

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Komunikasi.....	12
2.1.2 Branding .....	12
2.1.3 Personal Branding.....	13
2.1.3 Media Sosial .....	17
2.1.4 LinkedIn.....	19
2.1.5 Cybervetting.....	20
2.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran .....	31
BAB III METODE PENELITIAN .....	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.1.1 Paradigma Penelitian .....	32
3.1.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	33
3.1.3 Alat Analisis .....	34
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.3 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data .....	36
3.3.1 Metode Analisis .....	36
3.3.2 Penjagaan Keabsahan Data .....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian .....	39
4.2 Pembahasan.....	100
4.2.1 Personal Branding.....	101
BAB V KESIMPULAN .....	116
5.1 Kesimpulan.....	116

5.2 Saran .....	116
5.2.1 Saran Akademis .....	116
5.2.2 Saran Praktis .....	117
DAFTAR PUSTAKA .....	118
LAMPIRAN .....	121