

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya penulis dapat memaparkan beberapa hal yang menjadi kesimpulan dalam penelitian dari uraian-uraian tersebut.

5.1 Kesimpulan

Kaila Beaute melalui akun TikTok-nya @kailaofficial.id melakukan kegiatan sosial media marketing untuk meningkatkan *brand awareness* dan penjualan produk yang merupakan bentuk dari strategi komunikasi pemasaran. Hal ini dikarenakan Kaila Beaute merupakan sub *brand* baru dari *brand* Kaila yang masih memerlukan perhatian dan minat dari masyarakat khususnya target pasar yang telah ditentukan oleh Kaila Beaute. Dengan hasil penelitian di atas, Kaila Beaute melakukan strategi:

- a. *Content Creation* seperti melakukan *live streaming*, konten *hard selling*, tips & trick, dan KOL.
- b. *Content sharing*, memperluas proses penyebarluasan konten seperti menyebarkan link ke social media Instagram, serta melakukan ads booster agar jangkauan lebih meluas.
- c. *Connecting*, melakukan *endors* kepada KOL yang berpengaruh dan cocok (*relate*) dengan produk Kaila Beaute, ini dilakukan di akun social media KOL
- d. *Community Building*, membuat komunitas khusus Kaila Beaute yang sama-sama memiliki minat dan tertarik mengikuti perkembangan produk-produk Kaila Beaute

Hasil penelitian yang didapat bahwa aktifitas *digital marketing* dalam komunikasi melalui media sosial Tiktok Kaila Beaute dengan melakukan live

streaming 24 jam membantu penyebaran pesan sehingga meningkatkan *awareness* terhadap brand Kaila Beaute.

5.2 Saran

Dalam penelitian yang dilakukan ini, penulis memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Kaila Beaute dapat meningkatkan kembali frekuensi dalam mengunggah konten untuk memberikan peluang lebih besar agar konten videonya masuk ke dalam FYP (*For Your Page*) pengguna TikTok lain.
2. Kaila Beaute dapat membuat konten yang lebih bervariasi dan tidak hanya konten *hardselling* untuk menarik minat khalayak.
3. Kaila Beaute dapat melakukan *sharing content* melalui sosial media lain yang lebih luas lagi selain instagram.
4. Kaila beaute dapat membangun komunitas tidak hanya dengan berdasarkan promosi, namun benar-benar mengumpulkan orang-orang yang menyukai produk dari Kaila Beaute.
5. Skripsi ini diharapkan dapat membantu penelitian selanjutnya dengan memfokuskan lagi tema apa yang akan diambil agar hasil penelitian tidak jauh dari apa yang diperkirakan.
6. Penulis yang akan melakukan penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari referensi sebanyak-banyaknya terutama mengenai sosial media marketing dan strategi komunikasi pemasaran.
7. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yakni dalam bidang ilmu komunikasi secara umum.
8. Untuk penulis selanjutnya, disarankan agar meningkatkan lagi ketelitian baik dalam segi kelengkapan data maupun proses analisis.