

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 <i>Latar Belakang</i>	1
1.2 <i>Rumusan Masalah</i>	11
1.3 <i>Tujuan Penelitian</i>	11
1.4 <i>Manfaat Penelitian</i>	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 <i>Landasan Teori</i>	13
2.1.1 <i>Brand awareness</i>	13
1.1.2 Konten.....	15
1.1.3 Konten Marketing	16
1.1.4 Tiktok.....	17
1.1.5 Analisis Konten (<i>Content Analysis</i>)	18
1.1.6 Teori Komunikasi	21
1.2 <i>Penelitian Terdahulu</i>	22
2.1.1 Jurnal Nasional Terdahulu	22
2.2.2 Jurnal Internasional Terdahulu	26

2.2	<i>Kerangka Pemikiran</i>	30
BAB III	METODE PENELITIAN	31
3.1	<i>Paradigma Penelitian</i>	31
3.2	<i>Metode Penelitian</i>	31
3.3	<i>Subjek dan Objek Penelitian</i>	32
3.3.1	<i>Subjek Penelitian</i>	32
3.3.2	<i>Objek Penelitian</i>	32
3.4	<i>Unit Analisis Penelitian</i>	32
3.5	<i>Informan Penelitian</i>	33
3.6	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	34
3.6.1	<i>Data Primer</i>	34
3.6.1	<i>Data Sekunder</i>	34
3.8	<i>Teknik Keabsahan Data</i>	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1	<i>Codebook dan skema coding</i>	39
4.2	<i>Hasil Penelitian</i>	41
4.2.1	<i>Before After (Konten 1)</i>	41
4.2.2	<i>Tutorial (Konten 2)</i>	43
4.2.3	<i>komedi (Konten 3)</i>	44
4.3	<i>Pembahasan</i>	45
4.3.1	<i>Konten before after</i>	45
4.3.2	<i>Konten Tutorial</i>	52
4.3.3	<i>Konten komedi</i>	59
BAB V	PENUTUP	64
5.1	<i>Kesimpulan</i>	64
5.2	<i>Saran</i>	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN		68