

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KARYA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis.....	17
2.2.1 Komunikasi	17
2.2.2 Personal Branding	17
2.2.2.1 Konsep Utama Personal Branding.....	18
2.2.2.2 Strategi Personal Branding	21
2.2.3 New Media.....	27
2.2.4 Media Social	28
2.2.4.1 Ciri-ciri Media Social	29
2.2.5 Youtube.....	30
2.2.5.1 Karakteristik Fitur Youtube.....	31
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Subyek Penelitian	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5 Teknik Analisis Data	37
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 Profil Narasumber.....	41
4.1.2 Profil Informan	42
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Proses Personal Branding.....	45
4.2.1.1 Tahap Awal	45
4.2.1.2 Tahap Lanjutan.....	50
4.2.2 Strategi Personal Branding.....	56
4.2.3 Hambatan atau Kendala	72
4.3 Pembahasan.....	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	83
5.2.1 Saran Akademis.....	83
5.2.2 Saran Praktis.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURICULUM VINTAE



UNIVERSITAS
MERCU BUANA