

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
RINGKESAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian.....	11
1.2.1. Fokus Penelitian	11
1.2.2. Pertanyaan Penelitian	12
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2. Kegunaan Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	17
2.1. Tinjauan Pustaka.....	17
2.1.1. Review Penelitian Sejenis	17
2.1.2. Kerangka Konseptual	22
2.1.3. Kerangka Teoritis	31
2.2. Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	40
3.1. Subjek Penelitian.....	40
3.2. Objek Penelitian	42
3.3. Metode Penelitian.....	43
3.3.1. Paradigma Peneleitian	48

3.3.2. Prosedur Pengumpulan Data.....	48
3.3.3. Rancangan Analisis Data	51
3.3.4. Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	53
3.3.5. Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian	56
3.4. Lokasi Penelitian	57
3.5. Jadwal Penelitian.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Hasil Penelitian.....	59
4.1.1. Profil Informan	62
4.1.2. Proses Pembentukan Personal Branding DJ Frizzyboyz di Akun Instagram	70
4.1.3. Pengelolaan Konten dan Pesan Visual	79
4.1.4. Makna dan Penerimaan (Resepsi) Kalangan Gen Z terhadap Eksistensi @Frizzyboyzmusic	88
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1. Kesimpulan.....	104
5.2. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Dj Frizzyboyz On Stage	1
Gambar 1. 2 Profile Instagram @Frizzyboyzmusic	3
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Penelitian	36
Gambar 4. 1 Media Sosial Eric Bonang Bimantara	63
Gambar 4. 2 Ade Nur Rachman	65
Gambar 4. 3 Ahmad Rifa FM.....	64
Gambar 4. 4 Bintang Aditia Sentosa	66
Gambar 4. 5 Muhammad Fajar Hilman	66
Gambar 4. 6 Aldi Prabowo.....	66
Gambar 4. 7 Media Sosial DJ Frizzyboyz (@Frizzyboyzmusic)	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis	20
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	58
Tabel 4. 1 Profil Singkat Ingotman Inti.....	69
Tabel 4. 2 Profil Singkat Informan Kunci.....	69
Tabel 4. 3 Tabulasi Proses Pembentukan Personal Branding.....	75
Tabel 4. 4 Tabulasi Strategi Pengelolaan Konten.....	84
Tabel 4. 5 Tabulasi Data Makna dan Penerimaan	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup.....	111
Lampiran 2 Pedoman Wawancara Informan Kunci	112
Lampiran 3 Pedoman Wawancara Informan Inti	116
Lampiran 4 Dokumentasi Informan Inti	118
Lampiran 5 Dokumentasi Informan Ahli	Error! Bookmark not defined.