

DAFTAR ISI

<i>ABSTRAK</i>	<i>i</i>
<i>ABSTRACK</i>	<i>ii</i>
<i>LEMBAR PERSETUJUAN</i>	<i>iii</i>
<i>LEMBAR PENGESAHAN</i>	<i>iv</i>
<i>LEMBAR PERNYATAAN</i>	<i>v</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>viii</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>x</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xi</i>
<i>RIWAYAT HIDUP</i>	<i>xii</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Akademis	7
1.4.2 Kegunaan Praktisi	8
1.5 Landasan Pemikiran	8
1.5.1 Penelitian Terdahulu	8
1.5.2 Landasan Teoritis	12
1.5.3 Landasan Konseptual	14
1.6 Langkah-langkah Penelitian	16
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	16
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	16
1.6.3 Metode Penelitian	17
1.6.4 Jenis dan Sumber Data	18
1.6.5 Penentuan Informan	19
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	19
1.6.7 Teknik Keabsahan Data	20
1.6.8 Teknik Analisis Data.....	21
1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian.....	22
<i>BAB II</i>	<i>24</i>
<i>TINJAUAN PUSTAKA</i>	<i>24</i>
2.1 Komunikasi	24
2.2 Personal Branding	25

2.2.1	Pengertian Personal Branding.....	25
2.2.2	Dimensi Personal Branding	29
2.2.3	Tujuan Personal Branding	30
2.2.4	Elemen Pembentukan <i>Personal Branding</i>	32
2.2.5	Karakteristik Personal Branding.....	33
2.2.6	Keuntungan Personal Branding	35
2.3	New Media.....	37
2.4	Media Sosial	39
2.4.1	Pengertian Media Sosial	39
2.4.2	Fungsi Media Sosial.....	40
2.4.3	Karakteristik Media Sosial.....	41
2.5	Tiktok.....	43
2.6	Opini Publik.....	44
BAB III	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
3.1.1	Profil Raihan Fahrizal.....	45
3.1.2	Akun Tiktok Raihan Fahrizal	48
3.2	Profil Informan.....	51
3.3	Hasil Penelitian	52
3.4	Hasil Pembahasan	97
BAB IV	111
SIMPULAN DAN SARAN	111
4.1	Simpulan.....	111
4.2	Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	117