

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat di ambil berdasarkan analisis di atas adalah sebagai berikut :

1. Proses komunikasi yang dilakukan *Bajay Audio & Lighting* dalam memasarkan produk/ jasa melalui media social TikTok adalah dengan menerapkan strategi komunikasi yang terarah, dan mencakup komponen komunikasi (sumber, pesan, media, penerima, efek dan umpan balik), serta mengaplikasikan prinsip pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*).
2. Dalam komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Bajay Audio & Lighting* ditemukan adanya faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung antara lain banyaknya fitur-fitur media sosial TikTok yang bisa digunakan oleh *Bajay Audio & Lighting*, produk/ jasa yang ditawarkan *Bajay Audio & Lighting* berkualitas, cakupan promosi luas, dan terkoneksi dengan media social lain. Adapun faktor penghambatnya adalah adanya pesaing lainnya, *followers* yang tidak minat dengan postingan *Bajay Audio & Lighting*, tidak adanya hak cipta video yang di *upload* oleh *Bajay Audio & Lighting* dan disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat di ambil berdasarkan analisis di atas adalah sebagai berikut :

1. Lebih meningkatkan kreatifitas dalam strategi komunikasi pemasaran di era *modern*, dikarenakan media promosi semakin banyak.
2. Untuk meningkatkan penjualan jasa *Bajay Audio & Lighting* bekerja sama dengan *event organizer* dari dalam maupun luar Kabupaten Magetan.