

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pemanfaatan Tiktok merupakan strategi yang tepat untuk dapat menyesuaikan dengan perubahan konsumen akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai *Integrated Marketing Communication* dimana dengan memanfaatkan media sosial, perusahaan secara otomatis dapat menjalin komunikasi secara terus menerus kepada pengikutnya secara persuasif. Selain itu media sosial juga dimanfaatkan sebagai wadah komunikasi dua arah antara konsumen dengan perusahaan dan konsumen dengan konsumen lainnya. Sehingga dapat menghasilkan efek *viral marketing*, *loyalitas brand*, *word of mouth* dan *crowd sourcing*. Handmadeshoesby menggunakan media social Tiktok sebagai media komunikasi pemasaran mereka dengan berbagai jenis konten dan live streaming yang disesuaikan dengan target pasarnya.

Proses *share* pada akun @handmadeshoesby memanfaatkan aplikasi Tiktok. Hal tersebut dikarenakan Tiktok memiliki audiens yang sesuai dengan target pasar dari Handmadeshoesby yaitu wanita remaja dan ibu-ibu muda. Selain itu dengan membuat konten dan melakukan live streaming dengan rutin dan maksimal dapat meningkatkan respon atau feedback dari audiens, yaitu berupa komen, likes, dan membeli produk Handmadeshoesby.

Proses *optimize* dilakukan dengan cara mengoptimalkan fitur yang ada pada Tiktok, seperti mengoptimalkan fitur bio dan foto profil, menggunakan hashtag agar audiens mudah untuk menemukan konten, dan melakukan live streaming untuk menjangkau audiens lebih luas. Cara tersebut dilakukan dengan tujuan brand awareness dapat meningkat.

Proses *manage* dilakukan dengan cara memanfaatkan admin content creator untuk mengelola media social Tiktok @handmadeshoesby, melakukan perencanaan konten berdasarkan konten yang banyak disukai, kemudian jenis konten yang diunggah bermacam-macam sesuai tujuannya, seperti konten pengenalan produk untuk membangun awareness, konten challenge giveaway untuk membangun interaksi, dan konten drama atau komedi untuk hiburan, pemilihan waktu yang tepat untuk unggah konten dan melakukan live streaming, serta penggunaan tools “Alat Kreator” untuk mempermudah proses evaluasi.

Proses *engage* dilakukan dengan cara menggunakan konten challenge giveaway dan sapaan (term khusus saat menyapa pelanggan) saat live streaming untuk membangun interaksi, merespons feedback audiens dengan cepat dan solutif, menggunakan testimoni konsumen untuk meningkatkan kredibilitas, serta melakukan kerjasama dengan influencer.

5.2 Saran

Berdasarkan keseluruhan dari deskripsi analisis penelitian ini, maka penulis akan menyampaikan beberapa hal berupa saran dari penulis yang diharapkan dapat menjadi rekomendasi positif. Penulis menyampaikan sebuah saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Sebagai perusahaan yang memiliki tagline supplier tas termurah dan memiliki banyak reseller, diharapkan dapat menjalin hubungan kedekatan dengan reseller tersebut sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

Sebaiknya Handmadeshoesby juga melakukan kegiatan pendekatan dengan para reseller seperti memberi materi atau kiat-kiat tertentu dalam memasarkan produk dan memberi solusi atas masalah reseller dalam suatu forum. Hal tersebut dapat menjadi bahan

untuk konten Tiktok sehingga kredibilitas calon konsumen meningkat, hubungan baik dapat dijalin antara perusahaan dengan konsumen, serta peningkatan penjualan baik grosir maupun secara ecer.