

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
ABSTRAK	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Kerangka Konsep.....	11

1.5.1 Pemasaran Media Sosial	11
1.5.2 TikTok Sebagai Media Baru	13
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Strategi Pemasaran.....	18
2.2 <i>Social Media Marketing Strategy</i> (SMMS)	20
2.3 Klasifikasi Strategi Pemasaran Media Sosial.....	26
2.4 Promosi	30
2.5 Penelitian Terdahulu	32
BAB III	36
METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Objek Penelitian	36
3.3 Sumber Data.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.6 Keabsahan Data.....	42
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	44

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	47
4.2.1 Strategi Umum Pemasaran Media Sosial Nutrishe	47
4.2.2 Rancangan Pemasaran Nutrishe di TikTok.....	54
4.2.3 Implementasi Pemasaran Nutrishe di TikTok.....	57
4.2.4 Pemanfaatan <i>Influencers</i> oleh Nutrishe Untuk Promosi Penjualan	66
4.2.5 Evaluasi dan Peningkatan Performa TikTok Nutrishe.....	70
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V.....	85
PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88