

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| LEMBAR PENGESAHAN..... | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK..... | iv |
| ABSTRACT..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 8 |
| 1.2.1. Rumusan Masalah Makro | 8 |
| 1.2.2. Rumusan Masalah Mikro | 8 |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.3.1. Maksud Penelitian | 9 |
| 1.3.2. Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian..... | 9 |
| 1.4.1. Kegunaan Teoritis..... | 9 |
| 1.4.2. Kegunaan Praktis | 10 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| BAB II | TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN..... | 11 |
| 2.1. | Tinjauan Penelitian Terdahulu | 11 |
| 2.2. | Tinjauan Pustaka | 14 |
| 2.2.1. | Tinjauan tentang <i>New Media</i> | 14 |
| 2.2.2. | Tinjauan tentang Media Sosial | 16 |
| 2.2.3. | Tinjauan tentang Media Sosial Instagram..... | 19 |
| 2.2.4. | Tinjauan tentang Media Sosial TikTok..... | 20 |
| 2.2.5. | Tinjauan tentang <i>Content Creator</i> | 21 |
| 2.2.6. | Tinjauan tentang Manajemen Kesan..... | 25 |
| 2.2.7. | Tinjauan tentang Kepribadian | 26 |
| 2.2.8. | Tinjauan tentang <i>Branding</i> | 28 |
| 2.2.9. | Tinjauan tentang <i>Personal Branding</i> | 29 |
| 2.3. | Kerangka Pemikiran | 31 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 34 |
| 3.1. | Desain Penelitian..... | 34 |
| 3.2. | Informan Penelitian | 35 |
| 3.3. | Teknik Pengumpulan Data | 37 |
| 3.3.1. | Studi Pustaka | 38 |
| 3.3.2. | Studi Lapangan | 38 |
| 3.4. | Uji Keabsahan Data..... | 40 |
| 3.5. | Teknik Analisis Data..... | 43 |
| 3.6. | Lokasi dan Waktu Penelitian | 44 |
| 3.6.1. | Lokasi Penelitian | 44 |

| | |
|--|------------|
| 3.6.2. Waktu Penelitian..... | 44 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 46 |
| 4.1. Hasil Penelitian | 46 |
| 4.1.1. Gambaran Objek Penelitian | 46 |
| 4.1.2. Deskripsi Informan Penelitian..... | 52 |
| 4.1.3. Analisis Hasil Penelitian | 57 |
| 4.2. Pembahasan | 90 |
| 4.2.1. Strategi Lutfisabili dalam mengelola panggung depan untuk membentuk <i>personal branding</i> sebagai seorang <i>networker content creator</i> | 91 |
| 4.2.2. Strategi Lutfisabili dalam mengelola panggung belakang untuk membentuk <i>personal branding</i> sebagai <i>networker</i> <i>content creator</i> | 98 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 106 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 106 |
| 5.2. Saran..... | 107 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 108 |
| LAMPIRAN | 112 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 170 |