

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Penelitian .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Pengertian <i>Public Relations</i> .....	9
2.1.2 Pengertian Pemasaran Komunikasi .....	10
2.1.3 Pengertian Kreator.....	12
2.1.4 TikTok Sebagai Media PR.....	13
2.2. Perbandingan Jurnal Terdahulu.....	15
2.2.1 Jurnal Nasional .....	15
2.2.2 Jurnal Internasional.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran .....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....	25
3.1 Paradigma Penelitian .....	25
3.2 Metode Penelitian.....	25
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	26
3.3.1 Subjek Penelitian .....	26
3.3.2 Objek Penelitian .....	26
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	26

3.4.1	Data Primer .....	27
3.4.2	Data Sekunder .....	27
3.5	Teknik Pemilihan Informan .....	27
3.6	Teknik Analisis dan Penjaga Keabsahan Data.....	29
3.6.1	Teknik Analisis Data .....	29
3.6.2	Penjagaan Keabsahan Data .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>32</b>
4.1.	Informan Penelitian .....	32
4.2.	Hasil Penelitian .....	35
4.3.	Pembahasan .....	51
4.3.1.	Penentuan Segmentasi .....	52
4.3.2.	Persiapan Akun .....	53
4.3.3.	Penjualan Dengan Penggunaan Metode AIDA.....	54
4.3.4.	Perawatan Akun .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>64</b>
5.1.	Kesimpulan .....	64
5.2.	Saran .....	65
5.2.1.	Saran Akademis.....	65
5.2.2.	Saran Praktis.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>67</b>
BUKU.....		67
JURNAL NASIONAL .....		68
JURNAL INTERNASIONAL.....		69
INTERNET.....		69
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>70</b>
UNIT ANALISIS.....		70
PERTANYAAN PENELITIAN .....		72