

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus dan pertanyaan penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktisi	7

1.5	Landasan Pemikiran	8
1.5.1	Penelitian Sebelumnya.....	8
1.5.2	Landasan Teoritis.....	14
1.5.3	Kerangka Konseptual.....	16
1.6	Langkah-Langkah Penelitian.....	20
1.6.1	Lokasi Penelitian.....	20
1.6.2	Paradigma dan pendekatan	21
1.6.3	Metode Penelitian	22
1.6.4	Jenis Data dan Sumber Data	22
1.6.5	Penentuan Informan	23
1.6.6	Teknik Pengumpulan Data.....	24
1.6.7	Teknik Penentuan Keabsahan Data	25
1.6.8	Teknik Analisis Data.....	25
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	28
2.1	Kajian Konseptual	28
2.1.1	<i>New Media</i>	28
2.1.2	Media Sosial	30
2.1.3	Instagram	33
2.1.4	<i>Sosial Media Influencer</i>	39
2.2	Kajian Teori	43
2.2.1	Konsep <i>Personal Branding</i>	43
2.2.2	Elemen Pembentukan <i>Personal Branding</i>	51

BAB 3 HASIL PENELITIAN DAN PEMABAHASAN	54
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
3.1.1 Profil Sindy Setiawati	54
3.1.2 Akun Instagram Sindy Setiawati	57
3.2 Profil Informan	63
3.3 Hasil Temuan Penelitian	64
3.3.1 Spesialisasi (<i>The Law of Specialization</i>)	65
3.3.2 Kepemimpinan (<i>The Law of Leadership</i>)	70
3.3.3 Kepribadian (<i>The Law of Personality</i>).....	75
3.4 Pembahasan	81
3.4.1 Spesialisasi (<i>The Law of Specialization</i>)	82
3.4.2 Kepemimpinan (<i>The Law of Leadership</i>)	93
3.4.3 Kepribadian (<i>The Law of Personality</i>).....	99
BAB 4 SIMPULAN DAN SARAN	104
4.1 Simpulan.....	104
4.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	111