

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK	6
ABSTRACT	7
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori	11
2.2 Tiktok sebagai Platform Pemasaran	13
2.3 Konsep Brand Awareness	17
2.4 Strategi Pemasaran AIDA	19
2.5 Penelitian Terdahulu	20
2.6 Kerangka Pemikiran	27
2.7 Integrasi Strategi TikTok dengan Business Model Canvas (BMC)	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.3 Flowchart Alur Penelitian	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Sumber Data	35
3.6 Uji Keabsahan Data	37
3.7 Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Karakteristik Informan	42

4.2	Hasil Penelitian	52
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
4.4	Integrasi dengan Analisis SWOT	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN		71