

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Komunikasi.....	22
2.3 <i>Public Relations</i>	24
2.3.1 Fungsi <i>Public Relations</i>	25
2.4 Marketing <i>Public Relations</i>	27
2.5 Media Sosial	30
2.6 <i>New Media</i>	31
2.7 Masyarakat Jejaring (<i>Network Society</i>).....	33
2.8 <i>Personal Branding</i>	34
2.9 Komponen - Komponen <i>Personal Branding</i>	37
2.10 Kerangka Penelitian	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Subjek Penelitian	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5 Teknik Analisis Data	47
3.6 Teknik Keabsahan Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Profil Mikyalealle	51
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Pentingnya <i>Personal Branding</i> bagi selebgram	54
4.2.2 Proses Mikyal Menjadi Seorang Selebgram.....	56
4.2.3 Selebgram dalam Mempertahankan Eksistensi Dirinya.....	59
4.2.4 Instagram untuk Membentuk <i>Personal Branding</i> Selebgram	61
4.2.5 Analisis Komponen <i>Personal Branding</i>	62
4.3 Pembahasan.....	89
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran.....	108
5.2.1 Saran Akademis	108
5.2.2 Saran Praktis	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	
CV	

