

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HASIL PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Praktis	9
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	9
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Teori Paradigma Naratif	10
2.1.2 Brand.....	11
2.1.3 Brand Personality.....	13
2.1.4 Emotional Branding	16
2.1.5 Media Sosial	17
2.1.6 TikTok	18
2.1.7 Konten.....	19
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Metode Penelitian	25
3.2 Paradigma Penelitian	26

3.3 Subjek dan Objek Penelitian	27
3.3.1 Subjek Penelitian	27
3.3.2 Objek Penelitian.....	27
3.4 Unit Analisis Data.....	27
3.5 Objek Analisis	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6.1 Observasi	29
3.6.2 Dokumentasi	30
3.7 Teknik Analisis Data	30
3.8 Teknik Keabsahan Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum.....	33
4.1.1 Brand Rucas	33
4.1.2 Gambaran Umum Sampel Video	37
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Karakter Alur Cerita dalam Konten Makeover Rucas di TikTok.....	50
4.2.2 Representasi Nilai-Nilai Sosial oleh Rucas melalui Konten Makeover di TikTok	54
4.2.3 Pembentukan Brand Personality dalam Konten Makeover TikTok Rucas....	56
4.3 Pembahasan	59
BAB V PENUTUP.....	64
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	72