

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR BAGAN .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	8
E. Kerangka Pemikiran .....	9
F. Langkah-Langkah Penelitian .....	16
1. Lokasi Penelitian .....	16
2. Paradigma dan Pendekatan .....	16
3. Metode Penelitian .....	17
4. Jenis dan Sumber Data .....	18
5. Informan dan Unit Analisis .....	20
6. Teknik Pengumpulan Data .....	21
7. Teknik Penentuan Keabsahan Data .....	22
8. Teknik Analisis Data .....	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	26
A. Hasil Penelitian Terdahulu .....	26
B. Kajian Konseptual .....	30

1. Dakwah.....	30
2. Komunikasi.....	41
3. Iklan.....	51
4. Media Sosial .....	59
C. Kajian Teoritis .....	67
1. Teori Komunikasi Persuasif Joseph A. Devito .....	67
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....	74
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
1. Profil Akeno Multimedia Solutions .....	74
2. Visi dan Misi Akeno Multimedia Solutions.....	75
3. Struktur Organisasi Akeno Multimedia Solutions .....	76
B. Hasil Penelitian.....	79
1. Pemanfaatan Argumen dan Bukti dalam iklan TikTok for Humanity pada kampanye “Bantu Pengungsi Istiqlal Palestina” di TikTok.....	79
2. Penggunaan Daya Tarik Psikologis dalam iklan TikTok for Humanity pada kampanye “Bantu Pengungsi Istiqlal Palestina” di TikTok .....	102
3. Penyusunan Daya Tarik Kredibilitas dalam iklan TikTok for Humanity pada kampanye “Bantu Pengungsi Istiqlal Palestina” di TikTok .....	115
C. Hasil Pembahasan Penelitian.....	124
1. Pemanfaatan Argumen dan Bukti dalam iklan TikTok for Humanity pada kampanye “Bantu Pengungsi Istiqlal Palestina” di TikTok.....	124
2. Penggunaan Daya Tarik Psikologis dalam iklan TikTok for Humanity pada kampanye “Bantu Pengungsi Istiqlal Palestina” di TikTok .....	128
3. Penyusunan Daya Tarik Kredibilitas dalam iklan TikTok for Humanity pada kampanye “Bantu Pengungsi Istiqlal Palestina” di TikTok .....	132
BAB IV PENUTUP.....	134
A. Simpulan.....	134
B. Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA .....	137
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	142

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Informan dan Unit Analisis .....	20
<b>Tabel 2. 1</b> Hasil Penelitian Terdahulu .....	29
<b>Tabel 2. 1</b> Klasifikasi Jenis Iklan .....	55

