

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>.....	iv
<i>RINGKASAN</i>.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian.....	14
1.2.1 Fokus Penelitian.....	14
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian	15
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis	15
1.3.2.2 Kegunaan Praktis	16
BAB II	17
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	17
2.1 Kajian Literatur	17
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis	17
2.2 Kerangka Konseptual	25
2.2.1 Komunikasi.....	25
2.2.1.1 Pengetian Komunikasi	25
2.2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi	26
2.2.2 Komunikasi Massa.....	29

2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	29
2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa	30
2.2.2.3 Elemen- Elemen Komunikasi Massa	32
2.2.3 <i>New Media</i>	35
2.2.3.1 Pengertian <i>New Media</i>	35
2.2.3.2 Karakteristik <i>New Media</i>	36
2.2.4 Media Sosial	38
2.2.4.1 Pengertian Media Sosial.....	38
2.2.4.2 Karakteristik Media Sosial.....	40
2.2.4.3 Jenis-jenis Media Sosial.....	42
2.2.5 Twitter.....	44
2.2.5.1 Pengertian Twitter	44
2.2.5.2 Fitur-fitur Twitter	47
2.2.6 <i>Personal Branding</i>	48
2.2.6.1 Pengertian <i>Personal Branding</i>	48
2.2.6.2 Manfaat <i>Personal Branding</i>	50
2.2.7 <i>Content Creator</i>	52
2.2.7.1 Pengertian <i>Content Creator</i>	52
2.2.7.2 Kriteria <i>Content Creator</i>	53
2.3 Kerangka Teoritis	55
2.3.1 Teori <i>The Eight Laws of Personal Branding</i>	55
2.4 Kerangka Pemikiran	58
BAB III	60
SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN	60
3.1 Subjek Penelitian.....	60
3.1.1 Profil Informan	61
3.2 Objek Penelitian	62
3.3 Metodologi Penelitian	63
3.3.1 Desain/Paradigma Penelitian	64
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data.....	65
3.3.3 Rancangan Analisis Data	67
3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	69

3.4 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	70
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	71
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	71
3.1.2 Jadwal Penelitian	72
BAB IV	73
HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Hasil Penelitian.....	73
4.1.1 <i>The Law of Specialization</i> : Spesialisasi dari akun @crankygvrl.....	75
4.1.2 <i>The Law of Visibility</i> : Kenampakan dari akun @crankygvrl	87
4.1.3 <i>The Law of Persistence</i> : Keteguhan dari akun @crankygvrl.....	101
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	110
4.2.1 <i>The Law of Specialization</i> (Spesialisasi)	111
4.2.2 <i>The Law of Visibility</i> (Kenampakan)	114
4.2.3 <i>The Law of Persistence</i> (Keteguhan).....	117
BAB V.....	121
KESIMPULAN DAN SARAN	121
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN.....	130