# BAB V
# PENUTUP

## 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Strategi Komunikasi Akun TikTok OH! SOME Dalam Membangun Interaksi Audiens dilakukan melalui penerapan tiga konsep strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Chriss Fill (1995), dengan fokus pada komunikator. Pada tahapan pertama, *Pull Strategy* yang digunakan untuk menarik perhatian audiens sejak awal sesi *live* melalui penyampaian *host* yang interaktif, dan promosi seperti *voucher* dan *giveaway*, serta narasi yang membangun rasa penasaran dan interaksi audiens. Kedua, *Push Strategy* diwujudkan melalui kerja sama tim yang solid antara operator, host, dan *live assistant* dalam menyusun *live streaming* dan menjaga ritme interaksi agar tetap menarik dan intensif. Ketiga, *Profile Strategy* difokuskan pada pembentukan citra perusahaan yang konsisten dan profesional, dengan gaya komunikasi yang sesuai karakter audiens, serta pengelolaan akun berdasarkan kategori produk. Ketiga strategi ini terbukti saling melengkapi dan berhasil menciptakan interaksi dua arah yang aktif dan membangun keterlibatan audiens secara efektif di *platform* TikTok.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Praktis

Setelah dilakukannya penelitian pada Strategi Komunikasi Pada Akun TikTok OH! SOME Dalam Membangun Interkasi Audiens, peneliti memberikan masukan secara umum terkait dengan startegi komunikasi yang akan dilakukan yaitu:

1. OH! SOME sebaiknya terus mengembangkan pendekatan kreatif untuk menarik perhatian audiens di awal *live streaming*, misalnya dengan menghadirkan promo yang lebih variatif dan storytelling yang lebih kuat oleh *host*.



Strategi Komunikasi.., Muhammad Yanuar Ashiddiqie, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2. Akun dengan performa rendah seperti OH! SOME *Skincare* sebaiknya tidak ditinggalkan, tetapi dapat diaktivasi ulang dengan strategi komunikasi baru, kolaborasi dengan KOL, atau penyesuaian gaya komunikasi yang lebih sesuai dengan target pasar *Skincare*.
3. Perlu dijaga keseragaman *tone*, *style*, dan persona akun TikTok OH! SOME agar tetap merepresentasikan identitas *brand* yang kuat, ramah, dan kekinian, terutama di akun-akun dengan audiens muda.

### 5.2.2 Saran Akademis

1. Peneliti akademis disarankan mengeksplor lebih detail pengaruh algoritma TikTok terhadap efektivitas strategi push dan pull, serta bagaimana strategi tersebut dapat dimodifikasi berdasarkan insight perilaku audiens secara *real-time*.
2. Penelitian sejenis dapat dilakukan pada akun TikTok *brand* lain di sektor ritel, hiburan, atau edukasi, untuk melihat perbandingan implementasi strategi komunikasi serta dampaknya terhadap interaksi dan keterlibatan audiens.