

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| LEMBAR PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 5 |
| 1.2.1 Masalah Makro | 5 |
| 1.2.2 Masalah Mikro..... | 5 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.3.2 Maksud Penelitian | 5 |
| 1.3.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 7 |
| 2.1.1 Tinjauan Tentang Komunikasi | 9 |
| 2.1.2 Tinjauan Mengenai Pesan..... | 11 |
| 2.1.2.1 Definisi Pesan | 11 |
| 2.1.2.2 Komponen Pesan | 11 |

| | |
|--|----|
| 2.1.2.3 Teknik Pengelolaan Pesan | 12 |
| 2.1.2.4 Mengelola Dan Menyusun Pesan Secara Efektif..... | 15 |
| 2.1.3 Tinjauan <i>Personal Branding</i> | 16 |
| 2.1.4 Media Sosial | 20 |
| 2.1.4.1 Ciri – Ciri Media Sosial..... | 21 |
| 2.1.4.2 Jenis Media Sosial | 21 |
| 2.1.5 Tinjauan Komunikasi Visual | 27 |
| 2.1.5.1 Pengertian Komunikasi Visual | 27 |
| 2.1.5.2 Fungsi dan Ruang Lingkup Komunikasi Visual..... | 28 |
| 2.1.6 <i>New Media</i> | 29 |
| 2.1.7 Remaja | 30 |
| 2.1.7.1 Ciri Remaja..... | 31 |
| 2.1.6.2 Perkembangan Remaja | 35 |
| 2.1.8 Selebgram..... | 39 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 40 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Desain Penelitian | 43 |
| 3.2 Informan Penelitian..... | 45 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 48 |
| 3.3.1 Studi Pustaka | 48 |
| 3.3.2 Studi Lapangan..... | 49 |
| 3.4 Uji Keabsaan Data | 52 |
| 3.5 Teknik Analisa Data | 54 |

| | |
|--|-----|
| 3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian | 57 |
| 3.6.1 Lokasi Penelitian | 57 |
| 3.6.2 Waktu Penelitian..... | 57 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1 Desain Penelitian..... | 58 |
| 4.1.1 Gambaran Objek Penelitian | 62 |
| 4.1.2 Deskripsi Identitas Responden..... | 63 |
| 4.1.2.1 Informan Kunci..... | 63 |
| 4.1.2.2 Informan Pendukung | 64 |
| 4.1.3 Analisis Hasil Penelitian | 69 |
| 4.1.3.1 Makna <i>Personal Branding</i> bagi Selebgram Melalui Instagram | 69 |
| 4.1.3.2 Simbol yang Digunakan Selebgram dalam Pembentukan <i>Personal Branding</i> Melalui Media Instagram | 73 |
| 4.1.3.3 Bagaimana Bentuk <i>Personal Branding</i> Selebgram Melalui Instagram | 77 |
| 4.2 Pembahasan..... | 89 |
| BAB V PENUTUP | |
| 5.1 Kesimpulan | 102 |
| 5.2 Saran..... | 106 |
| 5.2.1 Saran Bagi Selebgram Usia Remaja..... | 106 |
| 5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya | 108 |

| | |
|-----------------------------|------------|
| DAFTAR PUSTAKA | 109 |
| LAMPIRAN | |
| DOKUMENTASI | |
| RIWAYAT HIDUP | |