BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi digital dalam konten promosi produk Tasya Farasya "Mother of Pearl" di akun Instagram @tasyafarasya dan @mop.beauty, yaitu strategi komunikasi digital yang dalam konten promosi oleh MOP dan Tasya Farasya sangat efektif dalam menarik perhatian *audiens*. Strategi tersebut meliputi penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana utama komunikasi, dengan memanfaatkan berbagai fitur seperti *reels, feed, caption, hashtag*, serta kolom komentar untuk membangun interaksi langsung dengan *audiens*. Konten promosi yang ditampilkan bersifat informatif, edukatif, dan visualnya menarik, sehingga membentuk ketertarikan terhadap produk.

Dari banyaknya konten promosi yang ditampilkan, konten tentang *sunscreen* dan *lip balm* menunjukkan interaksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan *setting spray*. Hal ini menunjukkan bahwa kedua produk tersebut memiliki relevansi yang lebih besar dengan kebutuhan *audiens*, terutama karena Indonesia merupakan negara beriklim tropis yang membuat perlindungan kulit dari sinar matahari menjadi hal penting. Komunikasi dua arah antara *brand* dan konsumen seperti *Brand* secara aktif merespons komentar dan permintaan konsumen, menunjukkan adanya perhatian dan keterlibatan terhadap kebutuhan *audiens*. Respons yang cepat, ramah, dan relavan memperkuat efektivitas pesan yang disampaikan.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh MOP melalui kolaborasi dengan *influencer* dan pengelolaan akun media sosial mampu meningkatkan ketertarikan *audiens* terhadap produk. Analisis isi konten ini membuktikan bahwa strategi digital yang tepat sasaran dapat mendorong mereka untuk mengambil tindakan seperti mencoba dan membeli produk. Dengan begitu, strategi komunikasi digital berperan penting dalam keberhasilan promosi di era media sosial.

Strategi Komunikasi.., Dwi Selviani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi dalam strategi komunikasi digital di media sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan strategi yang tepat melalui *platform* Instagram dapat membangun ketertarikan *audiens* terhadap produk. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang ingin mengkaji komunikasi digital seperti konten, media, komunikator, dan keterlibatan *audiens* dalam konteks promosi produk.

5.2.2 Saran Teoritis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan acuan dalam menyusun karya ilmiah sejenis di bidang komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi digital dan promosi melalui media sosial. Mahasiswa diharapkan dapat menggali lebih dalam aspek-aspek komunikasi digital lainnya dengan objek dan pendekatan yang lebih variatif, seperti menggunakan metode dengan wawancara terhadap audiens.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pemahaman lebih dalam tentang pentingnya peran komunikasi digital yang strategis dalam membangun ketertarikan terhadap suatu produk. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan penelitian yang melibatkan responden dari kalangan konsumen, atau memperluas objek ke platform media sosial lain seperti TikTok dan YouTube untuk memperoleh hasil yang lebih mendalam.