

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
.....	iii
.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Landasan Pemikiran	7
1.5.1 Landasan Teori	7
1.5.2 Kerangka Konseptual	9
1.6 Penelitian Terdahulu	11
1.7 Langkah-Langkah Penelitian	16
1.7.1 Lokasi Penelitian	16
1.7.2 Paradigma Penelitian	16
1.7.3 Metode Penelitian	17
1.7.4 Jenis dan Sumber Data	18
1.7.5 Penentuan Informan	19
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data	20
1.7.7 Teknik Keabsahan Data	21
1.7.8 Teknik Analisis Data	22
1.7.9 Rencana Penelitian	24

BAB 2	26
KAJIAN PUSTAKA	26
2.1 Personal Branding	26
2.1.1 Pengertian Personal Branding	26
2.1.2 Karakteristik Personal Branding	29
2.1.3 Dimensi Personal Branding	30
2.1.4 Personal Branding Atlet	32
2.2 Model Authentic Personal Branding	33
2.3 Media Sosial Intagram	37
2.3.1 Media Sosial	37
2.3.2 Instagram	40
2.3.3 Karakteristik Instagram	42
2.4 Status, Posisi, dan Kontribusi Personal Branding	45
BAB III	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
3.1.1 Profil Muhammad Shohibul Fikri	49
3.1.2 Akun Instagram Muhammad Shohibul Fikri	51
3.2 Profil Informan	54
3.3 Hasil Penelitian	55
3.3.1 Tahap Menampilkan Keotentikan (<i>Authenticity</i>)	56
3.3.2 Tahap Membentuk Spesialisasi (<i>Specialization</i>)	63
3.3.3 Tahap Menampilkan Kegigihan (<i>Persistence</i>)	68
3.4 Pembahasan	73
3.4.1 Tahap Menampilkan Keotentikan	75
3.4.2 Tahap Membentuk Spesialisasi (<i>Specialization</i>)	79
3.4.3 Tahap Menampilkan Kegigihan (<i>Persistence</i>)	82
BAB IV	88
SIMPULAN DAN SARAN	88
4.1 Simpulan	88
4.2 Saran	89
4.2.1 Saran Akademis	89
4.2.2 Saran Praktis	90

DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95

