

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTARCT	ii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
MOTTO	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Kerangka Berpikir.....	10
1.7 Hasil Penelitian Terdahulu.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 <i>Personal Branding</i>	20
2.2 Mahasiswa.....	23
2.3 Konsep Diri.....	25
2.4 Media Sosial.....	26
2.5 Teori Dramaturgi (Erving Goffman)	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	37
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	38

3.2.1 Data Primer.....	38
3.2.2 Data Sekunder	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Observasi	39
3.3.2 Wawancara	40
3.3.3 Dokumentasi.....	40
3.4 Teknik Analisis Data.....	41
3.4.1 Reduksi Data	41
3.4.2 Penyajian Data.....	42
3.4.3 Penarikan Kesimpulan.....	42
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
3.5.1 Tempat penelitian	42
3.5.2 Waktu Penelitian	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	44
4.1.1 Profil UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	46
4.1.2 Profil Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UIN Sunan Gunung Djati Bandung.....	49
4.1.3 Profil Jurusan Sosiologi FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung	50
4.1.4 Identitas Narasumber.....	54
4.2 Faktor Pendorong Mahasiswa Membentuk <i>Personal Branding</i> di Media Sosial.....	56
4.2.1 Pemahaman Mahasiswa Jurusan Sosiologi terhadap <i>Personal Branding</i>	57
4.2.2 Faktor Pendorong Berdasarkan Kelompok Individu	60
4.2.3 Faktor Pendorong Berdasarkan Kelompok Peran atau Industri ..	62
4.3 Proses Mahasiswa Membentuk <i>Personal Branding</i> di Media Sosial ...	64
4.3.1 Proses Mahasiswa Membentuk <i>Personal Branding</i> Menurut Teori Dramaturgi.....	64
4.3.2 Proses Mahasiswa Memperkuat <i>Personal Branding</i>	71
4.4 Mahasiswa Membangun Konsep Diri Melalui <i>Personal Branding</i> di Media Sosial.....	83
4.4.1 Dimensi Konsep Diri.....	83

4.4.2 Pola Konsep Diri	87
4.5 Analisis <i>Personal Branding</i> Mahasiswa dalam Membangun Konsep Diri di Media Sosial Melalui Proses <i>Front Stage</i> dan <i>Back Stage</i> dalam Teori Dramaturgi Erving Goffman.....	91
4.5.1 Panggung Depan (<i>Front Stage</i>)	92
4.5.2 Panggung Belakang (<i>Back Stage</i>)	95
BAB V PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	107
RIWAYAT HIDUP	108

