

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan peneliti mengenai “Strategi Komunikasi Pemasaran *Digital* Pada Akun *Influencer* @Miss.konten Melalui Media Sosial TikTok”, maka disimpulkan bahwa, akun @Miss.konten meningkatkan strategi komunikasi dengan mengidentifikasi permasalahan dan melakukan *review* akun *audience*, yang bertujuan membantu memberikan pengembangan akun *audience*. Interaksi yang dilakukan, mampu memberikan pendekatan komunikasi yang baik dan memperkuat hubungan antara pebisnis dengan *audience*. Pengembangan akun *audience* dapat memberikan manfaat terhadap pembelian pelayanan jasa kursus. Beberapa *audience* yang sudah diberikan pengembangan akun secara gratis, melanjutkan ke tahap pembelian ilmu edukasi berbayar yakni pelayanan jasa kursus dari @Miss.konten. Peneliti menemukan bahwa @Miss.konten memberikan kelebihan terkait program “Bedah Akun”. Kompetitor yang menjual pelayanan jasa serupa yakni @Aguskelasjawara, hanya memberikan informasi mengenai keunggulan pelayanan jasa kursus, namun berbeda dengan @Miss.konten yang memberikan pendekatan kepada *audience* terkait pengembangan akun *audience* secara gratis. Hal ini sesuai dengan industri jasa yang lebih mementingkan pelayanan yang baik daripada keunggulan atau harga dari suatu jasa.

Pada tahapan mengajak untuk bertindak, yakni memberikan penawaran lanjutan, sudah dilakukan oleh pebisnis, sehingga pendekatan komunikasi tersebut

dapat membuat *audience* membeli pelayanan jasa dari pebisnis, namun masih kurang memfokuskan keunggulan produk atau pelayanan jasa kursus dari @Miss.konten. Pada tahapan fokus utama, sudah melakukan target *audience* dan memfokuskan konten secara maksimal, sehingga *audience* dapat mengingat bahwa akun dari @Miss.konten memfokuskan kategori konten edukasi.

5.2 Saran

Adapun terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan masukan bagi pembaca penelitian ini antara lain:

1. Saran Akademis

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan mendalami strategi komunikasi pemasaran *digital* dengan mengkaji lebih luas menggunakan subjek dan objek penelitian yang berbeda.

2. Saran Praktis

Beberapa saran dari peneliti yang diarahkan kepada Misskonten, agar strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan semakin optimal, mengingat *audience* merasakan dampak positif terhadap program “Bedah Akun” mengenai edukasi strategi pemasaran. Maka dari itu, perlu ditambahkan edukasi lainnya, yang bukan hanya tentang strategi pemasaran agar berimbang pada pencapaian tujuan dan keberhasilan program. Selanjutnya, perlu diadakannya program lain agar *audience* tidak bosan. Diperlukannya peningkatan pengenalan pelayanan jasa kursus di konten Misskonten.