

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Data Pertumbuhan UMKM 2018-2023	1
Tabel I. 2 Perbandingan Shopee Cuanki Cuban dengan Kompetitor.....	4
Tabel I. 3 Ulasan Pelanggan Terhadap Produk Cuanki Cuban.....	5
Tabel I. 4 Perbandingan TikTok Cuanki Cuban dengan Kompetitor	7
Tabel I. 5 Hasil In-Depth Interview	8
Tabel II. 1 Metode Pembandingan.....	17
Tabel II. 2 Alat Pembandingan	19
Tabel II. 3 Skala Kepentingan.....	22
Tabel II. 4 Identifikasi Kriteria TikTok	23
Tabel II. 5 Penjelasan Studi Literatur Terkait.....	24
Tabel II. 6 Aspek TikTok Terpilih.....	25
Tabel II. 7 Kriteria dan Sub-Kriteria TikTok.....	26
Tabel III. 1 Kerangka Kuesioner AHP.....	33
Tabel III. 2 Skala Kepentingan Relatif	34
Tabel III. 3 Nilai Random Index (RI)	35
Tabel III. 4 Kerangka Observasi Kinerja Mitra Benchmark.....	36
Tabel IV. 1 Karakteristik Reponden	40
Tabel IV. 2 Deskripsi Data.....	41
Tabel IV. 3 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan.....	41
Tabel IV. 4 Priority Vector dan Peringkat TikTok	46
Tabel IV. 5 Priority Vector dan Peringkat Sub Kriteria Konten.....	46
Tabel IV. 6 Priority Vector dan Peringkat Sub Kriteria Hashtag	47
Tabel IV. 7 Priority Vector dan Peringkat Sub Kriteria Influencer	47
Tabel IV. 8 Priority Vector dan Peringkat Sub Kriteria Frekuensi.....	48
Tabel IV. 9 Priority Vector dan Peringkat Sub Kriteria Visual	48
Tabel IV. 10 Priority Vector dan Peringkat Sub Kriteria Engagement.....	48
Tabel IV. 11 Uji Konsistensi Kriteria TikTok	49
Tabel IV. 12 Uji Konsistensi Sub Kriteria TikTok.....	50
Tabel IV. 13 Hasil Observasi Konten Atraktif.....	51
Tabel IV. 14 Hasil Observasi Konten Informatif.....	52
Tabel IV. 15 Hasil Observasi Konten Hiburan	53
Tabel IV. 16 Hasil Observasi Hashtag Challenge.....	54
Tabel IV. 17 Hasil Observasi Hashtag Trending	54
Tabel IV. 18 Hasil Observasi Hashtag Produk	55
Tabel IV. 19 Hasil Observasi Influencer Sesuai Target Audiens	56
Tabel IV. 20 Hasil Observasi Influencer Penyampaian Natural	57
Tabel IV. 21 Hasil Observasi Influencer Engagement Rate Tinggi.....	57
Tabel IV. 22 Hasil Observasi Jadwal Posting Konsisten.....	58
Tabel IV. 23 Hasil Observasi Waktu Posting Optimal	59
Tabel IV. 24 Hasil Observasi Jumlah Posting Ideal	60
Tabel IV. 25 Hasil Observasi Resolusi Tinggi.....	60
Tabel IV. 26 Hasil Observasi Audio Jelas	61
Tabel IV. 27 Hasil Observasi Identitas Visual Kuat.....	62
Tabel IV. 28 Hasil Observasi Konten Interaktif	63
Tabel IV. 29 Hasil Observasi <i>Live streaming</i>	63
Tabel IV. 30 Hasil Observasi Admin Responsif.....	64

Tabel IV. 31 Penentuan Mitra Benchmark Kriteria Konten	65
Tabel IV. 32 Penentuan Mitra Benchmark Kriteria Hashtag	65
Tabel IV. 33 Penentuan Mitra Benchmark Kriteria Influencer.....	66
Tabel IV. 34 Penentuan Mitra Benchmark Kriteria Frekuensi	66
Tabel IV. 35 Penentuan Mitra Benchmark Kriteria Visual.....	67
Tabel IV. 36 Penentuan Mitra Benchmark Kriteria Engagement	67
Tabel IV. 37 Penetapan Tingkat Prioritas	68
Tabel IV. 38 <i>Gap</i> pada Kriteria Konten.....	69
Tabel IV. 39 <i>Gap</i> pada Kriteria Engagement.....	70
Tabel IV. 40 <i>Gap</i> pada Kriteria Visual	71
Tabel IV. 41 <i>Gap</i> pada Kriteria Influencer	72
Tabel IV. 42 <i>Gap</i> pada Kriteria Hashtag	73
Tabel IV. 43 <i>Gap</i> pada Kriteria Frekuensi.....	74
Tabel IV. 44 Hasil Rancangan	75
Tabel IV. 45 Verifikasi Hasil Rancangan	80
Tabel V. 1 Hasil Rancangan Sistem Terintegrasi	85
Tabel V. 2 Hasil Rancangan Rekomendasi.....	88
Tabel V. 3 Hasil Evaluasi Rancangan.....	90
Tabel V. 4 Usulan Template Database Influencer Potensial.....	106
Tabel V. 5 Usulan Template Hasil Kolaborasi Influencer	107
Tabel V. 6 Validasi Rekomendasi Hasil Rancangan	110