

**ANALISIS PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING* ANS  
PADA *TWITTER* MENGGUNAKAN TEORI *DRAMATISM*  
(Studi Etnografi Virtual: @axxxxxxxfa vs @T4EJUN)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)**

**Ilmu Komunikasi**



**SAURA PRILLIZIA KEMALA**

**1161003359**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**


**2020**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Saura Prillizia Kemala

NIM : 1161003359

Tanda Tangan : 

Tanggal : 16 September 2020

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Saura Prillizia Kemala

NIM : 1161003359

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : Analisis Pembentukan *Personal Branding* ANS Pada *Twitter*  
Menggunakan Teori *Dramatism* (Studi Etnografi Virtual:  
@axxxxxxxfa vs @T4EJUN)

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

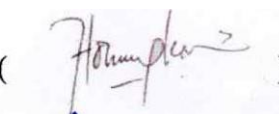
## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos, M.Si

  
18 September 2020

( )

Penguji 1 : Hanny Nurahmawati M.I.Kom.

(  )

Penguji 2 : Adrian Arditiar, M.I.Kom

(  )

Ditetapkan di : Bogor

Pada Tanggal : 16 September 2020

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan penelitian Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Pembentukan Personal branding ANS Pada *Twitter* Menggunakan Teori *Dramatism* (Studi Etnografi Virtual: @axxxxxxxfa vs @T4EJUN)”. Penyusunan penelitian Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Peneliti menyadari proses yang dilalui tidak mudah ini tidak akan berjalan lancar jika tanpa bimbingan, bantuan, dan motivasi dari banyak pihak, oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

### 1. Orang Tua

Terima kasih kepada Bunda yang tidak henti memberikan Do'a dan dukungan kepada peneliti dari mulai peneliti lahir hingga detik ini. Terima kasih juga kepada ayah yang telah memberikan pendidikan terbaik untuk peneliti, seperti kata-kata terakhir yang pernah ayah sampaikan untuk terus berjuang demi masa depan, ini adalah salah satu bukti perjuangan peneliti. Semoga kita akan dipertemukan kembali di dunia yang abadi nantinya.

### 2. Dianingtyas Murtanti Putri, M. Si

Terima kasih kepada Miss Dian Putri selaku dosen pembimbing peneliti, karena telah dengan sabar membimbing peneliti dari awal sampai akhir pengerjaan Tugas Akhir, selalu memberikan masukan, kritisi dan selalu menyediakan waktu dan bantuan kepada peneliti selama menyelesaikan Tugas Akhir ini. Segala kebaikan dan bantuan Miss Dian akan selalu peneliti kenang, semoga bahagia selalu, Miss.

### 3. Dosen-Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terimakasih kepada Ibu Suharyanti, M.S.M sebagai Kepala Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan. Terima kasih kepada Mba Hanny Nurachmawati, M.I.Kom yang telah menjadi pembahas seminar proposal peneliti dan membantu memberi masukan pada penelitian ini agar menjadi lebih maksimal. Terima kasih kepada Pak Adrian Arditiar, M.I.Kom selaku penguji sidang akhir peneliti yang telah memberi

masuk dan arahan kepada peneliti agar penelitian ini menjadi lebih baik. Terima kasih juga kepada Bu Dr. Vivid F. Argarini yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi kepada peneliti selama peneliti menempuh pendidikan. Terima kasih kepada semua dosen-dosen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti selama menempuh perkuliahan.

**4. Staff Civitas Akademika Universitas Bakrie**

Terima kasih untuk seluruh Staff Civitas Akademika Universitas Bakrie, Mas Ali Perpustakaan, Bapak Perpustakaan, Pak Erhan selaku Bagian Keuangan, Mba Frieda, serta seluruh Petugas BAA yang telah membantu peneliti selama masa perkuliahan. Terima kasih juga kepada petugas *Cleaning Service* dan seluruh Bapak *Security* yang pernah membantu peneliti dalam menyelenggarakan *event* di kampus.

**5. Teman Seperbimbingan**

Terima kasih kepada Dina dan Adella yang telah membantu untuk memberi *support*, motivasi, menjadi penenang, dan menjadi teman untuk bertukar pikiran penulis dalam membantu peneliti menyelesaikan Tugas Akhir ini.

**6. Teman-Teman Terdekat di Kampus**

Terimakasih kepada teman penerima tamuku Nanda, Myrza, Balqis, serta Tim Maniso Nathasya, Wulan, Lena, dan Tim *Receh* Faza dan Evelyne karena telah membantu dan men-*support*, menjadi teman perkuliahan, teman curhat, teman saat suka maupun duka peneliti selama dalam mengerjakan penelitian tugas akhir.

**7. Teman FBI dan *Richmond Gang***

Terima kasih kepada Ifa, Nadhira, Dinni, Nabila, Nada, dan Tia yang telah selalu menjadi teman dan pendengar yang baik untuk peneliti selama ini. Semoga kita dapat segera bertemu kembali. Terima kasih juga kepada Moris dan Nikita yang sangat membantu peneliti selama proses penyusunan skripsi berlangsung.

**8. Teman *Army 99z***

Terima kasih kepada Velin, Ifa, Sacha, dan Ghina, yang selalu menjadi *supporting system* dan beberapa kali memberi saran dan semangat kepada

penulis, serta tidak henti memberikan dukungan serta doa selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini.

**9. Rama Satrio Marfindoro**

Terima kasih kepada Rama karena selalu memberikan dukungan, motivasi dan selalu ada pada setiap keadaan yang dialami oleh peneliti.

**10. Teman-Teman Selamanya Kuat**

Terima kasih kepada Aldi, Alief, dan Veira, yang menjadi teman seperjuangan peneliti selama di perkuliahan dan tidak henti-hentinya untuk saling memberikan dukungan serta doa selama kita mengerjakan Tugas Akhir ini.

**11. Teman Seperjuangan Skripsi**

Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan skripsi atas kenangan yang luar biasa selama masa perbimbingan, dan selalu saling mendukung serta menyemangati selama mengerjakan tugas akhir ini.

**12. Teman-teman Ilmu Komunikasi dan Marcomm 2016**

Terima kasih telah berjuang bersama dari tahun pertama dan selalu memberikan warna selama peneliti menjalani perkuliahan dan saling menyemangati untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Akhir kata Peneliti berharap semoga Allah SWT dapat membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu Peneliti hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Bogor, 16 September 2020

Peneliti,



Saura Prillizia Kemala

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saura Prillizia Kemala  
NIM : 1161003359  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis tugas Akhir : Karya Ilmiah/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALISIS PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING ANS PADA  
TWITTER MENGGUNAKAN TEORI DRAMATISM  
(Studi Etnografi Virtual: @axxxxxxxfa vs @T4EJUN)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bogor  
Pada tanggal : 16 September 2020

Yang menyatakan,



(SAURA PRILLIZIA KEMALA)

**ANALISIS PEMBENTUKAN *PERSONAL BRANDING* ANS  
PADA *TWITTER* MENGGUNAKAN TEORI *DRAMATISM*  
(Studi Etnografi Virtual: @axxxxxxxfa vs @T4EJUN)**

**SAURA PRILLIZIA KEMALA**

---

**ABSTRAK**

Penggunaan dua akun dalam media sosial kini menjadi lumrah dilakukan, khususnya bagi para penggemar *K-Pop*. ANS sebagai penggemar *K-Pop* selama kurang lebih 7 tahun, menggunakan akun personal dan akun *fangirl* dalam aktivitas sehari-harinya dimana dari perilaku yang dilakukan ANS pada kedua akunnya, dapat dikatakan ANS menunjukkan sosok yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini ingin menganalisis lebih lanjut pembentukan *personal branding* ANS pada kedua akun yang dimilikinya menggunakan teori *dramatism*. Analisis penelitian ini menggunakan konsep pembentukan *personal branding* menurut McNally & Speak dan teori *dramatism* oleh Kenneth Bruke. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Hasil penelitian ini menunjukkan teori *dramatism* yang dikemukakan oleh Kenneth Bruke yaitu agen, akting, agensi, tujuan, dan adegan memiliki keterkaitan dengan dimensi pembentukan *personal branding* oleh McNally & Speak yaitu kompetensi, standar, dan gaya. Selanjutnya, sosok berbeda yang muncul pada kedua akun yang dimiliki oleh ANS salah satunya disebabkan oleh kepribadian ambivert yang dimiliki oleh ANS, yang mana kepribadian ambivert ini menyebabkan ANS memunculkan sosok yang berbeda, yakni pada akun personal @axxxxxxxfa sebagai “mahasiswa pada umumnya”, sedangkan pada akun *fangirl* @T4EJUN sebagai “penggemar berat TXT yang pandai mengedit”. Faktor yang membuat kepribadian ANS cenderung ambivert dan berubah sesuai lingkungan karena ia menyesuaikan dengan pada lingkungan seperti apa ia merasa nyaman dan bisa menunjukkan sisi aktifnya (ekstrovert) dan pada lingkungan seperti apa ia lebih nyaman menunjukkan sisi pasifnya (introvert). Selain itu, ANS yang pada akun *fangirl*-nya menunjukkan sisi ekstrovert dalam dunia *fangirl*-nya dengan segala pengetahuan dan kemampuan editnya mengenai *K-Pop*, merupakan salah satu wujud aktualisasi dirinya karena ia merasa lebih bebas berekspresi dan mendapatkan atensi pada akun *fangirl*-nya ini yang sekaligus dapat dijadikan sebagai alat pemasaran dirinya.

**Kata Kunci:** *personal branding*, teori *dramatism*, *Fangirl K-Pop*, media sosial



**THE ANALYZE OF ANS'S PERSONAL BRANDING FORMING  
ON TWITTER WITH THEORY OF DRAMATISM  
(Virtual Ethnography Study: @axxxxxxxfa vs @T4EJUN)**

**SAURA PRILLIZIA KEMALA**

---

**ABSTRACT**

*Using two accounts on social media is now a common thing, especially for K-Pop fans. ANS, as a K-Pop fan for approximately 7 years, uses personal accounts and fangirl accounts in her daily activities wherefrom the behavior that ANS performs on both accounts shows a different figure. Therefore, this study wants to further analyze the formation of ANS's personal branding on her two accounts using the theory of dramatism. The analysis of this research uses the concept of forming personal branding according to McNally & Speak and the theory of dramatism by Kenneth Bruke. The research method used in this research is qualitative research, with virtual ethnographic approach. The results of this study indicate the theory of dramatism put forward by Kenneth Bruke, which elements are agent, acting, agency, goal, and scene, is related to the dimensions of personal branding formation by McNally & Speak; roles, standards, and style. Furthermore, a different figure appeared in the two accounts owned by ANS, happened due to the ambivert personality possessed by ANS, which caused different figure, namely on the personal account @axxxxxxxfa as a "student in general", whereas on @T4EJUN's fangirl account as "a big fan of TXT who is good at editing". The factors that make the ANS has an ambivert personality are her adapts to what kind of environment it feels. She knows well how to appear as an extrovert and an introvert. In addition, ANS, whose fangirl account shows the extrovert side of her fangirl world with all her knowledge and editing skills regarding K-Pop, is a manifestation of her self-actualization as she feels freer to express and get attention in her fangirl account which could be a way to promote herself.*

**Keywords:** *personal branding, theory of dramatism, K-Pop fans, social media*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>2</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>3</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>6</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.4.2 Manfaat Praktis.....	15
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>16</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	16
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran.....	36
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	36
2.2.2 Media Sosial.....	37
2.2.3 <i>Twitter</i> .....	39
2.2.4 <i>Personal branding</i> .....	41
2.2.5 Konsep Diri.....	43
2.2.5.1 Pengertian Konsep Diri.....	43
2.2.5.2 Faktor-Faktor Pembentuk Konsep Diri.....	44
2.2.5.3 Ciri-Ciri Kecenderungan Konsep Diri Positif dan Negatif.....	52
2.2.6 Teori <i>Dramatism</i> .....	53
2.2.7 Generasi dan Katakarakteristiknya.....	54
2.3 Kerangka Pemikiran.....	55
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>58</b>
3.1 Metode Penelitian.....	58
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	59

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.3.1 Sumber Data.....	62
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	64
3.5 Teknik Analisis Data.....	65
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>69</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
4.1.1 ANS Pada Akun Personal @axxxxxxxfa.....	69
4.1.2 ANS Pada Akun <i>Fangirl</i> @T4EJUN.....	72
4.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	74
4.2.1 Informan Kunci.....	75
4.2.2 Pengikut ANS Pada <i>Twitter</i> @axxxxxxxfa.....	75
4.2.3 Pengikut ANS Pada <i>Twitter</i> @T4EJUN.....	78
4.2.4 Triangulator <i>Personal branding</i> .....	81
4.2.5 Triangulator Psikolog.....	82
4.3 Hasil Penelitian.....	83
4.3.1 <i>Personal branding</i> ANS Pada Akun Personal @axxxxxxxfa vs Akun <i>Fangirl</i> @T4EJUN.....	83
4.3.2 <i>Dramatism</i> ANS Pada Akun Personal @axxxxxxxfa dan Akun <i>Fangirl</i> @T4EJUN.....	99
4.4 Pembahasan.....	111
4.4.1 <i>Personal branding</i> ANS Pada Akun Personal @axxxxxxxfa vs Akun <i>Fangirl</i> @T4EJUN.....	112
4.4.1.1 Kompetensi ANS Pada Akun Personal vs Akun <i>Fangirl</i> .....	114
4.4.1.2 Standar ANS Pada Akun Personal vs Akun <i>Fangirl</i> .....	118
4.4.1.3 Gaya ANS Pada Akun Personal vs Akun <i>Fangirl</i> .....	122
4.4.2 <i>Dramatism</i> ANS Pada Akun Personal @axxxxxxxfa vs Akun <i>Fangirl</i> @T4EJUN.....	126
4.4.2.1 Agen.....	127
4.4.2.2 Akting.....	129
4.4.2.3 Agensi.....	130
4.4.2.4 Adegan.....	133
4.4.2.5 Tujuan.....	135
4.4.3 Keterkaitan Teori <i>Dramatism</i> dan Pembentukan <i>Personal branding</i> .....	138
4.4.4 Temuan Baru Terkait Hasil dan Pembahasan Penelitian.....	140
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	146

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>147</b>
5.1 Kesimpulan.....	147
5.2 Saran.....	149
5.2.1 Saran Teoritis.....	149
5.2.1 Saran Praktis.....	150
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>151</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>154</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Beberapa Contoh Akun <i>Fangirl</i> di <i>Twitter</i> .....	3
Gambar 1.2 Akun <i>Twitter</i> Personal ANS (Kiri) dan Akun <i>Fangirl</i> ANS (Kanan).....	5
Gambar 1.3 Beberapa Cuitan ANS dan Unggahan Media pada akun personalnya @axxxxxxxfa.....	6
Gambar 1.4 Beberapa Cuitan ANS dan Unggahan Media Pada Akun <i>Fangirl</i> -nya @T4EJUN.....	7
Gambar 1.5 Konten @T4EJUN di <i>Twitter</i> yang Mendapat Banyak Respon Yaitu Konten Hasil Editan Video (Kiri) dan Pengadaan <i>Giveaway</i> (Kanan).....	9
Gambar 1.6 Salah Satu Konten @topkrisus di <i>Twitter</i> .....	12
Gambar 2.1 Dimensi <i>Personal branding</i> Menurut McNally & Speak.....	42
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	57
Gambar 4.1 Akun <i>Twitter</i> Personal ANS @axxxxxxxfa (Yang Kini Mengalami Suspend).....	70
Gambar 4.2 Akun <i>Twitter</i> Personal ANS @axxxxxxxfa (Yang Kini ANS Gunakan).....	71
Gambar 4.3 Beberapa Cuitan ANS Pada Akun Personalnya.....	71
Gambar 4.4 Beberapa Interaksi ANS Pada Akun Personalnya.....	72
Gambar 4.5 Jumlah Media Pada Akun Personal Lama ANS (Kiri) dan Akun Personal Baru (Kanan).....	72
Gambar 4.6 Akun <i>Fangirl</i> ANS @T4EJUN.....	73
Gambar 4.8 Beberapa Unggahan Media ANS Pada Akun <i>Fangirl</i> @T4EJUN.....	74
Gambar 4.9 Akun <i>Twitter</i> @dooika.....	76
Gambar 4.10 Akun <i>Twitter</i> @skrrhp.....	77
Gambar 4.11 Akun <i>Twitter</i> @d3kin.....	77
Gambar 4.12 Akun <i>Twitter</i> @GURUHachmad.....	78
Gambar 4.13 Akun <i>Twitter</i> @morningmizzle.....	79
Gambar 4.14 Akun <i>Twitter</i> @winterlunae.....	80
Gambar 4.16 Akun <i>Twitter</i> @huenjngs.....	80
Gambar 4.17 Akun <i>Twitter</i> @mydecemberboy.....	81
Gambar 4.18 Anasthasia Citra.....	82
Gambar 4.19 Rosnalisa Zein.....	82
Gambar 4.20 <i>Tweet</i> ANS Pada Akun personalnya yang cenderung singkat.....	85
Gambar 4.21 <i>Tweet</i> ANS Pada Akun <i>Fangirl</i> -nya yang cenderung ekspresif.....	85
Gambar 4.22 Salah Satu Unggahan Video ANS di akun @T4EJUN.....	88
Gambar 4.23 Beberapa <i>Tweets</i> ANS Pada Akun Personal @axxxxxxxfa.....	92

<b>Gambar 4.24 Beberapa <i>Tweets</i> ANS Pada Akun <i>Fangirl</i>.....</b>	<b>92</b>
<b>Gambar 4.25 <i>Tweets</i> ANS dengan teman kampusnya yang membahas tentang perkuliahan.....</b>	<b>98</b>
<b>Gambar 4.26 <i>Tweets</i> ANS dengan teman kampusnya yang membahas hal acak.....</b>	<b>98</b>
<b>Gambar 4.27 Beberapa tindakan yang dilakukan ANS Pada Akun Personalnya @axxxxxxafa.....</b>	<b>103</b>
<b>Gambar 4.28 Beberapa Tindakan yang dilakukan ANS Pada Akun <i>Fangirl</i>-nya @T4EJUN.....</b>	<b>103</b>
<b>Gambar 4.29 <i>Tweets</i> ANS Pada Akun @T4EJUN yang Dilengkapi Foto/Video Idola <i>K-Pop</i>.....</b>	<b>105</b>
<b>Gambar 2.30 Konten Editan Video ANS Pada Akun @T4EJUN dan Respon Pengikutnya.....</b>	<b>105</b>
<b>Gambar 2.31 Konten Foto ANS Pada Akun @T4EJUN dan Respon Pengikutnya</b>	<b>106</b>
<b>Gambar 4.32 Perbandingan Jumlah Media Akun Personal dan Akun <i>Fangirl</i> ANS.....</b>	<b>120</b>
<b>Gambar 4.33 Perbandingan Jumlah <i>Tweets</i> Akun Personal dan Akun <i>Fangirl</i> ANS.....</b>	<b>120</b>
<b>Gambar 4.34 Curhatan ANS mengenai apa yang dialaminya terkait dengan Perkuliahannya.....</b>	<b>130</b>
<b>Gambar 4.35 <i>Tweets</i> Acak Namun Lucu dari ANS.....</b>	<b>131</b>

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
<b>Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....</b>	<b>23</b>
<b>Tabel 2.2 Perbedaan Kecenderungan Konsep Diri Positif dan Negatif Menurut Rakhmat.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 3.1 Kriteria Informan.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep.....</b>	<b>64</b>