

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	2
HALAMAN PERNYATAAN .....	3
ABSTRAK .....	4
ABSTRACT .....	5
KATA PENGANTAR .....	6
DAFTAR ISI .....	8
DAFTAR TABEL .....	10
DAFTAR GAMBAR .....	11
DAFTAR LAMPIRAN .....	12
<b>BAB I.....</b>	<b>13</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>13</b>
1.1. Latar Belakang .....	13
1.2. Rumusan Masalah .....	20
1.3. Tujuan Penelitian.....	20
1.4. Manfaat Penelitian.....	20
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	20
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	21
1.5. Batasan Masalah.....	21
1.6. Sistematika Penulisan Laporan Akhir .....	21
<b>BAB II .....</b>	<b>23</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>23</b>
2.1. Landasan Teori .....	23
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	23
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	23
2.1.3. Promosi .....	25
2.1.4. Bauran Promosi.....	26
2.1.5. Konten Marketing .....	27
2.1.6. Media Sosial.....	28
2.1.7. Media Sosial Marketing .....	29
2.1.8. TikTok.....	29
2.2. Penelitian Terdahulu .....	31
2.3. Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III.....</b>	<b>35</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1. Pendekatan Penelitian .....	35

3.2.	Jenis Penelitian.....	35
3.3.	Variabel Operasional.....	36
3.4.	Tahapan Penelitian .....	38
3.5.	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.5.1.	Jenis dan Sumber Data.....	38
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6.	Populasi dan Sampel .....	39
3.7.	Uji Keabsahan Data.....	40
3.7.1.	Validitas .....	40
3.7.2.	Reliabilitas .....	40
<b>BAB IV</b>	<b>.....</b>	<b>42</b>
<b>HASIL PENELITIAN</b>	<b>.....</b>	<b>42</b>
4.1.	Perancangan Konten Sosial Media Marketing Pada TikTok Atmosphere Beauty .....	42
4.1.1.	Menempatkan Tujuan ( <i>Goal Setting</i> ).....	44
4.1.2.	Pemetaan Target Pasar ( <i>Audience Mapping</i> ).....	44
4.1.3.	Ide Dan Perencanaan Konten ( <i>Content Ideation And Planning</i> ).....	44
4.1.4.	Penciptaan Konten ( <i>Content Creation</i> ).....	44
4.1.5.	Distribusi Konten ( <i>Content Distribution</i> ) .....	45
4.1.6.	Penguatan Konten ( <i>Content Amplification</i> ) .....	49
4.2.	Penerapan Konten Sosial Media Marketing pada TikTok Atmosphere Beauty .....	49
4.2.1.	Hasil Perancangan.....	49
4.2.2.	Hasil Observasi .....	51
4.2.3.	Hasil Dokumentasi.....	52
4.3.	Evaluasi terhadap konten sosial media marketing pada TikTok Armosphere Beauty	56
4.4.	Evaluasi terhadap progress penjualan shopee dan TikTok Shop .....	57
4.5.	Perbandingan progress penjualan antara Shopee dan TikTok Shop berdasarkan postingan konten pada sosial media TikTok Atmosphere Beauty .....	61
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>64</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>.....</b>	<b>64</b>
5.1.	Kesimpulan.....	64
5.2.	Saran.....	65
5.2.1.	Saran untuk UMK .....	65
5.2.2.	Saran bagi penulis .....	65
5.2.3.	Saran untuk peneliti selanjutnya .....	65
DAFTAR PUSTAKA	.....	67
LAMPIRAN	.....	69