

## DAFTAR PUSTAKA

- Allem, J.-P., Dormanesh, A., Chu, M., & Donaldson, S. I. (2023). A thematic analysis of Puff Bar-related content on TikTok. *Substance Use & Misuse*, 58(8), 975–980. <https://doi.org/10.1080/10826084.2023.2201837>
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Błaszczuk, M., & Gradowska, J. (2023). Promotion of brands and products on social media based on the analysis of TikTok. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 11(4), 06–12. <https://doi.org/10.18510/hssr.2022.1142>
- Brooks, R., Christidis, R., Carah, N., Kelly, B., Martino, F., & Backholer, K. (2022). Turning users into ‘unofficial brand ambassadors’: marketing of unhealthy food and non-alcoholic beverages on TikTok. *BMJ Global Health*, 7(6), e009112. <https://doi.org/10.1136/bmjgh-2022-009112>
- Elsa Selvia Febrian, E. R. A. S. M. A. D. A. (n.d.). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*.
- Endarwati, E. T., & Ekawarti, Y. (2021). menganalisis efektifitas penggunaan sosial media TikTok sebagai media promosi ditinjau dari persepektif buying behaviors. *Mandar: Management Development and Applied Research Journal*, 4, 112–120.
- Hidayatur rafiqoh, P. A. (2020). Marketing Communication of South Kalimantan Shari’ah Bank branch of Kayutangi In Attracting Customers’ Interests. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 11(1), 35. <https://doi.org/10.18592/at-taradhi.v11i1.3555>
- Hutamy, E. T., Swartika, F., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). PERSEPSI PESERTA DIDIK TERHADAP PEMANFAATAN TIK

TOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN. *Jurnal Pendidikan Dompot Dhufa*, 11(1), 21–26.

<http://prosiding.rcipublisher.org/index.php/prosiding/article/view/294>

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18.

<https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>

Liu, L. (2022). Social Media Marketing Strategy - The Case of Tik Tok. *Highlights in Business, Economics and Management*, 2, 147–153.

<https://doi.org/10.54097/hbem.v2i.2353>

Made Arini Hanindharputri, I. K. A. M. P. (2019). Peran Influencer dalam Strategi Meningkatkan Promosi dari Suatu Brand. *Sandyakala : Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, Dan Desain*, 1(<https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandyakala/issue/view/Seminar%20nasional%20sandyakala%20FSRD%20ISI%20Denpasar>), 9. <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandyakala/article/view/73>

Made Rest Handika, G. S. D. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(<https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/issue/view/52>), 12.

<https://doi.org/https://doi.org/10.38043/jmb.v15i2.601>

Meliawati, T., Gerald, S. C., & Akhmad Edhy Aruman. (2023). The Effect of Social Media Marketing TikTok and Product Quality Towards Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 8(1), 77–92.

<https://doi.org/10.29244/jcs.8.1.77-92>

Melinda, E. (2023). Strategi Medcom.Id Dalam Mengelola Media Sosial Tiktok Guna Meningkatkan Audience Engagement. *Universitas Nasional*.

<http://repository.unas.ac.id/id/eprint/7068>

Muhamad, H., Syahrial, H., Iesyah, R., SittiZuhaerah, T., CecepUcu, R., Khairani, T., & Harahap. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*.

<https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/182>

Mussa, M. (2023). The Impact of TikTok Influencers on TikTok Users' Online Buying Decisions in Egypt. *The Academic Journal of Contemporary Commercial Research*, 3(2), 1–17.

<https://doi.org/10.21608/ajccr.2023.304705>

Ogah, A. I., & Abutu, D. O. (2022). Theoretical analysis on persuasive communication in advertising and its application in marketing communication. *EJOTMAS: Ekpoma Journal of Theatre and Media Arts*, 8(1–2), 313–331. <https://doi.org/10.4314/ejotmas.v8i1-2.17>

Oktavi Khalifaturofi'ah, S., Wulandari, D. A., & Inayah, Z. (2023). PELATIHAN DIGITAL MARKETING DENGAN MENGGUNAKAN TIKTOK BAGI MASYARAKAT DI KOTA SIDOARJO. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 214–220.

<https://doi.org/10.55681/swarna.v2i2.344>

Pardianti, M. S., & S, V. V. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 187–210.

<https://doi.org/10.37817/ikon.v27i2.1905>

Radovanović, B. (2022). TikTok and Sound: Changing the ways of Creating, Promoting, Distributing and Listening to Music. *INSAM Journal of Contemporary Music, Art and Technology*, 9, 51–73.

<https://doi.org/10.51191/issn.2637-1898.2022.5.9.51>

Ramadhani, K. R., & Faridah, F. (2023). Analysis of the Content of Communication Messages by Tiktok Video Content on Vina Muliana's Account in Entering the World of Work. *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah*

*Universitas Trunojoyo*, 16(2), 297–311.

<https://doi.org/10.21107/pamator.v16i2.19648>

Riyadi, S., Susilo, D., Armawati Sufa, S., & Dwi Putranto, T. (2019). DIGITAL MARKETING STRATEGIES TO BOOST TOURISM ECONOMY: A CASE STUDY OF ATLANTIS LAND SURABAYA. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(5), 468–473. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7553>

Rosário, A. T., & Dias, J. C. (2023). Marketing Strategies on Social Media Platforms. *International Journal of E-Business Research*, 19(1), 1–25. <https://doi.org/10.4018/IJEBR.316969>

Rosenthal, B. (2023). Marketing no caleidoscópio do TikTok. *GV-EXECUTIVO*, 22(2). <https://doi.org/10.12660/gvexec.v22n2.2023.89257>

Setiani, I., Syafitri, D., Amalia, S. H., & Meylinda, M. (2023). Tiktok Social Media-Based Marketing Strategy to Increase MSMEs Product Sales Among Students in the Industrial Revolution Era 4.0. *FINGER : Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 2(1), 13–18. <https://doi.org/10.58723/finger.v2i1.119>

Shopee. (2023). *Mau Dapat Penghasilan Puluhan Juta Perbulan? Nazwa Adinda Spill Tips Nya! | Shopee Affiliates*. YouTube Shoppe Indonesia. <https://www.youtube.com/watch?v=wJaxo2DMva4>

Siew Chein Teo, Wan Ying Tee, & Tze Wei Liew. (2023). EXPLORING THE TIKTOK INFLUENCES ON CONSUMER IMPULSIVE PURCHASE BEHAVIOUR. *International Journal of Business and Society*, 24(1), 39–55. <https://doi.org/10.33736/ijbs.5600.2023>

Srisusilawati, P., Ibrahim, M. A., & Ganjar, R. (2019). Komunikasi Pemasaran Syariah Dalam Minat Beli Konsumen. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 9(1), 65. [https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9\(1\).65-71](https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9(1).65-71)

Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan

Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM : Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>

Tantomi, I. (2023). *Mau Untung Besar Lewat Shopee Affiliate Program? Tasya Farasya Bagikan Rahasiannya!* Fimela.Com.  
<https://www.fimela.com/lifestyle/read/5285232/mau-untung-besar-lewat-shopee-affiliate-program-tasya-farasya-bagikan-rahasiannya>

Wahid, R., Karjaluoto, H., Taiminen, K., & Asiati, D. I. (2023). Becoming TikTok Famous: Strategies for Global Brands to Engage Consumers in an Emerging Market. *Journal of International Marketing*, 31(1), 106–123.  
<https://doi.org/10.1177/1069031X221129554>

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.  
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>

Xie, Y. (2023). Research on the Development Strategy of TikTok Based on the Perspective of SWOT Analysis Method. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 3(1), 254–260.  
<https://doi.org/10.54254/2754-1169/3/2022791>

**LAMPIRAN**  
**HASIL CODING 50 VIDEO TERPILIH**

No	Tema video	Ket. Isi video	Coding	Viewers	Like
1.	“difoto vs aslinya “edisi cargo under 100k	Review beberapa produk, rekomendasi, try on, deskripsi harga dan produk	AIDA	286,2K	80,6 K
2.	Rekomendasi kebaya hitam	Rekomendasi outfit kondangan/ acara formal, try on, deskripsi, low budget	AIDA	611,6K	139,7K
3.	Emang boleh semurah ini? @HL. OUTFIT	Rekomendasi store outfit murah di bali nunjukin berbagai baju dan harga	AIDA	43,3K	7,372K
4.	Bikin outfit tapi dipilih filter tiktok Part 3	OOTD, rekomendasi gaya baju hasil filter tiktok. Menggunakan wardrobe sendiri, tidak ada link	AI	770,7K	124,9K
5.	Trendy outfit ngampus	Rekomendasi OOTD ngampus, try on, link penjualan	AIDA	96,8K	8,243K
6.	Beli barang random part 1	Haul barang random difyp tiktok, styling outfit link penjualan	AIA	433,3K	48K
7.	Oufit kondangan ratusan ribu rasa jutaan ?!	Rekomendasi Review pakaian baju kondangan dengan beberapa model dgn harga murah	AIDA	625,8K	97,8K
8.	Rekomendasi kebaya untuk wisuda	Review baju kebaya dengan baju warna yg cantik,harga terjangkau	AIDA	312,1K	33,2K
9.	Rating outfit di bali	Menampilkan banyak pakaian nya saat di bali, dan rate personal (review pakaian) dan menambahkan link penjualan di caption.	AIA	396,2K	36,6K

10.	Di foto vs aslinya Edisi antimainstream jeans	Review pakaian jeans dan mix n match, deskripsi produk dan menambahkan link penjualan di caption.	AIDA	281,9K	29,4K
11.	Mau ke bali? wajib dateng ke store ini!! @TOKOGURLBUCKET	Rekeomndasi toko baju murah, nunjukin berbagai baju, try on dan promosi toko di caption	AIDA	786,9K	103,7K
12.	Join trend sound baru & lipsing Edisi bali	Join trend sound Lipsing Menunjukkan outfit cantik di bali.	AI	692,6K	86,5K
13.	Join trend sound joget edisi bali	Join trend sound joget Menunjukkan outfit cantik di bali	AI	647,7K	84K
14.	join trend sound baru & joget	Join trend sound Joget Bersama teman dan outfit cantik	AI	183,6K	11,7K
15.	Join trend sound baru & lipsing	Join trend sound Lipsing Bersama teman, outfit cantik	AI	232,8K	22,6K
16.	Join trend sound joget	Join trend sound joget Memakai outfit gemasnya	AI	368K	32,5K
17.	Join trend sound baru & lipsing	Join trend sound lipsing Pakai outfit mantai yg cantik	AI	504,1K	43,3K
18.	Join trend jawline	Join trend sound dan interaksi dengan penonton	AI	2,5JT	116K
19.	Rekomendasi kebaya kutu baru under 100k	Rekomendasi, Review beberapa outfit kebaya dengan harganya dan menambahkan link penjualan di caption.	AIDA	637,9K	62,3K
20.	Join trend sound baru &joget	Join trend sound joget outfit bali cek	AI	288,2K	13,2K

21.	Join trend sound baru lipsing	Join trend sound lipsing dan outfit cantik	AI	2,5JT	378,4K
22.	Unboxing time Kebaya edition	Unboxing paket kebaya & Rekomendasi kebaya, deskripsi harga dan menambahkan link penjualan di caption.	AIDA	3,7JT	313K
23.	Rekomendasi knitwear under 100k	Rekomendasi knitwear, dengan review baju & harga murah dan menambahkan link penjualan di caption.	AIDA	949,4K	103,1K
24.	Bikin outfit tapi dipilih filter tiktok Part 2	OOTD, rekomendasi gaya baju hasil filter tiktok. Lengkap dari atas sampai bawah	AI	2,4JT	249,6K
25.	Difoto vs aslinya Edisi jeans unik	Mencoba berbagai jeans dan match atas dan review produk	AIDA	985,4K	117,8K
26.	Bikin outfit tapi dipilih filter tiktok Part 1	OOTD, rekomendasi gaya baju hasil filter tiktok. Lengkap dari atas sampai bawah	AI	2,5JT	211,2K
27.	Join trend sound lipsing Wibawa mazda	Konten Wibawa mazda menunjukkan bentuk hasil kesuksesan membawa mobil baru nya.	AI	953,6K	86,1K
28.	Daily outfit yang worth it di beli	Rekomendasi berbagai baju dengan review produk dan menambahkan link penjualan.	AIDA	604,6K	70,4K
29.	Join trend sound lipsing	Join trend sound lipsing dan outfit cantik	AI	962,2K	128,3K
30.	Monochrome outfit low budget ver.	Styling outfit cakep dengan budget murah disertakan link penjualan di caption	AIA	607,1K	37,2K
31.	Join trend sound joget	Join trend sound joget sama teman dengan outfit cantik	AI	1,2JT	89,5K
32.	Di foto vs aslinya Edisi cute daily outfit	Rekomendasi outfit, deskripsi produk difoto vs aslinya, menambahkan link penjualan	AIDA	356,2K	26,9K



33.	Join trend sound joget	Join trend sound joget sama temen dengan outfit gemas	AI	1,2JT	81,4K
34.	Join trend sound joget	Join trend sound joget dngn outfit cantik	AI	325,8K	19,5K
35.	Recreate jennie outfit	Styling baju ala jennie outfit	AI	439,4K	19,4K
36.	Styling baju ala jennie outfit	Styling baju ala jennie outfit ver Nazwa, disertakan link bio penjualan di caption	AIA	684,3K	46,7K
37.	Best buy 2024 yang wajib kalian punya	Rekomendasi jaket uv & mix n match outfit, review Produk, deskripsi produk	AIDA	274,8K	16,2K
38.	Jujur outfit mana yg paling gemas	Interaksi dngn pengikut edisi pilihan beberapa ootd gemas, menyertakan link penjualan di caption	AIA	443,4K	22,7K
39.	Join trend outfit dress merah	Styling outfit trend outfit dres merah & review produk, dan link penjualan	AIDA	4,8JT	639,8K
40.	Join trend sound joget	Join trend sound joget sama temen dan outfit gemasnya	AI	7,2JT	1,3JT
41.	Outfit kondangan simple	Try on 1 outfit kondangan simple. Hijab vs nonhijab hanya mencantumkan link penjualan.	AIA	427,4K	131, K
42.	Join trend sound joget	Join trend sound joget dngn interaksi dengan pengikut	AI	809,9K	51,5K
43.	The power of corset?!	Rekomendasi corset, dengan mer review produk	AIDA	361,6K	25,4K
44.	Mau hasil catok gini?	Styling rambut ala nazwa dengan, cara pakai catokan dan menyertakan link penjualan di caption	AIA	293,7K	13,2K
45.	Join trend sound joget	Join trend sound joget sama temen dan outfit gemas	AI	2,6JT	148,7K

46.	Difoto vs aslinya Edisi unique dailywear	Review produk dan rekomendasi produk, dan mix n match hijab dan nonhijab	AIDA	1,8JT	132,1K
47.	My fav sweater collection (soft brown edition)	Mix n match outfit daily, try on, dan menyertakan link penjualan	AIA	575,3K	56,6K
48.	Grwm, casual outfit edition with @AVANCE ID	Styling outfit dan rekomendasi sandal low budget, deskripsi produk	AIDA	436,9K	32K
49.	Join trend sound joget	Join trend sound joget sama temen dan outfit gemas	AI	8,6JT	932,1K
50.	Tweed collection from @shopkukai “the power is her”	Styling outfit ala nazwa dan review, rekomendasi outfit elegant look “outer”	AIDA	220,2K	11K

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Asri Kumala

Tempat tanggal lahir : Tangerang, 08 Desember 2002

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Email : [asrikumala81@gmail.com](mailto:asrikumala81@gmail.com)

No. Telp : 085880291496

Alamat : Ds. Lontar Rt 06/Rw 02 Kec.Kemiri  
Kab.Tangerang, Banten

Riwayat Pendidikan : SDN Lontar II (2008-2014)  
SMP Negeri 2 Kemiri (2014-2017)  
SMAN 9 Kab. Tangerang (2017-2020)

## SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Asri Kumala  
Alamat : Ds. Lontar Rt.006/002  
Kec. Kemiri Kab.Tangerang, Banten  
Email : asrikumala81@gmail.com  
Program Studi : Ilmu Komunikasi (*Advertisng*)

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya yang berjudul :

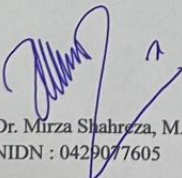
**“ANALISIS TEMATIK KONTEN DI TIKTOK PADA AKUN  
@nazwaadinda\_02 DALAM MEMASARKAN PROODUK FASHION”**

Bahwa karya ilmiah tersebut dapat dipublikasikan ulang dalam bentuk apapun baik di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang maupun di lembaga penerbitan lainnya. Dalam hal proses penerbitannya, saya bersedia mengikuti ketentuan yang berlaku seperti yang terlampir pada surat pertanyaan publikasi ini. Surat pernyataan ini dibuat berdasarkan SK Dekan FISIP Nomor: **002/KEP/III.3.AU/FISIP/X/2018** Tentang Naskah Skripsi yang akan dipublikasi secara internal maupun eksternal dalam jurnal.

Demikian surat peryatan publikasi ini saya buat tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun, semata-mata demi mendorong minat penelitian di lingkungan internal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Tangerang, 12 September 2024

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

  
Dr. Mirza Shahreza, M.I.Kom  
NIDN : 0429077605

Yang Menyatakan,



Asri Kumala  
NPM : 2070201162

**RISALAH PERBAIKAN DRAFT SKRIPSI  
PRODI ILMU KOMUNIKASI UMT  
Tahun 2024**

Perihal : Kronologis Perbaikan Skripsi

Dengan hormat,

Saya mahasiswa prodi ilmu Komunikasi:

Nama : Asri Kumala

NIM : 2070201162

Jurusan : Ilmu Komunikasi (Advertising)

Judul Skripsi : Analisis Tematik Konten Di Tiktok Pada Akun @Nazwaadinda\_02  
Dalam Memasarkan Produk Fashion

Berdasarkan hasil pelaksanaan Sidang Skripsi pada tanggal 4 Agustus 2024, maka draft skripsi saya telah dikoreksi oleh **Penguji 1 dan 2, serta tanggapan Pembimbing**. Berdasarkan penilaian objektif dari kedua penguji, dan telah saya lakukan revisi sesuai dengan koreksi, kritik, arahan, saran, dan masukan dari kedua penguji serta arahan dari pembimbing. Selanjutnya memohon untuk dapat di rekomendasikan oleh Prodi Ilmu Komunikasi untuk dapat mendaftar wisuda sebagai sarjana ilmu komunikasi.

Kronologis penyerahan draft skripsi, komentar dan saran penguji (formulir terlampir), tanggapan pembimbing, serta keterangan perbaikannya dapat disampaikan sebagai berikut :

No	Penguji	Saran/Kritik Penguji	Revisi/Perbaikan dari Mahasiswa
1	Drs. Hamidi M.I.Kom (Penguji 1)  Tanggal Koreksi : 04 Agustus 2024	Buatkan triangulasi berbeda dengan menambahkan gambar komentar di konten Nazwa Adinda karena sebelumnya tidak memakai data wawancara di triangulasi berbeda nya (Saran)	Pada BAB III pembahasan Triangulasi sumber berbeda, sudah saya revisi dengan menambahkan gambar komentar pada konten Nazwa Adinda yang relevan beserta penjelasan komentarnya pada BAB IV Analisis tematik pembahasan.
2	Ade Siti Khaeriah M.I.Kom (Penguji 2)  Tanggal Koreksi : 04 Agustus 2024	Subjek penelitian ini fokus pada akun atau orangnya? Subjek ini fokus ke akun jadi dihapus saja orangnya. (Saran)	Pada BAB III pembahasan mengenai subjek penelitian sudah direvisi dengan menghapus nama Nazwa sendiri melainkan cukup dengan nama akun Nazwa nya saja yang ditetapkan.
3	Ade Siti Khaeriah M.I.Kom (Penguji 2)  Tanggal Koreksi : 04 Agustus 2024	Objek penelitian kamu apa? Objek penelitian itu diisi dengan judul skripsi nya kamu sendiri. (Kritik)	Pada BAB III pembahasan mengenai objek penelitian sudah direvisi dengan mengganti objek penelitian dengan menuliskan judul Skripsi peneliti yaitu Analisis Tematik Konten di Tiktok pada Akun Nazwa Adinda @nazwaadinda_02 Dalam Memasarkan Produk Fashion.

4	Ade Siti Khaeriah M.I.Kom (Penguji 2)  Tanggal Koreksi : 04 Agustus 2024	Di BAB IV tema nya disederhanakan dan AIDA teorinya jadi konten yang mengandung AIDA nya saja yang di Analisa. (Saran)	Pada BAB IV pembahasan mengenai hasil coding dari tema tema yang sebelumnya sudah diperbaiki dengan disederhankan lagi tema nya. Dan temuan pembahasan AIDA sudah di perbaiki dengan fokus konten AIDA nya saja yang akan di perdalam di pembahasan di BAB IV. temuan pembahasan AI, AIA sebelumnya sudah tidak dipakaikan kembali.
---	--	--	---

Berikut ini saya lampirkan perbaikan hasil koreksi draft Skripsi dengan persetujuan (tanda tangan) penguji:

- |               |                             |                          |
|---------------|-----------------------------|--------------------------|
| 1. Penguji 1  | : Drs. Hamidi M.I.Kom       | Tanggal: 04 Agustus 2024 |
| 2. Penguji 2  | : Ade Siti Khaeriah M.I.Kom | Tanggal: 04 Agustus 2024 |
| 3. Pembimbing | : Dr. Mirza Shahreza, M.I.K | Tanggal: 04 Agustus 2024 |

Demikian risalah ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

Tangerang, 04 Agustus 2024

Hormat Saya,

(.....  
Asri Kumala  
.....)



## Proposal Sempro Asri V.2.1 (1).pdf

### ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

14%

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Muhammadiyah Tangerang Student Paper	2%
2	pdfcoffee.com Internet Source	1%
3	ejournal.nusantaraglobal.ac.id Internet Source	1%
4	123dok.com Internet Source	1%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Southville International School and Colleges Student Paper	<1%
7	Submitted to POLIS University Student Paper	<1%
8	jurnalfkip.samawa-university.ac.id Internet Source	<1%
9	www.researchgate.net	



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI DAN PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : ASRI KUMALA  
NPM : 2070201162  
Program studi : Ilmu Komunikasi  
Pembimbing :  
Judul Skripsi : Analisis Konten Tematik



No	TANGGAL	CATATAN	PARAF DOSEN
1.	3 Januari 2023	Pertemuan Pertama Penentuan topik, beajar mendeley dan cara membuat kerangka latar belakang.	
2.	2 Februari 2023	Pertemuan kedua Revisi judul, kerangka latar belakang, dan membuat latar belakang menggunakan AI.	
3.	5 Februari 2024	Pertemuan ketiga (online chat) Revisi Latar belakang dan Penerapan gambar yang kurang tepat. Evaluasi penulisan dan Penerapan gambar.	
4.	7 Februari 2024	Pertemuan keempat (online chat) Revisi Penelitian terdahulu beserta narasinya. Evaluasi Penulisan bagian penelitian terdahulu.	
5.	20 Februari 2024	Pertemuan ke lima (online chat) Revisi narasi, evaluasi Penulisan dgn konten penelitian terdahulu (tema)	





FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI DAN PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Arri Kumala  
NPM : 2070201162  
Program studi : Ilmu Komunikasi  
Pembimbing : Dr. Mirza Shahriza, M.I.K.  
Judul Skripsi : Analisis Tematik Konten di Tiktok  
Bada Akun @nazwaadinda-02 Dalam  
Memasarkan Produk Fashion.



No	TANGGAL	CATATAN	PARAF DOSEN
1.	30 Des 2023	Belajar Mengatitkasi kan Mentory dan mencari Jurnal	
2.	07 Jan 2024	Penyusunan Latar belakang	
3.	09 Jan 2024	Pengertian Sumber / Rebutan	
4.	23 Jan 2024	Koreksi Bab II	
5.	13 Feb 2024	Revisi sub Bab landasan teori	
6.	26 Feb 2024	Koreksi bab III	
7.	12 Mei 2024	Konsultasi Rivalah Perbaikan Sampul	
8.	19 Mei 2024	Konsultasi Penyusunan Coding	
9.	27 Mei 2024	Koreksi Penyusunan Coding	
10.	2 Juni 2024	Koreksi hasil Analisis Coding	
11.	9 Juni 2024	Revisi Coding dan buat kategorisasi	
12.	20 Juni 2024	Koreksi kategorisasi tema	
13.	1 Juli 2024	Penyusunan hasil temuan dan Pembahasan	
14.	10 Juli 2024	Revisi Pembahasan	
15.	15 Juli 2024	Menyusun kesimpulan dan perbaikan Abstrak	
16.	16 Juli 2024	Koreksi kesimpulan dan Abstrak	
17.	25 Juli 2024	Penyusunan pembuatan lampiran	