

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	I
ABSTRAK.....	II
ABSTRAK.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR TABEL.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	X
DAFTAR LAMPIRAN.....	XI
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	4
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	5
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1. Kajian Literatur.....	8
2.1.1. Review Penelitian Sejenis.....	8
2.1.2. Kerangka Konseptual.....	11

2.1.3. Kerangka Teoritis.....	32
2.2. Kerangka Pemikiran.....	64
BAB III.....	65
SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	65
3.1. Subjek, Objek, dan Metodologi.....	65
3.1.1. Subjek Penelitian.....	65
3.1.2. Objek Penelitian.....	69
3.1.3. Metodologi Penelitian.....	71
3.1.4. Membuka Akses dan Menjalin hubungan dengan Subjek Penelitian.....	80
3.1.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	83
BAB IV.....	86
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	86
4.1. Hasil Penelitian.....	86
4.1.1. Representasi Tanda Ikon, Indeks, dan Simbol dalam Konten Media Sosial sebagai Pembentuk Identitas dan Brand Personality Rapz Hair Studio.....	86
4.1.2. Kontruksi Pesan Merek dan Nilai - Nilai Brand Personality dalam Konten Digital Rapz Hair Studio melalui pendekatan Seiomutika.....	92
4.1.3. Interpretasi Audiens terhadap Tanda-Tanda Semiotik dan Kontribusinya dalam Pembentukan Persepsi Brand Personality Rapz Hair Studio.....	103
4.2. Pembahasan.....	112
4.2.1. Pembahasan Berdasarkan Informan Ahli (Owner Rapz Hair Studio)	

.....	112
4.2.2. Pembahasan Berdasarkan Informan Ahli (Social Media Specialist Rapz Hair Studio).....	116
4.2.3. Pembahasan Berdasarkan Informan Pendukung (Audiens/Pengikut Rapz Hair Studio).....	120
BAB V.....	125
KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
5.1. Kesimpulan.....	125
5.2. Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN.....	133