

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 KATEGORI PRODUK YANG DIBELI SECARA ONLINE 3 BULAN TERAKHIR	1
Gambar 1.2 SURVEI : 54% KONSUMEN KOSMETIK LEBIH PILIH.....	2
Gambar 1.3 SKIN GAME SKINCARE LOKAL YANG SOLDOUT TERUS! BRAND OF THE MONTH 2020 Sumber: Website Female Daily (2022)	4
Gambar 1.4 DATA PENGGUNA INTERNET DAN MEDIA SOSIAL DI INDONESIA 2022	5
Gambar 1.5 NEGARA DENGAN PENGGUNA AKTIF TIK-TOK TERBESAR DI DUNIA (APRIL 2022).....	6
Gambar 1.6 AKUN OFFICIAL TIKTOK SKIN	8
Gambar 1.7 KONTEN SKIN GAME X TUKANG.....	9
Gambar 1.8 CONSUMER SPEND TIK-TOK 2022.....	12
Gambar 2.1 KOMPONEN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EFEKTIF	22
Gambar 2.2 KERANGKA PEMIKIRAN	43
Gambar 4.1 PEMANFAATAN FITUR AUDIO TIKTOK SKIN GAME	61
Gambar 4.2 CONTOH ISI KOMUNIKASI TIKTOK SKIN GAME.....	62
Gambar 4.3 CONTOH ISI KOMUNIKASI TIKTOK SKIN GAME.....	66
Gambar 4.4 COPYWRITING VIDEO CONTENT SKIN GAME.....	67
Gambar 4.5 CAPTION CLICKBAIT VIDEO CONTENT SKIN GAME	68
Gambar 4.6 PEMANFAATAN FITUR TIKTOK SKIN GAME	71
Gambar 4.7 PEMANFAATAN FITUR FILTER DAN LINK PRODUK TIKTOK SKIN GAME.....	72
Gambar 4.8 PEMANFAATAN FITUR LIVE SHOPPING TIKTOK SKIN GAME	73
Gambar 4.9 BENTUK KREATIF PESAN KONTEN SKIN GAME	75
Gambar 4.10 BENTUK KREATIF PESAN KONTEN SKIN GAME	77
Gambar 4.11 AKUN TIKTOK SKIN GAME	81
Gambar 4.12 ENGAGEMENT RATE TIKTOK SKIN GAME.....	88
Gambar 4.13 SUMMARY IMPRESSIONS TIKTOK SKIN GAME	90
Gambar 4.14 WHATSAPP GROUP SKIN GAME X TIKTOK SHOP.....	92