

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	v
LEMBAR DEDIKASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	15
1.3 Pertanyaan Penelitian	15
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	15
1.4.1 Maksud Penelitian	15
1.4.2 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian	16
1.5.1 Manfaat Filosofis	16
1.5.2 Manfaat Akademis	16
1.5.3 Manfaat Praktis	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.1.1 Review Penelitian Sejenis	18

2.1.2 Matriks Penelitian Terdahulu.....	20
2.2 Teori Presentasi Diri Erving Goffman	22
2.3 Landasan Konseptual	23
2.3.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi	24
2.3.2 Komunikasi Antar Pribadi	25
2.3.3 Personal Branding	27
2.3.4 Media Sosial Instagram	36
2.3.5 Makna Instagram	56
2.3.6 Profil Riantihaifa.....	47
2.4 Kerangka Pemikiran.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Desain Penelitian Kualitatif	58
3.2 Pendekatan Penilaian Studi Interaksi Simbolik	61
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	62
3.4 Metode Analisis Data	69
3.5 Unit Analisis Data	74
3.6 Teknik Analisis Data	75
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	77
3.8 Akses Informan.....	77
3.9 Lokasi Jadwal Penelitian.....	78
3.9.1 Lokasi Penelitian.....	78
3.9.2 Jadwal Penelitian	80
DAFTAR PUSTAKA	80

BAB IV Error! Bookmark not defined.

4.1 Hasil Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

4.1.1 Motif Selebgram Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram**Error! Bookmark not defined.**

4.1.2.1 Tabulasi Motif Selebgram dalam menggunakan Media Sosial Instagram **Error! Bookmark not defined.**

4.1.2 Tindakan Selebgram Untuk Personal Branding Di Media Sosial Instagram**Error! Bookmark not defined.**

4.1.2.2 Tabulasi Tindakan Selebgram Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram **Error! Bookmark not defined.**

4.1.3 Selebgram Memaknai Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding **Error! Bookmark not defined.**

4.1.2.3 Tabulasi Makna Selebram Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram **Error! Bookmark not defined.**

4.2 Pembahasan Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

4.2.1 Motif Selebgram dalam Menggunakan Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding..... **Error! Bookmark not defined.**

4.2.2 Tindakan Selebgram Untuk Personal Branding Di Media Sosial**Error! Bookmark not defined.**

4.2.3 Selebgram Memaknai Media Sosial Instagram Sebagai Personal Branding **Error! Bookmark not defined.**

BAB V Error! Bookmark not defined.

5.1 KESIMPULAN **Error! Bookmark not defined.**

5.2 SARAN **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA..... Error! Bookmark not defined.