

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berfokus pada analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: Perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia pemasaran, terutama dengan munculnya media baru yang membuat Komunikasi Pemasaran beralih ke ranah digital. Dalam konteks ini, platform media sosial menjadi salah satu alat utama untuk melakukan promosi. Dengan adanya new media ini, persaingan di dunia usaha semakin ketat, memaksa perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk dapat bersaing di pasar. Nyemil Saji, sebagai salah satu perusahaan yang menghadapi tantangan ini, memilih untuk memanfaatkan media TikTok sebagai salah satu platform promosi utama mereka. Selain membuat konten di media sosial TikTok, Nyemil Saji juga melakukan endorsement kepada influencer untuk meningkatkan awareness terhadap produk mereka. Strategi ini dilengkapi dengan penawaran diskon harga, yang bertujuan untuk menarik lebih banyak pembeli.

Dalam proses komunikasi Pemasaran Nyemil Saji melalui pemanfaatan digital marketing, terdapat tahapan-tahapan yang dijalani untuk mempromosikan basreng rendang mereka agar mencapai tujuan dari komunikasi pemasaran digital tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menginformasikan produk basreng rendang kepada konsumen melalui konten di platform TikTok, serta mempromosikannya melalui endorsement kepada influencer. Melalui pendekatan ini, Nyemil Saji berusaha untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan eksposur produk mereka di platform digital.

Pemanfaatan bauran pemasaran dari penelitian di atas berfokus pada promosi dengan menggunakan jenis promosi penjualan. Promosi penjualan tidak hanya berupa penawaran diskon, namun juga melibatkan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan tentang bagaimana Nyemil Saji memasarkan produk

basreng rendang mereka melalui platform TikTok. Isi pesan tersebut berusaha untuk menghimbau audiens agar tertarik untuk membeli produk basreng rendang Nyemil Saji. Dalam hal ini, komunikasi efektif menjadi kunci untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan.

Penggunaan platform TikTok, yang merupakan new media, pada penelitian ini digunakan sebagai saluran untuk menyampaikan informasi komunikasi pemasaran produk basreng rendang. Nyemil Saji memanfaatkan konten Endorsement influencer untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk mereka. Berdasarkan karakteristik new media seperti interaktif, demassification, dan asynchronicity, TikTok dapat diklasifikasikan sebagai representasi dari karakteristik-karakteristik tersebut. Dengan memahami dan memanfaatkan karakteristik ini, Nyemil Saji dapat menciptakan konten yang lebih menarik dan berinteraksi dengan audiens mereka.

Nyemil Saji dalam mempromosikan basreng rendang melalui Platform TikTok berfokus pada promosi dengan cara membuat konten promosi yang dapat menarik perhatian dan meningkatkan kepercayaan audiens yang menggunakan platform TikTok secara aktif. Melalui pendekatan ini, Nyemil Saji berharap untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan penjualan produk basreng rendang mereka. Dengan terus mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik platform digital dan kebutuhan konsumen, Nyemil Saji dapat tetap bersaing dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif



5.2 Saran

Bedasarkan hasil penelitian ada beberapa saran sebagai kesempurnaan dan kelengkapan skripsi penulis, yaitu:

1. Untuk meningkatkan kedekatan dengan konsumen, Nyemil Saji perlu memanfaatkan fitur ulasan yang ada pada aplikasi Tiktok untuk bahan pertimbangan evaluasi, karena hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan serta kepuasan konsumen dalam pelayanan dan produk dari nyemil saji itu sendiri sehingga dapat mempermudah nyemil saji untuk meningkatkan penjualan mellalui platform Tiktok.
2. Nyemil Saji perlu meningkatkan optimalisasi pembuatan konten untuk mendapatkan lebih banyak pengunjung serta guna meningkatkan penjualan melalui Tiktok, sehingga dapat memudahkan konsumen untuk mengenal brand nyemil saji.

