

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	11
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	11
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	12
1.3.1 Maksud Penelitian.....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis	13
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	15
2.1 Tinjauan Pustaka.....	15
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	15
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	17
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi	17
2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi	18
2.1.2.3 Proses Komunikasi	20
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi.....	22
2.1.3 Tinjauan Komunikasi Digital	22
2.1.3.1 Tinjauan Komunikasi Pemasaran.....	24
2.1.3.2 Model Komunikasi Digital	25
2.1.3.3 Tujuan Komunikasi Digital	26
2.1.3.4 Digital Marketing	28
2.1.4 Tinjauan Tentang Media Sosial	29
2.1.4.1 Pengertian Media Sosial.....	29
2.1.4.2 Karakteristik Media Sosial	30
2.1.5 Tinjauan Tentang TikTok	32
2.1.5.1 Pengertian TikTok.....	32
2.1.5.2 Pengertian Siaran Langsung TikTok.....	36
2.1.5.3 Pengertian Tentang Konten	36
2.1.6 Tinjauan Minat Beli	37
2.2 Kerangka Pemikiran	38

BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Desain Penelitian	42
3.2 Informan Penelitian.....	44
3.2.1 Informan Kunci	45
3.2.2 Informan Pendukung	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.3.1 Studi Pustaka.....	47
3.3.2 Studi Lapangan.....	47
3.4 Uji Keabsahan.....	48
3.4.1 Teknik Analisa Data.....	50
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	52
3.5.1 Lokasi Penelitian.....	52
3.5.2 Waktu Penelitian	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Analisis Objek Penelitian.....	54
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	56
4.1.1.1 Sejarah Epidemic Streetwear.....	56
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	57
4.1.1.3 Logo Epidemic Streetwear	58
4.1.1.4 Gambaran Akun TikTok Epidemic Streetwear	59
4.1.2 Deskripsi Profil Informan	60
4.1.2.1 Informan Kunci	60
4.1.2.2 Informan Pendukung	64

4.1.3 Analisis Hasil Wawancara	68
4.1.3.1 Pull Strategy Epidemic Streetwear Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Minat Beli Followers	69
4.1.3.2 Push Strategy Epidemic Streetwear Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Minat Beli Followers	76
4.1.3.3 Pass Strategy Epidemic Streetwear Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Minat Beli Followers	78
4.1.3.4 Strategy Komunikasi Pemasaran Digital Epidemic Streetwear Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Minat Beli Followers.....	82
4.2 Pembahasan	84
4.2.1 Pull Strategy Epidemic Streetwear Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Minat Beli Followers.....	84
4.2.2 Push Strategy Epidemic Streetwear Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Minat Beli Followers.....	91
4.2.3 Pass Strategy Epidemic Streetwear Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Minat Beli Followers.....	95
4.2.4 Strategi Digital Epidemic Streetwear dalam Meningkatkan Minat beli Followers.....	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	105

DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	109
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	161