

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------------------------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS UNIVERSITAS TELKOM..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS UNIVERSITAS TELKOM..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| Gambar 1. 2 Statistik E-Commerce Terlaris Kuartal III 2020..... | 4 |
| Gambar 1. 4 Statistik pengguna aplikasi tiktok berdasarkan negara, agustus 2020..... | 7 |
| Gambar 1. 5 Akun Zalora Pada Aplikasi TikTok..... | 8 |
| 1.2 Fokus Penelitian..... | 9 |
| 1.3 Identifikasi Masalah..... | 9 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.5.1 Manfaat Akademis :..... | 9 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis :..... | 9 |

| | | |
|--------------------------------------|--|-----------|
| 1.5.3 | Manfaat sosial:..... | 10 |
| 1.6 | Waktu dan Periode Penelitian | 10 |
| | Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | | 11 |
| 2.1 | Kerangka Konseptual | 11 |
| 2.1.1 | Komunikasi..... | 11 |
| | Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran Sutisna..... | 15 |
| 2.1.6 | Branding | 20 |
| 2.1.7 | Brand Awareness | 21 |
| 2.1.8 | TikTok | 22 |
| 2.2 | Penelitian terdahulu..... | 22 |
| 2.2.1 | Skripsi terdahulu..... | 22 |
| | Tabel 2. 2 Skripsi terdahulu | 23 |
| | Tabel 2. 3 Skripsi terdahulu | 23 |
| | Tabel 2. 4 Skripsi terdahulu | 24 |
| | Tabel 2. 5 Skripsi terdahulu | 24 |
| 2.2.2 | Jurnal Nasional | 25 |
| | Tabel 2. 7 Jurnal Nasional..... | 25 |
| | Tabel 2. 8 Jurnal Nasional..... | 26 |
| | Tabel 2. 9 Jurnal Nasional..... | 26 |
| | Tabel 2. 10 Jurnal Nasional..... | 27 |
| 2.2.3 | Jurnal Internasional..... | 27 |
| | Tabel 2. 12 Jurnal Internasional | 28 |
| | Tabel 2. 13 Jurnal Internasional | 29 |
| | Tabel 2. 14 Jurnal Internasional | 29 |
| | Tabel 2. 15 Jurnal Internasional | 30 |
| 2.3 | Kerangka Pemikiran..... | 31 |

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran | 31 |
| BAB III | 32 |
| METODE PENELITIAN..... | 32 |
| 3.1 Paradigma Penelitian..... | 32 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 32 |
| 3.3 Subjek dan Objek Penelitian | 33 |
| 3.3.1 Objek Penelitian | 33 |
| 3.3.2 Subjek Penelitian | 33 |
| 3.4 Lokasi Penelitian | 33 |
| 3.5 Unit Analisis Penelitian..... | 34 |
| Tabel 3. 1 Unit Analisis..... | 34 |
| 3.6 Informan Penelitian | 35 |
| Tabel 3. 2 Kriteria Informan | 35 |
| 3.7 Pengumpulan Data Penelitian | 35 |
| 3.8 Teknik Analisis Data..... | 36 |
| 3.9 Teknik Keabsahan Data | 37 |
| Gambar 3. 1 Bagan triangulasi | 38 |
| BAB IV | 41 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 41 |
| 4.1.1 Deskripsi Informan dan Observasi Media Sosial Tiktok Zalora | 41 |
| Tabel 4. 1 Deskripsi Informan Penelitian..... | 42 |
| 4.1.2 Analisa Data | 44 |
| 4.2 Pembahasan..... | 68 |
| BAB V | 72 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 72 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 72 |

| | | |
|--|------------------------------|----|
| 5.2 | Saran..... | 72 |
| 5.2.1 | Saran Akademis..... | 72 |
| 5.2.2 | Saran Praktis..... | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 73 |
| LAMPIRAN..... | | 77 |
| Lampiran 1 Draf Pertanyaan Informan Ahli..... | | 77 |
| Lampiran 2 Draf Pertanyaan Informan Pendukung 1 & 2..... | | 77 |
| Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan Ahli 1..... | | 78 |
| □ | Narasumber: Aziz..... | 78 |
| □ | Tempat: Kantor Digiwork..... | 78 |
| Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan Pendukung 1..... | | 82 |
| □ | Narasumber: Jeni Amanda..... | 82 |
| Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan Pendukung 2..... | | 85 |
| □ | Narasumber: Lia Amelya..... | 85 |