

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Hasil penelitian terkait strategi promosi CV Jatimas Inovasi pada Klinbos Indonesia melalui Tiktok dengan menerapkan model AISAS antara lain;

5.1.1 Fitur yang telah digunakan secara Optimal

Promosi yang dilakukan melalui Tiktok dapat menjadi alternatif baru yang dapat meningkatkan penjualan apabila menggunakan fitur yang tersedia secara optimal. Tiktok saat ini tidak hanya dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan sesama dan menunjukkan eksistensi diri. Kini Tiktok juga dapat menjadi media sosial yang dapat menjadi wadah untuk mempromosikan produk karena pengguna Tiktok semakin meningkat setiap tahunnya sehingga memudahkan penjual dalam menemukan target pasar yang tepat. Salah satu model komunikasi yang dapat digunakan untuk menemukan strategi promosi yang tepat ialah dengan menggunakan model AISAS seperti yang diterapkan pada penelitian ini. Adapun kesimpulan penggunaan aplikasi Tiktok beserta hubungannya dengan model komunikasi AISAS yang telah optimal, diantaranya adalah video berdurasi yang digunakan pada akun Tiktok @klinbos sudah cukup optimal karena memiliki konsep video yang menarik dan telah memaksimalkan fitur pendukung seperti hashtag dan audio serta teknik *copywriter* sehingga mampu meningkatkan kesadaran dan ketertarikan pada konsumen untuk mengenali dan tertarik

pada produk Klinbos Indonesia. Fitur video berdurasi dapat meningkatkan perhatian serta membuat khalayak tertarik untuk mencari tahu lebih dalam terkait produk Klinbos Indonesia. Kemudian fitur lain yang penggunaannya sudah cukup optimal ialah fitur Tiktok Shop karena mampu memberikan informasi yang lengkap seputar produk sehingga dapat menjawab pertanyaan konsumen sekaligus membantu konsumen dengan lebih mudah dalam melakukan aksi pembelian melalui Tiktok. Penggunaan fitur Tiktok Shop yang optimal mampu meningkatkan penjualan karena terdapat fitur kolom ulasan yang membantu konsumen membagikan ulasan setelah menggunakan produk sehingga dapat membuat calon konsumen lebih yakin ketika akan membeli produk. Kemudian penggunaan Tiktok Affiliate juga cukup optimal mulai dari pemilihan *influencer* yang tepat sehingga mampu menghasilkan konten yang unik dan berkualitas agar dapat menarik perhatian konsumen serta meningkatkan penjualan karena *influncer* biasanya akan membagikan konsep video berdurasi yang unik sehingga konten yang dihasilkan akan lebih dinamis dan tidak membosankan.

5.1.2 Fitur yang Perlu Dioptimalkan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan, penggunaan fitur Tiktok Ads masih belum dilakukan secara optimal karena terkendala budget yang kurang sesuai dengan hal yang dihasilkan oleh Tiktok Ads. Selain itu, pengelola akun Tiktok Klinbos Indonesia mengakui masih kurang dalam memanfaatkan fitur-fitur yang ada dalam Tiktok Ads sehingga kurang dapat menimbulkan efek yang signifikan terhadap akun Tiktok Klinbos Indonesia

Kemudian selain fitur Tiktok Ads, terdapat fitur lain yang masih kurang optimal dalam penggunaannya yaitu fitur Tiktok Stories karena tidak digunakan setiap hari dan kurang memaksimalkan ide konten *story*.

5.2 SARAN

- a) Diharapkan bagi Klinbos Indonesia untuk tetap mempertahankan strategi promosi yang telah dilakukan serta terus melakukan peningkatan dengan melakukan inovasi karena kedepannya dunia maya akan terus berkembang pesat dan membutuhkan inovasi yang dapat mengikuti perkembangan zaman sehingga dapat tetap mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Strategi promosi yang dilakukan oleh Klinbos Indonesia melalui media sosial Tiktok sejauh ini sudah tergolong efektif dilihat dari peningkatan penjualan yang lebih besar daripada melalui marketplace lain maupun secara tradisional.
- b) Diharapkan Klinbos Indonesia mampu memperbaiki penggunaan fitur Tiktok Ads dan Tiktok Story agar mampu membantu meningkatkan brand awareness lebih luas dan meningkatkan penjualan agar lebih maksimal. Selain itu, sebaiknya Klinbos Indonesia juga mulai mencoba fitur Tiktok baru yang lain seperti Live Streaming yang pastinya dapat membantu memaksimalkan kegiatan komunikasi pemasaran antara penjual dan konsumen sehingga dapat melakukan promosi yang lebih efektif.