

**ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK TOK
DALAM PENJUALAN PRODUK BONEKA PADA
TOKO ARKA JAYA BONEKA BOJONEGORO**

SKRIPSI

**Oleh
ZIANA AULIDA SALIS
NIM: 19210009**



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
IKIP PGRI BOJONEGORO
2023**

**ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK TOK
DALAM PENJUALAN PRODUK BONEKA PADA
TOKO ARKA JAYA BONEKA BOJONEGORO**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
IKIP PGRI Bojonegoro
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana**

**Oleh
ZIANA AULIDA SALIS
NIM: 19210009**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
IKIP PGRI BOJONEGORO
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK TOK
DALAM PENJUALAN PRODUK BONEKA PADA
TOKO ARKA JAYA BONEKA BOJONEGORO**

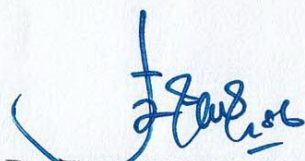
Oleh

ZIANA AULIDA SALIS

NIM: 19210009

Disetujui oleh:

Pembimbing I,



Dr. FRURI STEVANI, M.Pd.

NIDN: 0723048902

Pembimbing II,



BOEDY IRHADTANTO, ST., M.Pd.

NIDN: 0705077303

LEMBAR PENGESAHAN




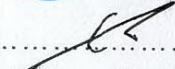

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK TOK DALAM PENJUALAN PRODUK BONEKA PADA TOKO ARKA JAYA BONEKA BOJONEGORO

Oleh

ZIANA AULIDA SALIS
NIM: 19210009

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 07 Agustus 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai
kelengkapan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

Dewan Penguji

Ketua	: Dr. Taufiq Hidayat, M.Pd.	()
Sekretaris	: Rika Pristian Fitri Astuti, S.Pd., M.Pd.	()
Anggota	: 1. Dr. Fruri Stevani, M.Pd.	()
	: 2. Ayis Crusma Fradani, Spd., M.Pd.	()
	: 3. Ari Indriani, S.Pd., M.Pd.	()

Mengesahkan:

Rektor, IKIP PGRI Bojonegoro

Dr. JUNARTI, M.Pd.
NIDN. 0014016501

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ZIANA AULIDA SALIS
Nim : 19210009
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bojonegoro, 24 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



ZIANA AULIDA SALIS

19210009

ABSTRAK

Salis, Ziana Aulida. 2023. Analisis Penggunaan Media Sosial TikTok dalam Penjualan Produk Boneka pada Toko Arka Jaya Boneka Bojonegoro. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. IKIP PGRI Bojonegoro. Pembimbing (I) Dr. Fruri Stevani, M.Pd. Pembimbing (II) Boedy Irhadtanto, ST., M.Pd.

Kata Kunci: Toko Arka Jaya Boneka, Media Sosial, Penjualan Boneka, TikTok.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media sosial TikTok @arka.boneka dalam penjualan produk Toko Arka Jaya Boneka dan untuk mengetahui kelebihan serta kelemahan media sosial TikTok dalam penjualan produk Toko Arka Jaya Boneka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan metode studi kasus untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana Toko Arka Jaya Boneka memanfaatkan TikTok dalam kegiatan pemasaran dan penjualan produk bonekanya.

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik Toko Arka Jaya Boneka. Selain itu, observasi langsung juga dilakukan untuk memantau proses siaran langsung pada platform TikTok dan konten yang diunggah serta respons dari pengguna TikTok terhadap promosi produk Toko Arka Jaya Boneka. Semua itu akan didokumentasikan dalam bentuk tulisan, tangkapan layar dan foto dari kamera untuk dianalisis lebih lanjut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Arka Jaya Boneka Bojonegoro telah berhasil memanfaatkan media sosial TikTok secara efektif dalam meningkatkan penjualan produk bonekanya sebesar 60%. Pemanfaatan fitur TikTok yang maksimal dan konten-konten kreatif serta menghibur yang diunggah di akun TikTok Toko Arka Jaya Boneka berhasil menarik perhatian pengguna dan meningkatkan popularitas toko. Selain itu, optimalisasi algoritma TikTok juga coba dipraktikkan oleh Toko Arka Jaya Boneka untuk meningkatkan pemirsa akunnya.

TikTok memiliki beberapa kekurangan yaitu durasi konten yang terbatas, tantangan dalam membangun kepercayaan konsumen, dan keterbatasan targeting audiens, serta persaingan yang ketat dan fluktuasi konten. Namun, ini semua tidak menutupi kelebihannya sebagai berikut: memberikan jangkauan luas dan pertumbuhan cepat, berisi konten kreatif dan menarik, dukungan trending dan viralitas, serta interaksi dan keterlibatan pengguna.

Tidak hanya menjadi sebuah platform pemasaran, TikTok telah menjadi wadah yang efektif untuk membangun komunitas konsumen bagi Toko Arka Jaya Boneka. TikTok juga telah menjadi sebuah etalase yang efektif bagi Toko Arka Jaya Boneka dalam mendapatkan kredibilitas. Selain itu, platform TikTok telah menjadi medium yang memungkinkan terjadinya proses co-creation yang menarik bagi usaha Toko Arka Jaya Boneka.

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana media sosial TikTok dapat dimanfaatkan sebagai alat pemasaran yang efektif bagi bisnis kecil dan menengah seperti Toko Arka Jaya Boneka Bojonegoro. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemilik Toko Arka Jaya Boneka atau pengusaha lain yang ingin memanfaatkan media sosial TikTok dalam meningkatkan penjualan produk mereka.

ABSTRACT

Salis, Ziana Aulida. 2023. Analysis of TikTok Social Media Usage in the Sales of Doll Products at Toko Arka Jaya Boneka Store Bojonegoro. Thesis. Departement of Economics Education. Faculty of Social Science Education. IKIP PGRI Bojonegoro. Supervisor (I) Dr. Fruri Stevani, M.Pd. Supervisor (II) Boedy Irhadtanto, ST., M.Pd.

Keywords: Toko Arka Jaya Boneka, Social Media, Doll Sales, TikTok.

This research aims to describe the usage of TikTok social media @arka.boneka in the sales of Toko Arka Jaya Boneka products and to identify the strengths and weaknesses of TikTok social media in sales Toko Arka Jaya Boneka. The research adopts a qualitative approach, specifically descriptive with a case study method, to gain an in-depth understanding of how Toko Arka Jaya Boneka Store utilizes TikTok in its marketing and sales activities for doll products.

Research data were collected through in-depth interviews with the owner of Toko Arka Jaya Boneka Store. Additionally, direct observations were conducted to monitor the live broadcasting process on the TikTok platform, the uploaded content, and user responses to Toko Arka Jaya Boneka product promotions. All of this will be documented in the form of written records, screenshots, and photographs for further analysis.

The research results show that Toko Arka Jaya Boneka Store Bojonegoro has successfully utilized TikTok effectively to increase its doll product sales by 60%. The maximum utilization of TikTok features and the creative and entertaining content uploaded on the Toko Arka Jaya Boneka TikTok account successfully captured users' attention and boosted the store's popularity. Moreover, Toko Arka Jaya Boneka also attempted to optimize the TikTok algorithm to increase the viewers of its account.

TikTok has some disadvantages, such as limited content duration, challenges in building consumer trust, audience targeting limitations, as well as intense competition and content fluctuations. However, these do not overshadow its advantages, which include providing broad reach and rapid growth, containing creative and engaging content, supporting trends and virality, as well as user interactions and engagements.

Not only serving as a marketing platform, TikTok has become an effective space for building consumer communities for Toko Arka Jaya Boneka. TikTok has also become an effective showcase for Toko Arka Jaya Boneka to gain credibility. Additionally, the TikTok platform has enabled the exciting process of co-creation for Toko Arka Jaya Boneka's business.

This research contributes to understanding how TikTok social media can be effectively utilized as a marketing tool for small and medium businesses like Toko Arka Jaya Boneka Store Bojonegoro. The findings of this research are expected to serve as a reference for Toko Arka Jaya Boneka Store owners or other entrepreneurs who wish to leverage TikTok to enhance their product sales.

MOTTO

Hidup sekali hiduplah yang berarti

"Kebiasaan kecil yang baik akan menghasilkan kualitas jiwa yang baik pula."

"Kegagalan terjadi karena terlalu banyak berencana, tapi sedikit berpikir."

"Kesuksesan tidak akan bertahan jika dicapai dengan jalan pintas."

PERSEMBAHAN

Saya menulis karya ini untuk saya sembahkan kepada suami saya tercinta Khoirul Rohman, kedua orang tua saya Sugijanto dan Lu'lu'atul Azizah dan tak lupa kedua kakak saya Anggita Silfiani dan Yusril Alim Masyhur yang selama ini memberikan saya dukungan luar biasa, serta kasih sayang yang sangat besar terhadap saya. Semoga ini akan menjadi awal yang baik untuk saya supaya bisa terus melangkah kedepan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam, Sholawat serta salam semoga dilimpahkan pada Rasulullah SAW. Penulis bersyukur pada Ilahi Rabbi yang telah melimpahkan taufik serta hidayah-Nya, Sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Penggunaan Media Sosial Tiktok dalam Penjualan Produk Boneka pada Toko Arka Boneka Bojonegoro”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program Sarjana Pendidikan S-1 pada jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Junarti, M.Pd selaku rektor IKIP PGRI Bojonegoro yang telah memberikan izin untuk pencarian data.
2. Dr. Fruri Stevani, M.Pd selaku pembimbing I yang selalu memberikan dukungan penuh, arahan, bimbingan, masukan, bantuan terhadap penulisan skripsi ini dan senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
3. Boedy Irhadtanto, S.T., M.Pd selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan dukungan penuh, arahan, bimbingan, masukan, bantuan terhadap penulisan skripsi ini dan senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Dr. Fruri Stevani, M.Pd selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
5. Rika Pristian F.A, S.Pd., M.Pd selaku Kaprodi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
6. Shinta Nur Aini selaku pemilik toko yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di toko tersebut.
7. Teman-teman seperjuangan yang tidak bisa disebut satu persatu, terimakasih atas dukungannya dan juga menjadi teman hidup saya selama dalam perkuliahan.

8. Semua pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik, lancar dan tepat waktu, semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan kepada semua pihak yang memberikan bantuan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, masukan dari berbagai pihak sangat diharapkan untuk mencapai hasil yang maksimal. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi sekolah, guru, siswa dan penulis sendiri serta berbagai pihak yang berhubungan dengan penelitian ini.

Bojonegoro, 24 Juli 2023

Penulis

ZIANA AULIDA SALIS

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Definisi Operasional.....	4
BAB II	5
KAJIAN TEORI.....	6
A. Kajian Teoritis.....	6
1. Media Sosial.....	6
2. Media Sosial Tik tok	7
3. Penjualan.....	14
4. Produk	17
5. Boneka.....	19
B. Hasil penelitian yang relevan	22
C. Kerangka Berpikir.....	27
BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
A. Pendekatan Penelitian	29
B. Desain Penelitian.....	29
C. Fokus Penelitian.....	30

D. Sumber Data.....	30
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	31
1. Observasi.....	32
2. Wawancara.....	33
3. Dokumentasi	35
F. Teknik Analisis Data.....	35
G. Teknik Keabsahan Data	37
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Paparan Data	39
1. Penggunaan Media Sosial TikTok	39
2. Penjualan Produk	43
B. Temuan Penelitian.....	48
1. Penggunaan Media Sosial TikTok	48
2. Optimalisasi Fitur TikTok oleh Toko Arka Jaya Boneka	53
3. Kekurangan dan Kelebihan Penggunaan TikTok	82
C. Pembahasan.....	87
1. TikTok Menjadi Wadah Komunitas Konsumen Toko Arka Jaya Boneka	87
2. Tiktok Menjadi Etalase dalam Mendapatkan Kredibilitas.....	88
3. Terjadinya Proses <i>Co-Creation</i> Pada Platform TikTok.....	90
4. Sikap dalam Memanfaatkan Kelebihan dan Kekurangan dari TikTok .	91
BAB V.....	93
PENUTUP.....	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Penelitian yang Relevan.....	23
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Observasi.....	33
Tabel 3. 2 Kisi-kisi instrument wawancara.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1 Produk boneka Toko Arka Jaya Boneka	40
Gambar 4. 2 Tangkapan Layar Contoh Relasi Toko Arka Jaya Boneka	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 3 Foto Tempat <i>Offline</i> Toko Arka Jaya Boneka	46
Gambar 4. 4 Tangkapan Layar Profil TikTok Boneka Arka Bojonegoro.....	49
Gambar 4. 5 Tangkapan Layar Kolom Komentar TikTok @arka.boneka bojonegoro.....	50
Gambar 4. 6 Tangkapan Layar Kolom Komentar TikTok Toko Arka Jaya Boneka Bojonegoro	51
Gambar 4. 7 Tangkapan Layar Tagar TikTok Toko Arka Jaya Boneka Bojonegoro	52
Gambar 4. 8 Tangkapan Layar Siaran Langsung Toko Arka Jaya Boneka	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Observasi	106
Lampiran 2 Hasil observasi.....	107
Lampiran 3 Instrument Wawancara	109
Lampiran 4 Hasil Wanwancara dengan informan.....	113
Lampiran 5 Dokumentasi Lapangan	120
Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara	121

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini teknologi di bidang internet berkembang dengan sangat pesat yang memiliki pengaruh di banyak bidang kehidupan manusia, khususnya perkembangan teknologi di bidang internet. Terbukti sangat bermanfaat dalam mempermudah kehidupan masyarakat. Penggunaan internet menjadi lebih mudah di akses. Ketersediaan internet dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan ataupun usia. Dalam hal ini semua orang sangat mudah untuk mendapatkan informasi.

Berdasarkan wawancara pemilik Toko Arka Jaya Boneka, pesatnya kemajuan teknologi membuat akses konsumen kepada produk boneka semakin luas dan mudah dengan adanya internet. Pilihan Awalnya Toko Arka Jaya Boneka hanya menjual di pasar dan di rumah dan sekarang sudah menekuni di dunia online terutama di TikTok dan memanfaatkan teknologi internet untuk membantu usahanya. Pemanfaatan internet memberikan keuntungan dalam penjualan produk. Teknologi berkembang pesat dan menjadi semakin mudah diakses sehingga memudahkan pengguna untuk menyerap informasi tentang barang dan jasa. Sebagai hasil dari kemajuan ini,. Sebelumnya, harus bertemu langsung dengan pedagang jika ingin membeli sesuatu. Akibatnya, jarak antara penjual dan pembeli agak panjang. Namun dengan adanya teknologi khususnya di TikTok, segala hambatan jarak, waktu, dan biaya dapat dengan mudah diatasi. Salah satu jenis perkembangan teknologi internet yang dapat membantu membangun bisnis adalah penggunaan media sosial. Untuk sumber daya manusia, modal, bahan baku, dan peralatan. Pesatnya kemajuan teknologi berdampak pada manusia dalam berbisnis. Banyak usahawan memanfaatkan perkembangan TikTok untuk menunjang usahanya, mulai dari usaha kecil hingga serta usaha besar.

Salah satu bentuk kegiatan yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang penjualan yaitu promosi pada media sosial TikTok yaitu promosi yang dilakukan dengan menggunakan media TikTok dengan tujuan untuk memasarkan produknya sampai ke mancanegara. Penggunaan promosi pada media sosial tidak memiliki keterbatasan pengguna karena pada zaman sekarang hampir semua orang telah menggunakan media sosial. Dengan menggunakan promosi media sosial tentunya sangat jelas termasuk bisnis yang sangat menguntungkan perusahaan sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk membeli dan membuat konsumen tetap tertarik dengan produk atau jasa yang diberikan (Kristia & Harti: 2021).

TikTok adalah platform pemasaran digital yang digunakan oleh bisnis. Media TikTok, menurut Bulele (2020), hadir di Indonesia dan banyak digunakan masyarakat untuk kreativitas dan bisnis. TikTok adalah alat pemasaran digital terkemuka saat ini. Misalnya, promosi pemasaran komoditas baru, produk make-up, tempat nongkrong atau kafe. Aplikasi TikTok akhirnya oleh Kementerian Komunikasi dengan tanda TikTok memberikan stigma yang buruk bagi kalangan anak muda. Sesudah di blokir nyaris 2 tahun, TikTok menjadi hal yg baru dan diminati masyarakat Eksploitasi hal yang populer di Indonesia saat terkait dengan peran besarnya generasi millennial, dikarenakan para millennial sungguh-sungguh aktif dan intens dengan teknologi baru, diantaranya aplikasi TikTok yang melimpah digunakan generasi millennial di Indonesia serta menjadikannya budaya populer di Indonesia. Terutama di era *new normal*, sehingga intensitas internet pun meningkat. Banyak penduduk yang memunculkan kreativitasnya di media sosial TikTok. Tak sebatas itu, peran *marketing* juga mulai memasuki TikTok. Hal ini dibuktikan oleh besarnya iklan yang telah bermunculan serta *online store* yang mulai memasarkan produknya melalui konten TikTok.

Manusia sekarang memiliki akses ke berbagai media di mana mereka dapat berkomunikasi sebagai hasil dari terobosan teknologi ini. Menurut Putra (2018) Aplikasi TikTok merupakan perangkat yang menyediakan pengaruh khusus yang unik dan

menarik secara mudah dan singkat digunakan oleh penggunanya sehingga dapat membuat videop endek dengan hasil yang bagus dan dapat disajikan kepada teman atau pengguna lain. Aplikasi video singkat ini di jejaring sosial memiliki banyak dukungan musik sehingga penggunanya dapat melakukan kinerja mereka dengan tarian, gaya bebas, dan banyak lainnya untuk mendorong kreativitas penggunanya menjadi pencipta konten (Susilowati: 2018). Kehadiran teknologi media sosial terutama TikTok di zaman modern seperti sekarang ini telah membawa banyak perubahan untuk media komunikasi, tetapi juga menjadi sarana untuk mencari teman, berbagi video menarik bahkan sebagai sarana promosi bagi pelaku bisnis. Teknologi merupakan keharusan yang mana banyak orang tidak dapat dihindarkan. Manfaat informasi teknologi sebatas untuk meningkatkan pekerjaan operasional kerja tertentu, tetapi juga memberikan keuntungan dan harga tambah bagi perusahaan atau lembaga ini. (Siaha Widodo:2019).

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Pengguna Media Sosial Tik Tok @arka.boneka dalam penjualan Produk Boneka Toko Arka Jaya Boneka Bojonegoro”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, maka permasalahan yang akan diteliti adalah

1. Bagaimana analisis penggunaan media sosial TikTok dalam penjualan produk boneka pada Toko Arka Jaya Boneka?
2. Bagaimana kelebihan dan kekurangan media sosial TikTok dalam penjualan produk boneka Toko Arka Jaya Boneka?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis penggunaan media sosial TikTok dalam penjualan produk boneka Toko Arka Jaya Boneka.
2. Untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan media sosial TikTok dalam penjualan produk boneka pada Toko Arka Jaya Boneka

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atas sumbangan dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan media sosial sebagai strategi penjualan online, atau lebih khususnya dalam penggunaan media sosial TikTok sebagai tempat penjualan suatu produk barang atau jasa.

2. Kegunaan Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau saran terkait dengan penggunaan TikTok sebagai tempat penjualan produk Toko Arka Jaya Boneka.

E. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini definisi operasional dari variable-variabel adalah sebagai berikut:

1. Media Sosial TikTok

Media sosial TikTok adalah aplikasi yang digunakan untuk berbagi video kreatif dimana penggunaanya dapat memanfaatkan sebagai media berbisnis yang memudahkan dalam mempromosikan produk-produk yang hendak dijual ke pasar yang lebih luas.

2. Penjualan *Produk Boneka*

Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan produk boneka adalah produk yang diminati banyak orang mulai dari anak-anak, remaja, bahkan orang dewasa jg masih banyak yang mengoleksi.