

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	13
PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	22
1.3 Tujuan Penelitian.....	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	23
1.4.2 Manfaat Praktis.....	23
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	23
BAB II.....	24
TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Landasan Teoritis	24
2.1.1 Teori Message Design Logic.....	24
2.2 Landasan Konseptual	25
2.2.1 Media sosial	25
2.2.2 Pengelolaan Konten	26
2.2.3 Storytelling.....	27
2.3 Penelitian Terdahulu	30
2.4 Kerangka Berpikir.....	36
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Metode Penelitian.....	38
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.1.2 Metode penelitian.....	38
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	39

3.2.1 Subjek Penelitian.....	39
3.2.2 Objek Penelitian.....	39
3.3 Unit Analisis Penelitian	39
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Jenis Data.....	40
3.4.2 Jenis Dan Kriteria Informan	41
3.5 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data.....	42
3.5.1 Analisis Data.....	42
3.5.2 Teknik Keabsahan Data	42
BAB IV	44
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 HASIL PENELITIAN	44
4.1.1 PROFILE NARASUMBER	44
4.1.2 Ciri Khas pada Konten TikTok Gaise	46
4.1.3 Pola Konten Storytelling	49
4.2 Pembahasan.....	57
4.2.1 Ciri Khas Konten Gaise.....	58
4.2.2 Pola Konten Storytelling Gaise Dalam Membangun Pemahaman Konsumen	61
BAB V	67
KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	68
5.2.1 Saran Akademis	68
5.2.2 Saran Praktis.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72