

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dalam skripsi yang berjudul "Pemanfaatan Digital Content Media Sosial Tiktok Dalam Proses Komunikasi Pemasaran Akun LizzyOutfit dengan teori AISAS atau Attention, Interest, Search, Action dan Share, dapat di ambil kesimpulan hasil penelitian yakni dengan melakukan Attention adalah membuat iklan yang mampu menyita perhatian dari sebuah produk pasti harus diperkenalkan kepada target marketnya. Dengan adanya perkenalan itu bisa dilakukan melalui berbagai bentuk kegiatan komunikasi marketing. Iklan bisa berbentuk teks dalam video yang telah dibuat sedemikian rupa dengan tujuan agar konsumen yang melihat produk tertarik untuk membeli. Interest Melalui media sosial juga menjadi platform tersendiri untuk melakukan promosi dan bisnis. Salah satu media sosial yang sering digunakan adalah tiktok. Dalam hal ini, perlu menyusun caption promosi dengan menggunakan kata-kata yang menarik dan menimbulkan ketertarikan kepada produk tersebut.

Pencarian Pengguna TikTok pasti sudah tidak asing lagi dengan fungsi pencarian TikTok, yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mencari jutaan konten tutorial dengan menggunakan kata kunci atau tagar tertentu. Minat melalui media sosial juga merupakan platform lain untuk promosi dan bisnis. Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan adalah tiktok. Dalam hal ini, judul promosi harus dibuat dengan menggunakan kata-kata yang menarik dan membangkitkan minat terhadap produk. Share konsumen menjadi penyampai informasi dengan berbicara pada orang lain atau dengan mengirim komentar dan tayangan di Internet. Pemanfaatan digital content media sosial tiktok sangat berpengaruh dalam menarik perhatian, ketertarikan, tindakan, pencarian dan share untuk melakukan proses komunikasi pemasaran terhadap lizzyoutfit yang di promosikan.

5.2 Saran

1. Hasil dari penelitian ini, pemilik lizzyoutfit diharapkan bahwa promosi melalui media social sangat berguna untuk dalam perekonomiannya sehingga dapat memanfaatkan untuk jangkauan target pasar tersebut.
2. Untuk meraih keuntungan yang lebih maksimal, maka di harapkan dalam memperluas terhadap target sasaran melalui pemanfaatan digital content media social tiktok dikarenakan ada peluang untuk promosikan produk tersebut sehingga produk tersebut menjadi laris. Dengan adanya melalui media social ini turut mendukung dalam proses komunikasi pemasaran seperti memberikan diskon, giveaway beserta memberikan kualitas yang bagus.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi tambahan, bagi para akademisi dibidang yang sama yakni ilmu komunikasi mengenai pemanfaatan pada media sosial tiktok dalam proses komunikasi pemasaran.
4. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan atau bahan rujukan bagi lizzyoutfit untuk memaksimalkan proses komunikasi pemasaran menggunakan media sosial khususnya tiktok.
5. Melakukan live streaming saat berkunjung ketempat penjualan lizzyoutfit agar pengikut yang menonton dapat melihat langsung situasi dan kondisi mempersiapkan produk untuk dijualkan melalui media sosial kemudian tertarik untuk membeli.



