB I                   PENDAHULUAN</b>                                      |         |
| A. Latar Belakang Masalah.....                                                      | 1       |
| B. Rumusan Masalah.....                                                             | 5       |
| C. Tujuan Penelitian.....                                                           | 5       |
| D. Kegunaan Penelitian .....                                                        | 5       |
| E. Kerangka Berpikir .....                                                          | 6       |
| <br><b>BAB II                TINJAUAN PUSTAKA</b>                                   |         |
| A. Hasil Penelitian Terdahulu .....                                                 | 10      |
| B. <i>Self-Branding</i> .....                                                       | 13      |
| C. Identitas Digital .....                                                          | 15      |
| D. Generasi Z .....                                                                 | 17      |
| E. Instagram.....                                                                   | 20      |
| F. Teori Konstruksi atas Realitas menurut Peter L. Berger dan Thomas Lukhmann ..... | 22      |
| <br><b>BAB III           METODOLOGI PENELITIAN</b>                                  |         |
| A. Metode Penelitian .....                                                          | 26      |
| B. Jenis Data Penelitian.....                                                       | 26      |
| C. Sumber Data.....                                                                 | 27      |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....                                                    | 27      |
| E. Operasional Variabel .....                                                       | 33      |
| F. Teknik Analisis Data .....                                                       | 35      |
| G. Tempat dan Jadwal Penelitian .....                                               | 36      |
| <br><b>BAB IV   HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>                                 |         |
| A. Kondisi Objektif Lokasi Penelitian.....                                          | 39      |

|                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Instagram sebagai Ruang Sosial Digital.....                                                                  | 39 |
| 2. Karakteristik Instagram.....                                                                                 | 40 |
| 3. Fitur Instagram sebagai Sarana <i>Self-branding</i> .....                                                    | 42 |
| 4. Instagram sebagai Arena Pembentukan Identitas Digital<br>Perempuan Generasi Z di Instagram.....              | 49 |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian.....                                                                             | 51 |
| 1. Cara Perempuan Generasi Z Membangun <i>Self-branding</i> di<br>Instagram.....                                | 51 |
| 2. Keterkaitan <i>Self-branding</i> dan Pembentukan Identitas Digital<br>Perempuan Generasi Z di Instagram..... | 70 |
| 3. Faktor yang Mendorong Perempuan Generasi Z Melakukan <i>Self-<br/>branding</i> di Instagram.....             | 77 |
| C. Analisis Hasil Penelitian.....                                                                               | 86 |
| <b>BAB V</b>                                                                                                    |    |
| <b>PENUTUP</b>                                                                                                  |    |
| A. Simpulan.....                                                                                                | 92 |
| B. Saran.....                                                                                                   | 94 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                                                                                           |    |
| <b>LAMPIRAN</b>                                                                                                 |    |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b>                                                                                            |    |

