

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL.....	v
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pernyataan	8
1.2.1 Fokus Penelitian.....	8
1.2.2 Pernyataan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	10
2.1 Kajian Literatur	11
2.1.1 Error! Bookmark not defined.	
2.2 Kerangka Konseptual.....	17
2.2.1 Definisi Komunikasi	17
2.3 Public Relations	18
2.3.1 Peranan 20	
2.3.2 Ruang Lingkup 21	
2.3.3 Fungsi 21	
2.4 22	
2.5 Media Sosial.....	22
2.6 Aplikasi Tiktok	24
2.6.1 Definisi Aplikasi Tiktok	24
2.6.2 Perkembangan TikTok di Indonesia	26
2.6.3 Fitur Tiktok	27
2.7 Error! Bookmark not defined.	
2.7.1 Dasar Pembentuk Personal Branding	29
2.7.2 Fungsi Personal Branding.....	30
2.8 Konten Kreator.....	31
2.9 Kerangka Teoritis.....	32

2.9.1	Teori Personal Branding	32
2.10	Kerangka Pemikiran.....	33
2.10.1	Teori Online Personal Branding (Ryan Frischman)	33
2.10.2	45	
3.1	Subjek Penelitian.....	42
3.2	Objek Penelitian	44
3.3	Metodologi Penelitian	44
3.3.1	Desain/Paradigma Penelitian	49
3.3.2	Prosedur Pengumpulan Data.....	52
3.3.3	Rancangan Analisis Data	54
3.4	Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian	57
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian	58
3.5.1	Lokasi Penelitian.....	58
3.5.2	Jadwal Penelitian	59
	DAFTAR PUSTAKA	vi
	LEMBARAN REVISI	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Pengguna Aktif Bulanan TikTok Global	3
Gambar 1.2 Data Statistik Negara Dengan Jumlah Pengguna Tiktok	4
Gambar 1.3 Profil Akun TikTok @sindiaprnti.....	5
Gambar 2.1 Logo Aplikasi TikTok.....	23
Gambar 3.1 Komponen Dalam Analisis Data (Interactive Model).....	49
Gambar 4.1 Screenshoot konten tiktok skillset	96
Gambar 4.2 Screenshoot konten tiktok aura.....	98
Gambar 4.3 Screenshoot konten tiktok skillset	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	20
Tabel 3.1 Daftar Profil Informan.....	42
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	52