

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.i</b>
LEMBAR PENGESAHAN .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.ii</b>
LEMBAR PERNYATAAN.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.iii</b>
ABSTRAK.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.iv</b>
<i>ABSTRACT</i> .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.v</b>
KATA PENGANTAR .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.vi</b>
DAFTAR ISI.....	<b>1</b>
DAFTAR TABEL.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.xv</b>
DAFTAR GAMBAR .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.xvi</b>
DAFTAR LAMPIRAN.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.xvii</b>
BAB I PENDAHULUAN.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.1</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.6</b>
1.2.1 Rumusan Masalah Makro...	<b>Ошибка! Закладка не определена.6</b>
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro ...	<b>Ошибка! Закладка не определена.6</b>
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.7</b>
1.3.1 Maksud Penelitian .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.7</b>
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.7</b>
1.4 Kegunaan Penelitian.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.8</b>
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.8</b>
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.8</b>

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**  
**Ошибка! Закладка не определена.9**

- 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....**Ошибка! Закладка не определена.9**
- 2.2 Tinjauan Pustaka .....**Ошибка! Закладка не определена.10**
  - 2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi**Ошибка! Закладка не определена.10**
    - 2.2.1.1 Definisi Komunikasi**Ошибка! Закладка не определена.10**
    - 2.2.1.2 Tujuan Komunikasi**Ошибка! Закладка не определена.11**
    - 2.2.1.3 Unsur-unsur Komunikasi**Ошибка! Закладка не определена.12**
    - 2.2.1.4 Fungsi Komunikasi**Ошибка! Закладка не определена.15**
  - 2.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran**Ошибка! Закладка не определена.16**
    - 2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran**Ошибка! Закладка не определена.16**
    - 2.2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran**Ошибка! Закладка не определена.16**
    - 2.2.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran**Ошибка! Закладка не определена.17**
  - 2.2.3 Tinjauan Tentang Media Sosial**Ошибка! Закладка не определена.18**
    - 2.2.3.1 Pengertian Media Sosial**Ошибка! Закладка не определена.18**
    - 2.2.3.2 Karakteristik Media Sosial**Ошибка! Закладка не определена.19**
  - 2.2.4 Tinjauan Tentang TikTok.**Ошибка! Закладка не определена.21**
    - 2.2.4.1 Pengertian TikTok**Ошибка! Закладка не определена.21**
    - 2.2.4.2 Pengertian Siaran Langsung TikTok**Ошибка! Закладка не определена.24**
  - 2.2.5 Tinjauan Minat Beli .....**Ошибка! Закладка не определена.25**

2.2.6	Tinjauan Tentang Konsumen	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	26	
2.2.7	Tinjauan Tentang Siaran Langsung ( <i>Live Streaming</i> )	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	27	
2.2.7.1	Konteks ( <i>Context</i> )	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	27	
2.2.7.2	Optimalisasi ( <i>Optimalization</i> )	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	28	
2.2.7.3	Keterikatan ( <i>Engagement</i> )	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	28	
2.2.7.4	Promosi ( <i>Promotion</i> )	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	29	
2.2.7.5	Waktu ( <i>Time</i> )	<b>.....Ошибка! Закладка не определена.</b>	29	
2.2.7.6	Road Map	<b>.....Ошибка! Закладка не определена.</b>	29	
2.3	Kerangka Pemikiran	<b>.....Ошибка! Закладка не определена.</b>	30	
2.3.1	Konteks ( <i>Context</i> )	<b>.....Ошибка! Закладка не определена.</b>	30	
2.3.2	Optimalisasi ( <i>Optimalization</i> )	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	31	
2.3.3	Keterikatan ( <i>Engagement</i> )	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	31	
2.3.4	Promosi ( <i>Promotion</i> )	<b>.....Ошибка! Закладка не определена.</b>	31	
2.3.5	Waktu ( <i>Time</i> )	<b>.....Ошибка! Закладка не определена.</b>	32	
2.3.6	Road Map	<b>.....Ошибка! Закладка не определена.</b>	32	
BAB III METODE PENELITIAN			<b>.....Ошибка! Закладка не определена.</b>	35
3.1	Desain Penelitian	<b>.....Ошибка! Закладка не определена.</b>	35	
3.2	Informan Penelitian	<b>.....Ошибка! Закладка не определена.</b>	36	
3.2.1	Informan Kunci	<b>..Ошибка! Закладка не определена.</b>	37	
3.2.2	Informan Pendukung	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	38	
3.3	Teknik Pengumpulan Data	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	38	
3.3.1	Studi Pustaka	<b>.....Ошибка! Закладка не определена.</b>	38	
3.3.2	Studi Lapangan	<b>...Ошибка! Закладка не определена.</b>	39	

3.4	Uji Keabsahan Data.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	40
3.5	Teknik Analisa Data.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	41
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	43
3.6.1	Lokasi Penelitian	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	43
3.6.2	Waktu Penelitian	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....			<b>Ошибка! Закладка не определена.</b> 45
4.1	Hasil Penelitian .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	45
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	47
4.1.1.1	Sejarah House of Smith	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	47
4.1.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	48
4.1.1.3	Logo House of Smith	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	48
4.1.1.4	Gambaran Akun TikTok House of Smith Bandung	<b>Ошибка!</b>	
		<b>Закладка не определена.</b>	51
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	52
4.1.2.1	Deskripsi Informan Kunci	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	52
4.1.2.2	Deskripsi Informan Pendukung	<b>Ошибка! Закладка не</b>	
		<b>определена.</b>	56
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian ..	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	60
4.1.3.1	Konteks yang Ditetapkan House of Smith Bandung Melalui Konten Siaran Langsung Melalui Media Sosial TikTok Untuk Menarik Minat Beli Konsumen.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	63
4.1.3.2	Optimalisasi yang Dilakukan House of Smith Bandung Melalui Konten Siaran Langsung Untuk Menarik Minat Beli Konsumen	<b>Ошибка!</b>	
		<b>Закладка не определена.</b>	69

4.1.3.3 Bentuk Keterikatan yang Dilakukan House of Smith Bandung Melalui Konten Siaran Langsung Untuk Menarik Minat Beli Konsumen

**Ошибка! Закладка не определена.73**

4.1.3.4 Bentuk Promosi yang Dilakukan House of Smith Bandung Melalui Konten Siaran Langsung Untuk Menarik Minat Beli Konsumen**Ошибка!**

**Закладка не определена.80**

4.1.3.5 Penetapan Waktu yang Dilakukan House of Smith Bandung Terkait Konten Siaran Langsung Untuk Menarik Minat Beli Konsumen**Ошибка!**

**Закладка не определена.83**

4.1.3.6 *Road Map* House of Smith Bandung Terkait Konten Siaran Langsung Untuk Menarik Minat Beli Konsumen**Ошибка!** **Закладка не**

**определена.85**

4.1.3.7 Strategi Komunikasi Pemasaran House of Smith Bandung Melalui Konten Siaran Langsung Untuk Menarik Minat Beli Konsumen**Ошибка!**

**Закладка не определена.87**

4.2 Pembahasan.....**Ошибка! Закладка не определена.87**

4.2.1 Konteks yang Ditetapkan House of Smith Bandung Melalui Konten Siaran Langsung Melalui Media Sosial TikTok Untuk Menarik Minat Beli Konsumen

**Ошибка! Закладка не определена.87**

4.2.2 Optimalisasi yang Dilakukan House of Smith Bandung Melalui Konten Siaran Langsung Untuk Menarik Minat Beli Konsumen**Ошибка!** **Закладка не**

**определена.90**

4.2.3 Bentuk Keterikatan yang Dilakukan House of Smith Bandung Melalui Konten Siaran Langsung Untuk Menarik Minat Beli Konsumen**Ошибка!** **Закладка не**

**определена.92**

4.2.4	Bentuk Promosi yang Dilakukan House of Smith Bandung Melalui Konten Siaran Langsung Untuk Menarik Minat Beli Konsumen	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	94	
4.2.5	Penetapan Waktu yang Dilakukan House of Smith Bandung Terkait Konten Siaran Langsung Untuk Menarik Minat Beli Konsumen	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	96	
4.2.6	<i>Road Map</i> House of Smith Bandung Terkait Konten Siaran Langsung Untuk Menarik Minat Beli Konsumen....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	98	
4.2.7	Strategi Komunikasi Pemasaran House of Smith Bandung Melalui Konten Siaran Langsung Untuk Menarik Minat Beli Konsumen	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	100	
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....			<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	104
5.1	Kesimpulan .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	104	
5.2	Saran.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	106	
DAFTAR PUSTAKA .....			<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	107
LAMPIRAN.....			<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	109
DOKUMENTASI .....			<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	145
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....			<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	152