

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
RINGKESAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.4.2 Kegunaan Penelitian	8
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Kajian Literatur	10
2.1.1 <i>Review</i> Penelitian Sejenis	10
2.2 Kerangka Konseptual	22
2.2.1 Komunikasi.....	22
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	24
2.2.3 Promosi.....	27
2.2.4 <i>Brand Ambassador</i>	32
2.2.5 <i>New Media</i>	35

2.2.6	Media Sosial	39
2.2.7	TikTok	40
2.2.8	<i>Brand Awareness</i>	44
2.3	Kerangka Teoritis	48
2.4	Kerangka Pemikiran	50
BAB III		53
SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN		53
3.1	Subjek Penelitian	53
3.2	Objek Penelitian	55
3.2.1	Gambaran Umum Wardah <i>Beauty</i>	56
3.2.2	Tagline Wardah <i>Beauty</i>	58
3.2.3	Visi dan Misi Wardah <i>Beauty</i>	58
3.3	Metodologi Penelitian	59
3.3.1	Desain/Paradigma Penelitian	60
3.3.2	Prosedur Pengumpulan Data	62
3.3.3	Rancangan Analisis Data	63
3.3.4	Kredibilitas dan Kepercayaan Hasil Penelitian	65
3.4	Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian	68
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian	68
3.5.1	Lokasi Penelitian	68
3.5.2	Jadwal Penelitian	69
BAB IV		71
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		71
4.1	Hasil Penelitian	71
4.1.1	Strategi <i>Attention</i> (Menarik Perhatian) dalam Promosi <i>Online Brand Ambassador</i> Wardah Beauty di Media Sosial Tiktok	73
1.	Strategi <i>Interest</i> (Membangun Ketertarikan) dalam Promosi <i>Online Brand Ambassador</i> Wardah Beauty di Media Sosial Tiktok	79
4.1.2	Strategi <i>Search</i> (Mencari) Informasi Mengenai Produk Wardah dalam Promosi <i>Online Brand Ambassador</i> Wardah Beauty di Media Sosial Tiktok	85

4.1.3	Strategi <i>Action</i> (Tindakan) yang Mendorong Audiens Melakukan Pembelian dalam Promosi <i>Online Brand Ambassador</i> Wardah Beauty di Media Sosial di Tiktok	91
4.1.4	Strategi <i>Share</i> (Membagikan, Mengomentari dan Merekomendasikan) Produk dalam Promosi <i>Online Brand Ambassador</i> Wardah Beauty di Media Sosial Tiktok.....	98
4.2	Pembahasan	103
4.2.1	Strategi <i>Attention</i> (Menarik Perhatian) dalam Promosi <i>Online Brand Ambassador</i> Wardah Beauty di Media Sosial Tiktok.....	105
4.2.2	Strategi <i>Interest</i> (Membangun Ketertarikan) dalam Promosi <i>Online Brand Ambassador</i> Wardah Beauty di Media Sosial Tiktok.....	107
4.2.3	Strategi <i>Search</i> (Mencari) Informasi Mengenai Produk Wardah dalam Promosi <i>Online Brand Ambassador</i> Wardah Beauty di Media Sosial Tiktok	110
4.2.4	Strategi <i>Action</i> (Tindakan) yang Mendorong Audiens Melakukan Pembelian dalam Promosi <i>Online Brand Ambassador</i> Wardah Beauty di Media Sosial Tiktok	112
4.2.5	Strategi <i>Share</i> (Membagikan, Mengomentari, dan Merekomendasikan) Produk dalam Promosi <i>Online Brand Ambassador</i> Wardah Beauty di Media Sosial Tiktok.....	115
BAB V	117
KESIMPULAN DAN SARAN	117
1.1	Kesimpulan.....	117
1.2	Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA	123

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis	14
Tabel 3.1 Data Informan	54
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	52
Gambar 3.1 Logo Wardah beauty	56
Gambar 3.2 Alur Model Analisis Data Menurut Sugiyono.....	64
Gambar 3.3 Sumber Data	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup.....	127
Lampiran 2 Surat Permohonan Penelitian	128
Lampiran 3 Pedoman Wawancara Informan Inti	129
Lampiran 4 Pedoman Wawancara Informan Pendukung.....	130
Lampiran 5 Pedoman Wawancara Informan Akademis	131
Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara Informan Inti	132
Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara Informan Pendukung	133
Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara Informan Akademis.....	135
Lampiran 9 Lembar Persetujuan Perbaikan.....	136