

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis	8
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Media Sosial.....	10
2.1.2 TikTok.....	11
2.1.3 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	14
2.1.4 Brand Awareness	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.2.1 Jurnal Nasional.....	17
2.2.2 Jurnal Internasional.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Paradigma Penelitian.....	25

3.2 Metode Penelitian.....	25
3.2.1 Subjek Penelitian	25
3.2.2 Objek Penelitian.....	26
3.3 Informan Penelitian.....	26
3.4 Unit Analisis Penelitian	27
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.6 Metode Pengolahan Data	29
3.7 Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Profil Informan	31
4.1.1 Informan Utama	31
4.1.2 Informan Ahli.....	31
4.1.3 Informan Pendukung.....	32
4.2 Hasil Penelitian.....	32
4.2.1 Konten di TikTok Evertops	32
4.2.2 Caption di Konten TikTok Evertops.....	40
4.2.3 Hashtag di Konten TikTok Evertops	43
4.2.4 Kolaborasi dengan KOL di TikTok	47
4.2.5 Waktu posting di TikTok Evertops.....	51
4.2.6 Segmentasi pada UMKM Evertops	54
4.2.7 Targeting pada UMKM Evertops	58
4.2.8 Positioning pada UMKM Evertops.....	63
4.2.9 Diferensiasi pada UMKM Evertops.....	66
4.3 Pembahasan.....	69
BAB V	72
PENUTUP.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	72
5.2.1 Saran Akademis	72
5.2.2 Saran Praktis	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	78