



DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
GLOSARIUM	xii
INTISARI	1
I. PENDAHULUAN	2
1. 1. Latar Belakang	2
1. 2. Rumusan Masalah	5
1. 3. Tujuan Penelitian	6
1. 4. Manfaat Penelitian	6
1. 3. 1 Manfaat Teoritis	6
1. 3. 2 Manfaat Praktis.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	8
2. 1. Tinjauan Pustaka.....	8
2. 1. 1. Media Sosial dan Konten Edukasi.....	8
2. 1. 2. Tiktok Sebagai Media Membangun <i>Branding</i> dan Membentuk <i>Brand Awareness</i>	12
2. 1. 3. Analisis Isi	15
2. 2. Justifikasi Penelitian	16
2. 3. Kerangka Berpikir.....	19
III. METODOLOGI PENELITIAN	22
3. 1. Metode Penelitian	22
3. 2. Jenis dan Sumber Data.....	23
3. 3. Teknik Pengumpulan Data.....	23
3. 4. Pembatasan Masalah.....	24
3. 5. Definisi Operasional	24



3. 6.	Teknik Analisis Data	27
3. 7.	Uji Keabsahan Data dan Hasil Uji Reliabilitas antar <i>Coder</i>	28
IV.	PROFIL INFARM DAN PROFIL TIKTOK INFARM.ID	31
4. 1.	Profil Perusahaan PT Kayuan Infarm Indonesia	31
4. 2.	Profil Tiktok @Infarm.id	36
V.	KONTEN EDUKASI DI TIKTOK INFARM.ID	41
5. 1.	Analisis Isi Konten Edukasi Tiktok @Infarm.Id	41
5. 2.	Analisis Isi Konten pada Unit Analisis Aspek Edukasi.....	44
5. 3.	Analisis Isi Konten Pada Unit Analisis Dimensi Konten	49
VI.	BRANDING TIKTOK @INFARM.ID SEBAGAI MEDIA EDUKASI BERKEBUN.....	54
6. 1.	Analisis Konten Edukasi Tiktok @Infarm.id pada Unit Analisis Komponen <i>Branding</i>	54
6. 2.	Isi pesan Konten Edukasi Tiktok @Infarm.id	62
VII.	PENUTUP	66
7. 1.	Kesimpulan	66
7. 2.	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN		73