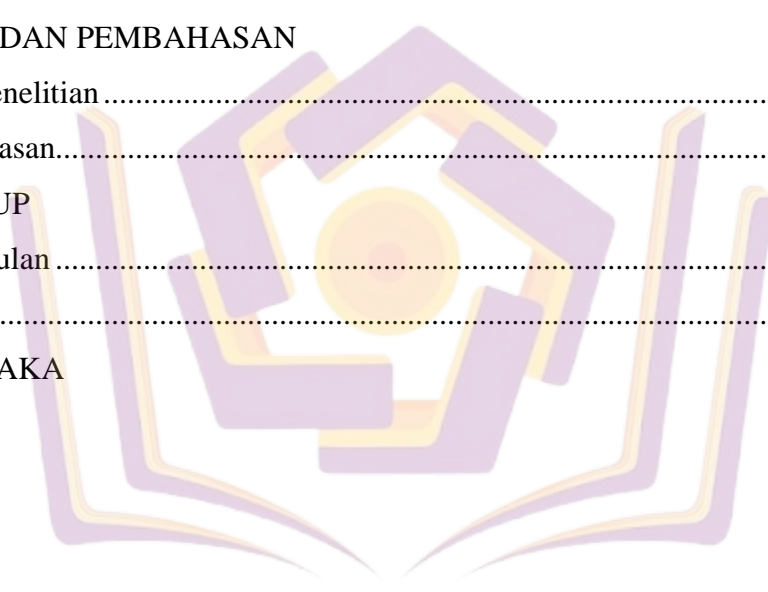


DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	11
1. Komunikasi	11
2. <i>Computer Mediated Communication</i>	15
3. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	24
4. Teori Pemrosesan Informasi Sosial.....	28

5. Media Sosial.....	30
B. Penelitian Sebelumnya.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Metode Pengumpulan Data.....	47.
C. Informan.....	48
D. Sumber Data.....	49
E. Uji Keabsahan Data	50
F. Konsep Penelitian	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	52
B. Pembahasan.....	94
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	107
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 2.3 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Data Informan	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Tiktok Di Dunia.....	3
Gambar 1.2 Live dan komentar tiktok The Originote.....	4
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4.1 Logo The Originote.....	45
Gambar 4.2 Profil tiktok The Originote.....	47
Gambar 4.3 Produk The Originote.....	49
Gambar 4.4 Komentar pengguna tiktok di akun The Originote.....	60
Gambar 4.5 Konten The Originote yang memperlihatkan detail produknya.....	71
Gambar 4.6 Produk The Originote menjadi dominan di tiktok shop.....	73
Gambar 4.7 Komentar pengguna tiktok yang menggunakan emotikon.....	74
Gambar 4.8 Komentar pengguna tiktok saling berbalas komentar.....	76
Gambar 4.9 Live tiktok The Originote.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan

Lampiran 2. Pedoman Wawancara

Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara

