

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penulisan.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Tahapan dan Waktu Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Tinjauan Teori.....	22
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.2 Brand.....	24

2.2.3 Branding.....	25
2.2.4 Strategi.....	26
2.2.5 Personal Branding.....	26
2.2.6 Komunikasi Media Baru (New Media).....	32
2.2.7 Media Online.....	34
2.2.8 Media Sosial.....	35
2.2.9 Youtube.....	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III.....	47
METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Paradigma Penelitian.....	47
3.2 Metode Penelitian.....	48
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	48
3.3.1 Subjek Penelitian.....	48
3.3.2 Objek Penelitian.....	48
3.4 Definisi Konsep.....	49
3.5 Unit Analisis.....	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6.1 Data Primer.....	51
3.6.2 Data Sekunder.....	52
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	53
3.8 Teknik Analisa Data.....	54
BAB IV.....	57

HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Profil Infoman.....	57
4.2 Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Become Self Aware (Keahlian).....	60
4.2.2 Take Inventory of Brand Assets (Pencapaian).....	62
4.2.3 Identify Target Market (Mengidentifikasi dan Memahami Audiens).....	65
4.2.4 Conduct Competitor Analysis (Analisa Kompetitor).....	67
4.2.5 Built Personal Website (Memiliki Personal Website).....	69
4.2.6 Create Social Media Profiles (Membangun Profil Pada Media Sosial)....	71
4.2.7 Start Making Connections (Membuat Konten).....	77
4.2.8 Get Feedback (Mendapat Respon).....	81
4.2.9 Make Connections in Social Media (Membuat Koneksi di Social Media).....	83
4.2.10 Evolve and Make Changes (Komitmen dan Mengembangkan Keahlian).....	86
4.2.11 Behave According to Expectations (Autentik Untuk Memenuhi Ekspektasi).....	89
4.2.12 Respond to Changes in Norms and Scope (Norma, Fitur, dan Tren yang ada).....	90
4.3 Pembahasan.....	92
4.3.1 Online Personal Branding Frischman (Skill Set, Aura, Identity) (Getting Found, Brand Experience, First Impression).....	93
4.3.2 Twelve Steps of Online Personal Branding Frischmann.....	97
BAB V.....	110
PENUTUP.....	110

5.1	Kesimpulan.....	110
5.2	Saran.....	111
5.2.1	Saran Akademis.....	111
5.2.2	Saran Praktis.....	111
	DAFTAR PUSTAKA.....	112
	LAMPIRAN.....	115
	DOKUMENTASI PENELITIAN.....	115
	DAFTAR PERTANYAAN.....	116
	TRANSKRIP WAWANCARA.....	126