

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
MOTTO	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Secara Akademis	6
1.4.2 Secara Praktis.....	6
1.5 Landasan Pemikiran.....	6
1.5.1 Hasil Penelitian Terdahulu	6
1.5.2 Landasan Teoritis	14
1.5.2.1 The Eight Laws of Personal Branding	14
1.5.3 Kerangka Konseptual.....	18
1.5.3.1 Personal Branding	18
1.5.3.2 Media Sosial.....	19
1.5.3.3 Influencer	20
1.6 Langkah-langkah Penelitian	21
1.6.1 Lokasi Penelitian	21
1.6.2 Paradigma Penelitian.....	21

1.6.3	Pendekatan Penelitian	22
1.6.4	Metode Penelitian.....	22
1.6.5	Jenis Data dan Sumber Data.....	24
1.6.6	Teknik Penentuan Informan.....	24
1.6.7	Teknik Pengumpulan Data	25
1.6.8	Teknik Penentuan Keabsahan Data	26
1.6.9	Teknik Analisis Data.....	27
BAB II		29
2.1	Personal Branding	29
2.2	Eight Laws of Personal Branding.....	31
2.2.1	The Law of Specialization	31
2.2.2	The Law of Leadership (Kepemimpinan).....	33
2.2.3	The Law of Personality (Kepribadian)	35
2.2.4	The Law of Distinctiveness (Perbedaan).....	35
2.2.5	The Law of Visibility (Terlihat).....	36
2.2.6	The Law of Unity (Kesatuan).....	38
2.2.7	The Law of Persistance (Keteguhan).....	38
2.2.8	The Law of Goodwill (Niat Baik).....	39
2.3	Media Sosial Instagram.....	39
2.3.1	Media Sosial.....	39
2.3.2	Instagram.....	42
2.4	<i>Influencer</i>	46
BAB III.....		49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
BAB IV.....		117
SIMPULAN DAN SARAN.....		117
4.1	Simpulan	117
4.2	Saran	119
DAFTAR PUSTAKA.....		121
LAMPIRAN.....		125