

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Teoritis	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
1.2 Waktu Penelitian.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Tinjauan Teori.....	13
2.1.1 Branding.....	13
2.1.2 Personal Branding.....	14
2.1.2.2 Karakteristik Personal Branding	15
2.1.3 Media Baru (<i>New Media</i>)	18
2.1.4 Media Sosial.....	18
2.1.5 YouTube.....	21

2.1.6 Cover Version	22
2.1.7 Korean Pop	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	34
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Subjek dan Objek	36
3.4 Lokasi Penelitian.....	37
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	37
3.6 Informan Kunci	38
3.7 Teknik Pengumpulan Data	40
3.8 Teknik Analisis Data.....	42
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	43
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Karakteristik Informan	46
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2 Pembahasan	73
BAB V.....	84
KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	90