DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS iii

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv

KATA PENGANTAR v

ABSTRAK vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1
1.2. Tujuan Penelitian 4
1.3. Pertanyaan Penelitian 4
1.4. Kegunaan Penelitian 4
1.5. Waktu dan Periode Pelaksanaan Kegiatan Penelitian 4

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rangkuman Teori 6
2.1.1 Teori Komunikasi 6
2.1.2 Personal Branding *6*
2.1.3 Social Media Influencer *8*
2.1.4 Instagram 9
2.2 Penelitian Terdahulu 11
2.3 Kerangka Pemikiran 21

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian 23
3.2 Subjek dan Objek Penelitian 24
3.2.1 Subjek Penelitian 24

3.2.2 Objek Penelitian 24
3.3 Lokasi Penelitian 24
3.4 Unit Analisis Penelitian 24
3.5 Informan Penelitian 26
3.5.1 Informan Kunci 26
3.5.2 Informan Pendukung 27
3.5.3 Informan Ahli 28
3.6 Pengumpulan Data Penelitian 28
3.6.1 Wawancara 28
3.6.2 Observasi 29
3.6.3 Studi Kepustakaan 29
3.7 Teknik Analisis Data 29
3.7.1 Reduksi Data 29
3.7.2 Penyajian Data 29
3.7.3 Penarikan Simpulan 30
3.8 Teknik Keabsahan Data 30
3.8.1 Triangulasi Sumber 20

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Informan 31
4.2 Hasil Penelitian 32
4.2.1 *Personal Branding Influencer* *32*
4.2.2 *Social Media Influencer* *48*
4.3 Pembahasan 56
4.3.1 Bentuk *Personal Branding Nano Influencer* Mahasiswa di Instagram *56*
4.4 Bagan Hasil Analisis 65
4.4.1 Bagan hasil analisis konsep *personal branding* 65
4.4.2 Bagan hasil sikap kredibilitas *social media influencer* 67

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5. 1 Simpulan 69
5. 2 Saran 69

DAFTAR PUSTAKA 71