

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xiv</b>
<b>MOTTO HIDUP</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>i</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>i</b>
1.1. Latar Belakang .....	<b>i</b>
1.2. Fokus Penelitian .....	<b>5</b>
1.3. Tujuan Penelitian.....	<b>6</b>
1.4. Kegunaan Penelitian.....	<b>6</b>
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	<b>6</b>
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	<b>6</b>
1.5. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	<b>7</b>
1.6. Landasan Pemikiran .....	<b>7</b>
1.6.1. Landasan Teoritis .....	<b>16</b>
1.6.2. Kerangka Konseptual .....	<b>16</b>
1.7. Langkah-Langkah Penelitian.....	<b>19</b>
1.7.1. Lokasi Penelitian.....	<b>22</b>
1.7.3. Metode Penelitian.....	<b>23</b>
1.7.4. Jenis dan Sumber Data .....	<b>24</b>
1.7.5. Penentuan Informan .....	<b>25</b>
1.7.6. Teknik Pengumpulan Data .....	<b>26</b>
1.7.7. Teknik Keabsahan Data.....	<b>26</b>

1.7.8.	Teknik Analisis Data .....	29
1.7.9.	Rencana Jadwal Penelitian.....	30
<b>BAB II</b>	.....	<b>32</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b>	.....	<b>32</b>
2.1.	<i>Personal Branding</i> .....	32
2.1.1.	Pengertian <i>Personal Branding</i> .....	32
2.1.2.	Faktor Dasar dan Karakteristik <i>Personal Branding</i> .....	34
2.1.3.	Komponen Pembentuk <i>Personal Branding</i> .....	36
2.1.4.	Tujuan dan Manfaat <i>Personal Branding</i> .....	36
2.2.	Media Baru .....	38
2.4.1.	Karakteristik Media Baru.....	39
2.3.	Media Sosial .....	40
2.4.1.	Fungsi Media Sosial.....	41
2.4.	Instagram .....	42
2.4.1.	Fitur-Fitur Instagram.....	43
2.4.2.	Pemanfaatan Instagram untuk <i>Personal Branding</i> .....	46
2.5.	<i>Digital Creator</i> .....	46
2.5.1.	Pengertian <i>Digital Creator</i> .....	47
2.5.2.	Fungsi dan Peran <i>Digital Creator</i> .....	48
2.5.3.	Tantangan yang Dihadapi <i>Digital Creator</i> .....	49
<b>BAB III</b>	.....	<b>50</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>50</b>
3.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
3.1.1.	Profil Shelly Tiffany.....	50
3.1.2.	Akun Instagram Shelly Tiffany (@shelly_tiff) .....	53
3.2.	Profil Informan .....	57
3.3.	Hasil Penelitian.....	58
3.3.1.	Bagaimana Aspek Competency dalam <i>Personal Branding</i> Shelly Tiffany di Instagram?.....	59
3.3.2.	Bagaimana Aspek Connectivity dalam <i>Personal Branding</i> Shelly Tiffany di Instagram?.....	66
3.3.3.	Bagaimana Aspek <i>Creativity</i> dalam <i>Personal Branding</i> Shelly Tiffany di Instagram?.....	74

3.3.4.    Bagaimana Aspek <i>Compliance</i> dan <i>Contibution</i> dalam <i>Personal Branding</i> Shelly Tiffany di Instagram? .....	81
3.4.    Pembahasan .....	87
3.4.1.    Aspek <i>Competency</i> dalam <i>Personal Branding</i> Shelly Tiffany .....	88
3.4.2.    Aspek <i>Connectivity</i> dalam <i>Personal Branding</i> Shelly Tiffany .....	90
3.4.3.    Aspek <i>Creativity</i> dalam <i>Personal Branding</i> Shelly Tiffany .....	92
3.4.4.    Aspek <i>Compliance</i> dan <i>Contribution</i> dalam <i>Personal Branding</i> Shelly Tiffany .....	94
<b>BAB IV .....</b>	<b>101</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
4.1.    Simpulan.....	101
4.2.    Saran.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>109</b>

