

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teoritis.....	10
2.2.1 Source Credibility Theory.....	10
2.2.2 Personal Branding.....	11
2.2.2.1 Pengertian Personal Branding.....	11
2.2.2.2 Personal Brand.....	12
2.2.2.3 Fungsi dan Tujuan Personal Branding.....	13
2.2.2.4 Manfaat Personal Branding.....	14
2.2.2.5 Membangun Personal Brand dengan Bahasa Verbal.....	16
2.2.2.6 Membangun Personal Brand dengan Bahasa NonVerbal.....	18
2.2.2.7 Konsep Utama Personal Branding.....	18

2.2.2.8 Komponen-Komponen Personal Branding	20
2.2.2.9 Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial	23
2.2.3 Citra.....	23
2.2.3.1 Pengertian Citra	24
2.2.3.2 Citra Diri Positif.....	24
2.2.3.3 Manfaat Citra Diri Positif	25
2.2.3.4 Cara Membangun Citra Diri Positif.....	26
2.2.3.5 Jenis Citra.....	26
2.2.4 Media Sosial.....	27
2.2.4.1 Pengertian Media Sosial	27
2.2.4.2 Karakteristik Media Sosial.....	29
2.2.4.3 Karakteristik Media Sosial Modern.....	30
2.2.4.4 Manfaat Media Sosial	30
2.3 Landasan Konseptual	32
2.3.1 Instagram.....	32
2.3.1.1 Pengertian Instagram	32
2.3.1.2 Fitur-fitur Instagram.....	33
2.4 Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Jenis Penelitian.....	37
3.3.1 Desain Penelitian	38
3.4 Jenis Data	39
3.5 Bahan Penelitian	39
3.6 Sumber Data Informan/Key Informan	39
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.8 Uji Keabsahan Data	41

3.9 Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN	46
4.1 Gambaran Objek Penelitian	46
4.2 Subjek Penelitian	47
4.2.1 Biodata Informan	48
4.3 Hasil Penelitian	51
4.3.1 Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram	51
4.3.2 Komponen-komponen Personal Branding	57
BAB V PEMBAHASAN	57
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	70
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR GAMBAR.....	46
Gambar 4.1 Media Sosial Instagram Putri isnari	46
Gambar 4.2 Putri isnari Sebagai Pembuat Strategi Pelaksana.....	48
Gambar 4.2.1 Frisya Gitalia Sebagai Pelaksana Strategi.....	48
Gambar 4.2.1 Terpapar dengan strategi.....	49
Gambar 4.2.1 Terpapar dengan strategi.....	50
Gambar 4.3.1 Bentuk Kredibilitas Putri isnari.....	53
Gambar 4.3.1 Trik Membangun Hubungan dengan Followers	55
Gambar 4.3.1 Reels Instagram Putri inari.....	58
Gambar 4.3.1 Bollywood version	59
Gambar 4.3.1 Value Putri isnari	60
Gambar 4.3.1 Value Putri isnari	62
Gambar 4.3.2 Dokumentasi Perform Putri isnari.....	63
Gambar 4.3.2 Dokumentasi Cover Bollywood Putri isnari dan Single Album.....	65
Gambar 4.3.2 Tampilan di Sosial Media	66
Gambar 4.3.2 Single Album Putri isnari.....	67
Gambar 5.1 Putri isnari di Program Aksi dan Hot Isue	72
Gambar 5.2 Bollywood version Sumber :Instagram @da4_putri03.....	75
Gambar 5.2 Dokumentasi Cover Bollywood Putri isnari	82
Gambar 5.2 Single Putri isnari Berbisik Link.....	82
Gambar 5.2 Video Reaction Masyarakat India Oleh Cover Putri	85