

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I	13
PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	13
1.2 Tujuan Penelitian.....	28
1.3 Pertanyaan Penelitian	28
1.4 Manfaat Penelitian.....	28
1.4.1 Manfaat Teoretis	28
1.4.2 Manfaat Praktis	28
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	29
1.6 Manfaat Penelitian.....	30
1.6.1 Manfaat Akademik	30
1.6.2 Manfaat Praktis	30
BAB II	31
TINJAUAN PUSTAKA	31
2.1 Landasan Teori	31
2.1.1 Teori komunikasi identitas (CTI)	31
2.1.2 <i>Branding</i> dan <i>Personal Branding</i>	32
2.1.3 Industri Musik Indonesia	35
2.1.4 Singer – Songwriter	36
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran	45
BAB III	47
METODE PENELITIAN	47
3.1 Metode Penelitian.....	47
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	48

3.2.1 Subjek Penelitian	48
3.2.2 Objek Penelitian.....	48
3.3 Metode Pengumpulan Data	48
3.3.1 Wawancara.....	48
3.3.2 Observasi	48
3.3.3 Dokumentasi	49
3.3.4 Studi Literatur	49
3.4 Lokasi Penelitian	49
3.5 Informan Penelitian	50
3.5.1 Informan Kunci.....	50
3.5.2. Informan Ahli	52
3.6 Unit Analisis Penelitian.....	52
3.7 Metode Analisis dan Keabsahan Data.....	57
3.7.1 Teknik Analisis Data	57
3.7.2 Teknik Keabsahan Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Karakteristik Informan Penelitian	60
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 <i>Personal Layer</i>	64
4.2.2 <i>Enactment Layer</i>	73
4.2.3 <i>Relational Layer</i>	111
4.2.4 <i>Communal Layer</i>	126
4.3 Pembahasan	141
4.3.1 <i>Personal Layer</i>	141
4.3.2 <i>Enactment Layer</i>	144
4.3.3 <i>Relational Layer</i>	146
4.3.4 <i>Communal Layer</i>	149
4.4 Model Temuan Penelitian.....	156
BAB V.....	160
PENUTUP.....	160
5.1 Kesimpulan.....	160
5.2 Saran.....	160
5.2.1 Saran Teoritis.....	160
5.2.3 Saran Praktis	161
DAFTAR PUSTAKA	163
LAMPIRAN.....	168