

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *LIVE* TIKTOK
PADA PRODUK *ONLINE CLUB OF 1986***

(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran *Live*
TikTok: Meningkatkan Minat Beli Konsumen Produk *Online Club Of*
1986 Melalui *Live Streaming* TikTok)

***LIVE TIKTOK MARKETING COMMUNICATION STRATEGY
FOR CLUB OF 1986 ONLINE PRODUCTS***

(*Descriptive Study of TikTok Live Marketing Communication Strategy:
Increasing Consumer Purchase Interest Of Club Of 1986 Online
Products*)

Oleh:

Syaima Azalia

222050472

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2026**