

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini berdasarkan hasil dari penelitian dan juga pembahasan, berikut kesimpulan dalam penelitian :

1. Dalam proses strategi komunikasi pemasaran terdapat tahapan-tahapan sebelum menetapkan strategi apa yang akan digunakan untuk mencapai tujuan dari komunikasi pemasaran. Dalam penelitian ini komunikasi pemasaran itu bertujuan menjaga citra merek pada produk *natural lip* serum milik PT.Jiera Visi Berkarya, akibat adanya kasus pemalsuan produk. Adapun tahapan tersebut terdiri dari *segmenting* dan *targeting* serta *positioning* dan diferensiasi.
2. Pemanfaatan bauran pemasaran dalam menetapkan strategi komunikasi pemasaran dalam penelitian ini berfokus pada promosi dengan penggunaan jenis promosi yaitu promosi penjualan. Pada promosi penjualan tersebut bukan pemberian diskon yang disajikan namun komunikasi. Komunikasi tersebut bertujuan untuk menyampaikan pesan mengenai produk Jiera *natural lip* serum yang palsu. Isi pesan adalah himbauan agar mempercayai dan membeli produk Jiera *natural lip* serum hanya diakun resmi milik PT.Jiera Visi Berkarya.
3. Citra merek pada produk Jiera *natural lip* serum tidak berubah atau sama saja dengan citra yang sudah ada walaupun mengalami kasus pemalsuan produk. Namun terjadinya kasus tersebut bukan berarti tidak berdampak,

dampaknya adalah menimbulkan keraguan konsumen terhadap produk Jiera *natural lip* serum, ditandai dengan banyaknya pertanyaan seputar hal itu kepada Jiera. Maka dari itu menjaga citra merek tetap dilakukan.

4. Penggunaan TikTok yang merupakan *new media* pada penelitian ini adalah sebagai saluran yang digunakan dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran PT.Jiera Visi Berkarya dalam menjaga citra merek pada produk *natural lip* serum. Dalam penggunaan TikTok ini Jiera memanfaatkan fitur *live streaming*. Berdasarkan sifat *new media* yaitu, *interctivity*, *de-massification* dan *asynchronus* maka *live streaming* TikTok termasuk kedalam ketiga sifat tersebut.

5.2. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini berdasarkan pengamatan penulis selama melakukan penelitian pada akun live TikTok *jiera.official*, adalah tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT.Jiera Visi Berkarya menurut penulis yaitu :

1. Pertahankan strategi komunikasi pemasaran yang sudah dilakukan sekarang. Menurut penulis langkah tersebut sudah efektif. Hal ini dikarenakan penggunaan *live streaming* TikTok sebagai media dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran begitu tepat. Memang saat ini masyarakat lebih menyukai hal yang interaktif ketimbang hanya melalui pemberitahuan semata.
2. Berdasarkan hasil wawancara adapun SOP atau standar operasional yang harus diikuti oleh *host* ketika sedang live salah satunya menginformasikan

berulang kepada konsumen agar selalu mempercayai dan membeli Jiera pada akun resmi milik Jiera *Official* dapat ditambahkan lagi, misal melalui *bridging* yang menarik sehingga menarik perhatian penonton saat *live*.

3. Berdasarkan hasil wawancara, *host* melakukan improvisasi dengan menyebutkan perbedaan antara produk asli dan juga palsu, hal tersebut menurut penulis merupakan langkah yang harus dipertahankan untuk *host*. Karna dengan begitu konsumen semakin mendapat informasi.

