

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	7
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran yang Efektif.....	8
2.1.3 Media Sosial.....	9
2.1.4 Tiktok.....	10
2.1.5 Penelitian Terdahulu.....	12
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Paradigma Penelitian.....	20
3.2 Metode Penelitian.....	20
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	21
3.3.1 Subjek Penelitian.....	21
3.3.2 Objek Penelitian.....	22
3.4 Lokasi Penelitian.....	22
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	23
3.6 Informan Penelitian.....	23
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	24
BAB IV PEMBAHASAN	29
4.1 Perkembangan Kegiatan Pemasaran Selama Satu Tahun Terakhir	32
4.2 Dokumentasi dan Implementasi Perencanaan Pemasaran	36
4.3 Jangka Waktu Perencanaan Pemasaran Skintific Pada Media Sosial TikTok.....	38
4.4 Peran dan Tugas Tim Media Sosial Skintific.....	40
4.5 Saluran Utama dan Fokus Pemasaran: TikTok Sebagai Saluran Utama Pemasaran.....	43
BAB V KESIMPULAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55

LAMPIRAN..... 58