

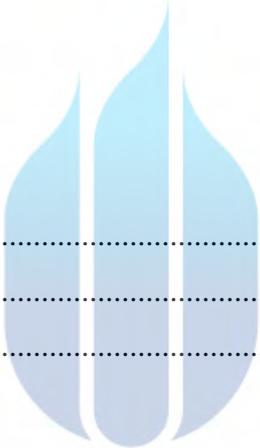
## DAFTAR ISI

Cover.....	i
Kata Pengantar .....	ii
Daftar Isi.....	v
Daftar table.....	vii
Daftar gambar.....	vii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.1.2 Kajian Teoritis .....	33
2.1.2.1 Brand atau Merk.....	33
2.1.2.2 Bauran Pemasaran .....	34
2.1.2.3 Promosi.....	35
2.1.2.4 Tujuan Promosi.....	36
2.1.2.5 Personal Branding.....	38
2.1.2.6 Definisi Personal Branding.....	46
2.1.2.7 Tiga Elemen Dalam Personal Branding .....	47
2.1.2.8 Media Baru .....	48
2.1.2.9 Karakteristik Media Baru .....	52
2.1.2.10 Media Sosial .....	54
2.1.2.11 Instagram .....	57
2.1.2.12 Asosiasi Agnezmo .....	59
2.1.2.13 ANYE .....	61

2.1.2.14 Endorsement .....	63
2.2 Kerangka Pemikiran .....	64
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	66
3.2 Metode Penelitian .....	69
3.3 Key Informan .....	73
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	74
3.5 Teknik Analisa Data .....	75
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	75
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	77
4.1.1 Agnezmo .....	77
4.1.2 Brand ANYE Cloth.....	82
4.1.3 Akun Instagram @Anyeofficial dan @Agnezmo.....	86
4.2 Hasil Penelitian .....	90
4.2.1 Personal Branding Agnezmo .....	90
4.2.2 Teknik Promosi Agnezmo Dalam Brand Anye .....	92
4.2.3 Strategi Promosi Agnezmo Melalui Instagram.....	94
4.2.4 Komitment Agnezmo Pada Brand Anye Cloth .....	96
4.2.5 Reputasi Dan Peran Agnezmo Terhadap Masyarakat.	97
4.2.6 Cara Agnezmo Melakukan Brandingnya pada Anye .	99
4.2.7 Karakteristik Brand Anye Terkait Agnezmo .....	100
4.2.8 Agnezmo Sebagai Endorsement .....	102
4.2.9 kesimpulan Hasil Tenuan .....	103
4.3 Pembahasan.....	105
4.3.1 Bagaimana Personal Branding Agnezmo Pada Brand Anye	105
4.3.2 Dimensi Personal Branding .....	105
4.3.3 Elemen Personal Branding .....	110

4.4.4 Teknik Promosi Yang Digunakan .....	113
4.4.5 Alasan Menggunakan Media Sosial Instagram .....	114
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Saran.....	120
5.2.1 Saran Akademis .....	120
5.2.2 Saran Praktis .....	121

Daftar Pustaka .....	x
Lampiran .....	
Curriculum vitae .....	



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA