

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	i
<b>TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI</b> .....	i
<b>TANDA PENGESAHAN SIDANG SEMINAR SKRIPSI</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Secara Teoritis.....	3
1.4.2 Secara Praktis .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	4
2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
2.2 Landasan Teoritis .....	7
2.2.1 Teori S-O-R.....	7
2.2.2 <i>Digital Marketing</i> .....	8
2.2.3 <i>New Media</i> .....	8
2.3 Landasan Konseptual.....	9
2.3.1 Promosi .....	9
2.3.2 Media Sosial.....	10
2.3.3 Konten Tiktok .....	10
2.3.4 <i>Marketing Public Relations</i> .....	11
2.3.5 Kuantitas Penjualan.....	12
2.3.6 <i>Misora Official Brand</i> .....	12
2.3.7 Kerangka Pemikiran.....	13
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	14
3.1 Paradigma Penelitian .....	14
3.2 Metode Penelitian.....	14
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	15

3.3.1	Jenis Penelitian.....	15
3.3.2	Jenis Data .....	15
3.3.3	Sumber Data.....	15
3.4	Teknik Pemilihan Informan.....	16
3.4.1.	Key Informan.....	16
3.4.2.	Informan Pendukung Penelitian.....	17
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	17
3.6	Uji Keabsahan Data.....	18
3.7	Teknik Analisis Data .....	19
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>21</b>
4.1	Subjek Penelitian .....	21
4.1.1	Gambaran Umum Misora <i>Official Brand</i> .....	21
4.1.2	Visi dan Misi Misora <i>Official Brand</i> .....	22
4.1.3	Logo Misora <i>Official Brand</i> .....	22
4.1.4	Makna Logo .....	23
4.1.5	Produk Misora <i>Official Brand</i> .....	23
4.1.6	Keunggulan Produk Misora <i>Official Brand</i> .....	26
4.2	Hasil Penelitian.....	27
4.2.1	Penyajian Data .....	28
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>		<b>37</b>
5.1	Pembahasan .....	37
<b>BAB VI SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>43</b>
6.1	Simpulan.....	43
6.2	Saran.....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>45</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>		<b>47</b>

