

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI.....	vi
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xii
Bab I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Penegasan Istilah.....	7
Bab II KAJIAN TEORI	10
A. Pengertian	10
1. Konsep Pengalaman dalam Pendekatan Fenomenologi	10
2. Personal Branding dalam Perspektif Psikologi.....	11
3. Mahasiswa Semester Akhir dan Fase Perkembangan Psikologis	13
4. Media Sosial sebagai Ruang Identitas Digital	13
5. Instagram dan Fenomena Visual-Self Presentation.....	14
6. Keterkaitan Antar-Konsep	15
B. Penelitian Terdahulu	16
Bab III METODE PENELITIAN.....	27
A. Rancangan penelitian	27
B. Kehadiran peneliti	27

C. Lokasi penelitian	28
D. Data dan sumber data	29
E. Teknik pengumpulan data.....	30
F. Analisis data.....	31
G. Pengecekan keabsahan data	32
H. Tahapan penelitian.....	34
Bab IV HASIL PENELITIAN.....	37
Bab V PEMBAHASAN	62
A. Tekanan Psikologis dan Ekspektasi Sosial dalam Proses Personal Branding Digital	62
B. Konflik antara Citra Digital dan Keaslian Diri	65
C. Eksistensi Digital dan Strategi Personal Branding.....	67
D. Dampak Positif Media Sosial.....	70
E. Penerimaan dan Penguatan Diri	72
Bab VI PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Implikasi penelitian	77
C. Saran.....	78
Daftar Rujukan	80
LAMPIRAN	83
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	133

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan	84
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	85
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup	133