

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Fokus Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Rangkuman Teori.....	12
2.1.1 Komunikasi	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.3 Media Massa	14
2.1.3.1 Karakteristik Media Massa	15
2.1.3.2 Jenis – jenis Media Massa.....	16
2.1.4 Media Televisi	17
2.1.4.1 Karakteristik Media Televisi	18
2.1.5 Komentator	18
2.1.6 Brand.....	19
2.1.7 Personal Branding	20
2.1.7.1 Delapan Konsep Dalam Personal Branding (The eight laws of Personal Branding)	21
2.1.7.2 Kriteria Personal Branding	23
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.2.1 Skripsi Terdahulu	26
2.2.2 Jurnal Nasional	29

2.2.3 Jurnal Internasional	32
2.3 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	38
3.3.1 Subjek Penelitian	38
3.3.2 Objek Penelitian	38
3.4 Lokasi Penelitian	39
3.5 Unit Analisis Penelitian	39
3.6 Informan Kunci	40
3.7 Pengumpulan Data Penelitian.....	42
3.7.1 Data Primer	42
3.7.2 Data sekunder	44
3.8 Teknis Analisis Data	44
3.9 Teknik Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Karakteristik Informan.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.3 Pembahasan.....	69
4.3.1 Tabel Pembahasan.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	89
5.2.1 Saran Akademis	89
5.2.2 Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95