

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Kajian Teoritis.....	15
2.1.1 Teori Dramatisme Kenneth Burke	15
2.1.1.1 Elemen-elemen Pentad Dramatistik.....	15
2.2 Kajian Konseptual.....	17
2.2.1 Konsep <i>Identitas Brand (Brand Identity)</i>	17
2.2.2 Strategi Branding di Era Digital.....	18
2.2.3 Platform TikTok sebagai Media Branding.....	19
2.2.4 Media Sosial	20
2.2.5 TikTok	21
2.2.6 Konten	21
2.2.7 Perspektif Dramatisme dalam Branding	22
2.3 Penelitian Terdahulu.....	23
2.4 Kerangka Berpikir	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian.....	36

3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	37
3.3.1 Subjek Penelitian.....	37
3.3.2 Objek Penelitian	37
3.4 Lokasi Penelitian	38
3.5 Informan Penelitian	38
3.6 Metode Pengumpulan Data	39
3.6.1 Data Primer.....	39
3.6.2 Data Sekunder	40
3.7 Metode Analisis Data	41
3.8 Uji Keabsahan Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Konstruksi Identitas Brand BBQ Mountain Boys melalui Konten TikTok.....	44
4.1.1 Analisis Act (Tindakan) dalam Konten TikTok BBQ Mountain Boys	45
4.1.2 Scene (Latar) sebagai Elemen Penguatan Narasi Brand.....	46
4.1.3 Agent (Pelaku) sebagai Representasi Nilai Brand.....	47
4.1.4 Agency (Cara) dalam Penyampaian Pesan Brand	48
4.1.5 Purpose (Tujuan) dalam Konstruksi Identitas Brand.....	50
4.1.6 "Farm to Table" sebagai Manifestasi Identitas Brand BBQ Mountain Boys....	52
4.2 Pembahasan	56
4.2.1 Konstruksi Identitas Brand BBQ Mountain Boys melalui Konten TikTok.....	56
4.2.2 Manifestasi Elemen-Elemen Dramatisme dalam Strategi Konten TikTok BBQ Mountain Boys.....	58
4.2.3 Kontribusi Narasi dalam Menciptakan Diferensiasi dan Koneksi Emosional...	60
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	63
5.2.1 Saran Teoritis	63
5.2.2 Saran Praktis	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	67