BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan penelusuran data online yang dilaksanakan Mutiara Priza tentang strategi pemanfaatan TikTok sebagai media promosi Ramuan Cinta by Muty, dapat diambil beberapa kesimpulan, diantaranya yaitu :

Strategi pemanfaatan TikTok sebagai media promosi Ramuan Cinta by Muty kesimpulannya adalah strategi pemanfaatan dilakukan melalui beberapa proses, pertama yaitu memanfaatkan peluang dengan analisis SWOT, kedua yaitu keputusan terhadap penggunaan TikTok, ketiga yaitu tindakan pelaksanaan pemanfaatan yang dilakukan melalui fitur-fitur pada TikTok yaitu *post*, *live streaming*, *TikTok Ads*, *TikTok Shop* dan terakhir adalah evaluasi hasil penggunaan TikTok sebagai media promosi yang telah dilakukan.

Promosi produk Ramuan Cinta by Muty terbukti telah memenuhi aspek AISAS, yaitu *attention*, *interest*, *search*, *action* dan *share*. Aspek *attention* terbukti dari jumlah *viewers* yang dihasilkan mencapai 14 juta, dari konten dengan strategi metode *story telling* menceritakan pengalaman hidup. Kemudian pada aspek *interest*, terbukti dari jumlah interaksi dalam *bentuk like*, *comments*, *save* dan *share* yang ditinggalkan pada konten dengan strategi konten video yang berfokus pada konsumen. Pada aspek *search*, terbukti dari strategi *hyperlink* yang dilakukan Mutiara Priza untuk memudahkan konsumen untuk melakukan pencarian informasi produk Ramuan Cinta by Muty. Pada aspek *action*, terbukti dari peningkatan volume penjualan yang dihasilkan setelah melakukan promosi produk Ramuan Cinta by Muty melalui TikTok sesuai dengan pernyataan Mutiara Priza. Terakhir aspek *share*, terbukti pada kolom ulasan di *marketplace*, unggahan di media sosial dan beberapa komentar yang ditinggalkan di konten video.

Meskipun strategi promosi produk Ramuan Cinta by Muty melalui TikTok terbukti efektif, namun tetap ada kendala yang dihadapi pada proses promosinya. Kendala yang terjadi selama proses strategi promosi produk Ramuan Cinta by Muty melalui TikTok yaitu berupa kurangnya ide untuk proses pembuatan konten

promosi dikarenakan tidak adanya tim khusus kreatif konten video. Saat ini, selama melakukan strategi promosi produk Ramuan Cinta by Muty melalui TikTok masih dilakukannya sendiri. Selain itu juga perkembangan fitur TikTok yang terus berubah, membutuhkan waktu untuk mempelajari fitur baru tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa kendala yang terjadi selama proses promosi produk Ramuan Cinta by Muty melalui TikTok. Maka dari itu, berikut beberapa saran yang dapat digunakan untuk menjadi bahan acuan agar menjadi lebih baik kedepannya, yaitu :

1. Mutiara Priza membutuhkan tim khusus perencanaan konten atau *editor* untuk memproduksi ide atau inovasi yang berkaitan dengan konten promosi Ramuan Cinta by Muty. Sehingga konten promosi dapat rutin diunggah agar terus dapat memperluas jangkauan pasar.
2. Mutiara Priza perlu terus mengikuti perkembangan teknologi, sehingga dalam pelaksanaan kegiatan promosi Ramuan Cinta by Muty melalui TikTok tidak lagi menemukan kesulitan dalam penggunaan fitur terbarunya, yang mana fitur tersebut dapat digunakan untuk pemanfaatan promosi selanjutnya.
3. Meskipun akun TikTok @mutiarapriza terus mengalami peningkatan dan keaktifan dibandingkan dengan media sosial yang lain, alangkah lebih baik jika didukung dengan media sosial lainnya juga seperti Instagram dan Facebook, khususnya Facebook yang terlihat jarang sekali diperbarui. Karena jika disesuaikan, penggunaan dan peluang media sosial lainpun sama besarnya, mengingat produk Ramuan Cinta by Muty merupakan produk kesehatan yang dapat menjangkau hampir semua kalangan usia.
4. Bagi peneliti selanjutnya, dikarenakan TikTok merupakan media yang tergolong baru dan terus berkembang, peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti akun TikTok yang lain atau menggunakan metode yang berbeda dari penelitian ini.