

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| LEMBAR PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.2.1 Rumusan Masalah Makro..... | 9 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah Mikro | 9 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.3.1 Maksud Penelitian | 10 |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 10 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis..... | 10 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis..... | 11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 12 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 12 |
| 2.1.1 Penelitian Terdahulu | 12 |
| 2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi | 14 |
| 2.1.2.1 Definisi Komunikasi..... | 14 |
| 2.1.2.2 Tujuan Komunikasi | 15 |
| 2.1.2.3 Fungsi Komunikasi..... | 17 |
| 2.1.3 Tinjauan Tentang <i>New Media</i> | 19 |
| 2.1.3.1 Definisi Komunikasi <i>New Media</i> | 19 |
| 2.1.3.2 Karakteristik Media Massa | 20 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.1.4 | Tinjauan Tentang Media Sosial..... | 21 |
| 2.1.4.1 | Definisi Media Sosial..... | 21 |
| 2.1.4.2 | Karakteristik Media Sosial | 23 |
| 2.1.4.3 | Aspek Konten di Media Sosial..... | 24 |
| 2.1.5 | Tinjauan Tentang <i>Personal Branding</i> | 26 |
| 2.1.5.1 | Definisi <i>Personal Branding</i> | 26 |
| 2.1.5.2 | Manfaat <i>Personal Branding</i> | 29 |
| 2.1.5.3 | Strategi Membangun <i>Personal Branding</i> | 33 |
| 2.1.6 | Tinjauan Tentang Instagram..... | 34 |
| 2.1.6.1 | Definisi Instagram..... | 34 |
| 2.1.6.2 | Branding melalui Instagram | 34 |
| 2.1.6.3 | Instagram Sebagai Media Promosi..... | 36 |
| 2.2 | Kerangka Pemikiran..... | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 42 |
| 3.1 | Desain Penelitian | 42 |
| 3.2 | Informan Penelitian..... | 43 |
| 3.2.1 | Informan Kunci | 44 |
| 3.2.2 | Informan Pendukung..... | 45 |
| 3.3 | Teknik Pengumpulan Data..... | 45 |
| 3.4 | Studi Pustaka | 46 |
| 3.5 | Studi Lapangan | 47 |
| 3.1 | Uji Keabsahan Data..... | 49 |
| 3.2 | Teknik Analisis Data | 51 |
| 3.3 | Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 52 |
| 3.6.1 | Lokasi Penelitian..... | 53 |
| 3.6.2 | Waktu Penelitian..... | 53 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 55 |
| 4.1 | Hasil Penelitian..... | 55 |
| 4.1.1 | Gambaran Objek Penelitian (Akun Instagram) | 58 |
| 4.1.2 | Deskripsi Informan Penelitian..... | 64 |
| 4.1.3 | Analisis Hasil Penelitian..... | 72 |
| 4.2 | Pembahasan..... | 90 |
| 4.2.1 | Kepribadian Penyanyi Rohani Sondang Silalahi..... | 91 |

| | | |
|---|--|------------|
| 4.2.2 | Perbedaan Penyanyi Rohani Sondang Silalahi..... | 94 |
| 4.2.3 | Nama Baik Penyanyi Rohani Sondang Silalahi | 97 |
| 4.2.4 | <i>Personal Branding</i> Penyanyi Rohani Sondang Silalahi..... | 101 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 105 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 108 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | | 110 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | | 138 |