

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pernyataan.....	9
1.2.1 Fokus Penelitian.....	9
1.2.2 Pernyataan Masalah.....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.3 Kegunaan Teoritis.....	11
1.3.4 Kegunaan Praktis.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	12
2.1 Kajian Literatur.....	12
2.1.1 Review Penelitian Sejenis.....	12
2.2 Kerangka Konseptual.....	16
2.2.1 Definisi Komunikasi.....	16
2.3 Public Relations.....	17
2.3.1 Peranan Public Relations.....	18
2.3.2 Ruang Lingkup Public Relations.....	19
2.3.3 Fungsi Public Relations.....	20
2.4 New Media.....	21
2.4.1 Ciri-Ciri New Media.....	23
2.4.2 Karakteristik New Media.....	25
2.5 Media Sosial.....	27
2.6 Aplikasi Tiktok.....	30

2.6.1 Definisi Aplikasi Tiktok.....	30
2.6.2 Perkembangan TikTok di Indonesia.....	33
2.6.3 Fitur Tiktok.....	35
2.6.4 Perkembangan Fitur TikTok dalam Konteks Akademik.....	40
2.7 Konsep Strategi Komunikasi.....	41
2.7.1 Strategi Personal Branding.....	43
2.7.2 Dasar Pembentukan Personal Branding.....	44
2.7.3 Fungsi Personal Branding.....	47
2.8 Kepercayaan Diri.....	48
2.9 Konsep Diri.....	49
2.10 Faktor Yang Mempengaruhi Konsep Diri.....	51
2.11 <i>Brand</i>	52
2.12 Konten Kreator.....	53
2.13 Kerangka Teoritis.....	55
2.14 Kerangka Pemikiran.....	57
Teori Personal Branding.....	60
BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI.....	62
3.1 Subjek Penelitian.....	62
3.2 Objek Penelitian.....	64
3.3 Metode Penelitian.....	65
3.3.1 Desain atau Paradigma Penelitian.....	68
3.3.2 Desain/Paradigam Penelitian.....	68
3.3.3 Prosedur Pengumpulan Data.....	71
3.3.4 Rancangan Analisis Data.....	73
3.3.5 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan.....	75
3.4 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	77
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	78
3.5.1 Lokasi Penelitian.....	78
3.5.2 Jadwal Penelitian.....	79
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	80
4.1 Hasil Penelitian.....	80
4.1.1 Deskripsi Informan.....	80

4.1.2 Hasil Penelitian Berdasarkan Elemen Skill Set.....	82
4.1.3 Hasil Penelitian Berdasarkan Elemen Aura.....	88
4.1.4 Hasil Penelitian Berdasarkan Elemen Identity	94
4.1.5 Ringkasan Hasil Penelitian.....	100
4.2 Pembahasan.....	102
4.2.1 Analisis Skill Set dalam Strategi Personal Branding Shasa Zhanial di TikTok.....	102
4.2.2 Analisis Aura dalam Strategi Personal Branding Shasa Zhanial di TikTok.....	105
4.2.3 Analisis Identity dalam Strategi Personal Branding Shasa Zhanial di TikTok.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	115
5.2.1 Saran Akademis.....	115
5.2.2 Saran Praktis.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	66
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tiktok Global.....	4
Gambar 1. 2 Data Statistik Negara Dengan Jumlah Pengguna Tiktok.....	5
Gambar 1. 3 Profil Akun TikTok @_shasz.....	7
Gambar 2. 1 Logo Aplikasi Tiktok.....	31
Gambar 3. 1 Komponen Dalam Analisis Data (Interactive Model).....	75