

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian .....	6
1.2.1 Fokus Penelitian .....	6
1.2.2 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>10</b>
2.1 Kajian Literatur .....	10
2.1.1 Review Penelitian Sejenis .....	10
2.2 Kerangka Konseptual .....	21
2.2.1 Komunikasi .....	21
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	21
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi .....	27

2.2.1.4 Tujuan Komunikasi .....	32
2.2.1.5 Prinsip Komunikasi .....	34
2.2.2 Strategi .....	34
2.2.3 Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Communcation</i> ).....	35
2.2.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	35
2.2.3.2 Fungsi Komunikasi Pemasaran.....	40
2.2.3.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	45
2.2.3.4 Proses Komunikasi Pemasaran.....	47
2.2.4 Pemasaran 4.0.....	49
2.2.5 Pemasaran Konten .....	50
2.2.6 Media Sosial.....	54
2.2.7 TikTok .....	57
2.2.7.1 Fitur-Fitur TikTok .....	58
2.3 Kerangka Teoritis .....	62
2.3.1 Teori AIDA .....	62
2.3.1.1 Pengertian AIDA.....	62
2.3.1.2 Teori AIDA Elias St. Elmo Lewis.....	64
2.3.1.3 Elemen-Elemen AIDA.....	64
2.4 Kerangka Pemikiran .....	66
<b>BAB III SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>69</b>
3.1 Subjek, Objek dan Metodologi .....	69
3.1.1 Subjek Peneltian .....	69
3.2 Objek Penelitian .....	71
3.3 Metodologi Penelitian .....	72
3.3.1 Desain atau Pradigma Penelitian.....	75

3.3.2	Prosedur Pengumpulan Data .....	76
3.3.3	Rancangan Analisis Data .....	78
3.3.4	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	79
3.4	Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian .....	81
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	82
3.5.1	Lokasi Penelitian .....	82
3.5.2	Jadwal Penelitian .....	82
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>84</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	84
4.1.1	Penawaran yang Dilakukan Ratu Kriuk Melalui Live TikTok .....	86
4.1.2	Informatif yang Disampaikan Kepada Konsumen Melalui TikTok ..	90
4.1.3	Membangun <i>Relation</i> (Hubungan) Dengan Konsumen Melalui Live TikTok	96
4.1.4	Menjaga Hubungan Baik Dengan Konsumen Melalui Live TikTok	102
4.2	Pembahasan Penelitian.....	107
4.2.1	Penawaran .....	109
4.2.2	Informatif .....	114
4.2.3	Membangun Relation (Hubungan).....	118
4.2.4	Menjaga Hubungan Baik.....	121
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>126</b>
5.1	Kesimpulan .....	126
5.2	Saran.....	129
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>131</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pemasaran Ratu Kriuk Sebelum Dan Sesudah Penjualan Melalui Tik Tok Live.....	2
Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenisnya.....	13
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian .....	83
Tabel 4.1 Tabulasi Penawaran Yang Dilakukan Oleh Ratu Kriuk.....	88
Tabel 4.2 Tabulasi Cara Informatif Yang Disampaikan Oleh Ratu Kriuk.....	93
Tabel 4.3 Tabulasi Cara Membangun Relasi Antara Ratu Kriuk Dengan Konsumen .....	99
Tabel 4.4 Tabulasi Menjaga Hubungan Baik Antara Ratu Kriuk Dengan Konsumen .....	105

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Akun TikTok Ratu Kriuk.....	5
Gambar 2.2 Proses Komunikasi Pemasaran.....	47
Gambar 4.1 Konten Tik Tok Ratu Kriuk.....	111
Gambar 4.2 Penawaran Saat Live Tik Tok Ratu Kriuk Berlangsung.....	112
Gambar 4.3 Konten Tik Tok Ratu Kriuk .....	115
Gambar 4.4 Konten Tik Tok Ratu Kriuk.....	116
Gambar 4.5 Contoh Strategi Dalam Membangun Relasi Saat Live Tik Tok.....	120
Gambar 4.6 Cuplikan Live TikTok Ratu Kriuk.....	122

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup _____	136
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	138
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara _____	157
Lampiran 4 Surat Perizinan Penelitian dan Surat Persetujuan Dosen Pembimbing.....	158