

Daftar Isi

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
Daftar Isi	vii
DAFTAR GAMBAR	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	4
1.5.2 Kegunaan Praktis	4
1.6 Waktu dan Periode	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Media Sosial	6
2.1.1 Fungsi Media Sosial.....	6
2.2 YouTube	7
2.3 <i>Brand Recognition</i>	9
2.4 Penelitian Terdahulu.....	10
2.5 Kerangka Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Metode Penelitian.....	18
3.2 Paradigma Penelitian	18
3.3 Subjek Objek Penelitian	19
3.3.1 Subjek Penelitian	19

3.3.2 Objek Penelitian.....	19
3.4 Lokasi Penelitian	19
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	20
3.6 Informan	21
3.7 Pengumpulan Data Penelitian.....	21
3.7.1 Observasi	21
3.7.2 Wawancara.....	22
3.7.3 Dokumentasi.....	22
3.8 Teknik Analisis Data	22
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	23
BAB IV	24
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Informan Penelitian	24
4.2 Hasil Penelitian.....	26
4.2.1 <i>Brand Recognition</i>	27
4.3 Pembahasan	29
4.3.1 <i>Brand Recognition</i>	30
BAB V	35
KESIMPULAN DAN SARAN.....	35
5.1 Kesimpulan.....	35
5.2 Saran Untuk JalanDakwah Tv	35
DAFTAR PUSTAKA.....	36