

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	12
1.1 Latar Belakang.....	12
1.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian.....	22
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Tinjauan Teori.....	23
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.1.2 Typical Person Endorser.....	24
2.1.3 Trusworthiness.....	25
2.1.4 Word Of Mouth (WOM) Marketing.....	26
2.1.5 TikTok.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Kerangka Berpikir.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Metode Penelitian.....	38
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	38
3.2.1 Subjek Penelitian.....	38
3.2.2 Objek Penelitian.....	38
3.3 Pengumpulan Data.....	39
3.4 Teknik Analisis Data.....	40
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	40
3.6 Unit Analisis Penelitian.....	40
3.7 Informan Kunci.....	41
3.8 Informan Pendukung.....	43

3.9	Karakteristik Informan.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Hasil Wawancara.....	48
4.1.1	Isi Komunikasi.....	48
4.1.2	Bentuk Kreatif Pesan.....	63
4.2	Pembahasan.....	85
4.2.1	Isi Komunikasi.....	86
4.2.2	Bentuk Kreatif Pesan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran.....	99
5.2.1	Saran Akademis.....	100
5.2.2	Saran Praktis.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....		101
LAMPIRAN.....		104