

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 8 Negara Pengguna Aktif TikTok Terbesar .....	2
Gambar 1.2 Grafik Google Trend Sudut Pandang Bandung dan Kala Kini Nanti .....	4
Gambar 1.3 Konten-konten video serupa mengenai Sudut Pandang .....	8
Gambar 1.4 Interaksi antar pengguna TikTok dalam kolom komentar .....	8
Gambar 2.1 Empat Tingkatan Kesadaran Merek Menurut Rangkuti .....	24
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	37
Gambar 3.1 Garis Kontinum .....	49
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Screening Question (Pengguna Media Sosial TikTok) .....	55
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Screening Question (Pernah Menonton Konten Sudut Pandang Bandung di Media Sosial TikTok).....	56
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Gambar 4.4 Data Responden Berdasarkan Usia .....	58
Gambar 4.5 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Gambar 4.6 Garis kontinum Dimensi <i>Platform Assistance</i> .....	62
Gambar 4.7 Garis Kontinum Dimensi <i>Concer For Other Consumers</i> .....	64
Gambar 4.8 Tanggapan Dimensi <i>Extraversion</i> .....	64
Gambar 4.9 Garis Kontinum Dimensi <i>Extraversion</i> .....	66
Gambar 4.10 Garis Kontinum Dimensi <i>Social Benefits</i> .....	68
Gambar 4.11 Garis Kontinum Dimensi <i>Helping The Company</i> .....	70
Gambar 4.12 Garis Kontinum Dimensi <i>Advice Seeking</i> .....	73
Gambar 4.13 Garis Kontinum Rekapitulasi Tanggapan Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....	74
Gambar 4.14 Garis Kontinum Dimensi <i>Top Of Mind</i> .....	76
Gambar 4.15 Garis Kontinum Dimensi <i>Brand Recall</i> .....	79
Gambar 4.16 Garis Kontinum Dimensi <i>Brand Recognition</i> .....	81
Gambar 4.17 Garis Kontinum Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	82