

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Bening's Clinic Surabaya melalui TikTok Live efektif dalam mendukung aktivitas pemasaran digital. Strategi ini tidak hanya berfokus pada iklan, tetapi juga mencakup unsur edukasi dan interaksi langsung dengan audiens. Pendekatan ini dapat membantu pelanggan lebih memahami produk dan layanan sekaligus membangun kepercayaan pada merek.

Penggunaan TikTok sebagai platform utama menunjukkan penyesuaian terhadap perkembangan perilaku konsumen mereka yang semakin aktif di media sosial. Fitur TikTok Live memberikan keunggulan untuk menciptakan komunikasi dua arah secara real-time, sehingga audiens dapat mengajukan pertanyaan dan memberikan umpan balik secara langsung. Interaksi ini merupakan bagian penting dalam meningkatkan keterlibatan dan memperkuat hubungan antara klinik dan konsumen.

Dari perspektif implementasi, keberhasilan strategi komunikasi pemasaran melalui TikTok Live dipengaruhi oleh kemampuan menyampaikan pesan secara efektif, penggunaan teknik persuasif seperti *soft selling*, dan penyajian konten yang menarik dan relevan. Strategi ini juga berpengaruh pada perilaku konsumen. Mereka menjadi lebih aktif dalam mencari informasi, lebih memahami produk, dan lebih yakin dengan keputusan pembelian mereka.

Namun, ada beberapa masalah yang masih ada dalam pelaksanaannya, seperti tidak bisa merespons semua interaksi audiens dan masalah teknis yang bisa mengganggu kelancaran kegiatan *live*. Oleh karena itu, pengelolaan yang lebih baik diperlukan agar strategi komunikasi pemasaran melalui TikTok Live dapat berjalan dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk membuat strategi komunikasi pemasaran melalui TikTok Live di Bening's Clinic Surabaya menjadi lebih efektif.

Disarankan agar klinik meningkatkan kualitas perencanaan dan pengelolaan konten TikTok Live, terutama dalam hal membuat konsep dan konten yang lebih terstruktur, yang tidak hanya berfokus pada promosi tetapi juga edukasi yang lebih mendalam. Hal ini agar audiens dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap dan setiap sesi live dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar.

Selain itu, peningkatan kualitas teknis juga perlu diperhatikan, seperti stabilitas jaringan, kualitas audio, dan visual, guna mendukung kelancaran komunikasi selama siaran langsung berlangsung. Dengan kualitas teknis yang baik, penyampaian informasi akan menjadi lebih jelas dan nyaman bagi audiens.

Di sisi interaksi, tim harus dapat mengelola komunikasi dengan audiens secara lebih baik dengan membagi peran untuk merespons pertanyaan yang masuk, sehingga lebih banyak audiens yang merasa diperhatikan dan terlibat dalam kegiatan *live*.

Disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian dengan menambahkan variabel lain atau menggunakan pendekatan yang berbeda, seperti kuantitatif, guna mengukur secara lebih spesifik pengaruh TikTok Live terhadap keputusan pembelian konsumen.