

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.2.1. Rumusan Masalah Makro	8
1.2.2. Rumusan Masalah Mikro.....	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1. Maksud Penelitian.....	8
1.3.2. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	9
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2. Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	11

2.2.	Tinjauan Pustaka.....	13
2.2.1.	Tinjauan Komunikasi Digital.....	13
2.2.2.	Tinjauan New <i>Media</i>	15
2.2.3.	Tinjauan Instagram	18
2.2.4.	Tinjauan Personal Branding.....	20
2.2.5.	Tinjauan Influencer	22
2.2.6.	Tinjauan Impression Management.....	24
2.3.	Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1.	Desain Penelitian	30
3.2.	Informan Penelitian	32
3.2.1.	Informan Kunci.....	33
3.2.2.	Informan Pendukung.....	33
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1.	Studi Pustaka.....	34
3.3.2.	Studi Lapangan	35
3.4.	Uji Keabsahan Data	36
3.5.	Teknik Analisis Data	39
3.6.	Lokasi dan Waktu Penelitian	40
3.6.1.	Lokasi Penelitian.....	40
3.6.2.	Waktu Penelitian.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1.	Hasil Penelitian.....	42

4.1.1. Gambaran Objek Penelitian	42
4.1.2. Deskripsi Informan Penelitian	43
4.1.2.1 Deskripsi Informan Kunci	44
4.1.2.2 Deskripsi Informan Pendukung	46
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian.....	51
4.1.3.1 Keotentikan <i>Influencer</i> Kota Bandung di Kalangan Pengikutnya pada Media Sosial Instagram.....	53
4.1.3.2 Integritas <i>Influencer</i> Kota Bandung di Kalangan Pengikutnya pada Media Sosial Instagram.....	58
4.1.3.3 Konsistensi <i>Influencer</i> Kota Bandung di Kalangan Pengikutnya pada Media Sosial Instagram.....	64
4.1.3.4 <i>Personal Branding Influencer</i> Kota Bandung di Kalangan Pengikutnya pada Media Sosial Instagram.....	69
4.2. Pembahasan	75
4.2.1. Keotentikan <i>Influencer</i> Kota Bandung di Kalangan Pengikutnya pada Media Sosial Instagram	76
4.2.2. Integritas <i>Influencer</i> Kota Bandung di Kalangan Pengikutnya pada Media Sosial Instagram	79
4.2.3. Konsistensi <i>Influencer</i> Kota Bandung di Kalangan Pengikutnya pada Media Sosial Instagram	83
4.2.4 <i>Personal Branding Influencer</i> Kota Bandung di Kalangan Pengikutnya pada Media Sosial Instagram.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96

5.1. Kesimpulan.....	96
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	103
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	170