

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan TikTok Live oleh akun @mdnisacollection dalam promosi produk mukena, serta untuk mengetahui alasan akun tersebut memilih TikTok Live sebagai media promosi. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa TikTok Live dimanfaatkan sebagai sarana promosi digital yang menggabungkan berbagai strategi komunikasi pemasaran, mulai dari iklan, promosi penjualan, personal selling, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, hingga word of mouth. Melalui siaran langsung, host dapat menampilkan produk secara nyata, memberikan informasi harga, menawarkan promo, serta berinteraksi langsung dengan audiens. Hal ini menjadikan TikTok Live bukan hanya sebagai media untuk memperkenalkan produk, tetapi juga sebagai ruang komunikasi dua arah yang interaktif dan persuasif.

Adapun alasan @mdnisacollection memanfaatkan TikTok Live adalah karena platform ini mampu menjangkau audiens yang lebih luas, menyediakan fitur interaktif yang memudahkan komunikasi, dan memungkinkan berbagai strategi promosi dijalankan dalam satu ruang digital. Faktor lain yang mendukung adalah transparansi produk yang ditampilkan secara langsung serta adanya testimoni dari penonton lain, yang terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan TikTok Live oleh @mdnisacollection merupakan strategi promosi digital yang efektif, baik dalam memperluas jangkauan pasar maupun dalam membangun kedekatan dengan konsumen. Kesimpulan ini secara langsung menjawab tujuan penelitian mengenai bagaimana pemanfaatan TikTok Live dilakukan dan apa alasan penggunaannya dalam promosi produk mukena.

5.2 Saran

Berikut saran yang bisa dilakukan:

1. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, jumlah penonton TikTok Live pada akun @mdnisacollection masih fluktuatif sehingga disarankan agar pemilik usaha lebih konsisten dalam menentukan jadwal siaran serta melakukan promosi pra-live, misalnya dengan mengunggah teaser agar audiens lebih siap mengikuti siaran. Penelitian juga memperlihatkan bahwa host memegang peran penting dalam membangun interaksi dengan audiens, sehingga diperlukan pelatihan komunikasi persuasif dan teknik presentasi produk agar host mampu menjaga perhatian penonton lebih lama. Selain itu, masih ditemukan audiens yang cepat meninggalkan live, sehingga strategi penyajian konten perlu dibuat lebih kreatif, misalnya melalui giveaway, permainan interaktif, atau demonstrasi produk secara langsung. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa testimoni audiens berpengaruh kuat terhadap keputusan pembelian, sehingga penjual perlu mendorong audiens yang puas untuk memberikan komentar positif atau ulasan selama live berlangsung. Mengingat semua elemen bauran promosi berjalan bersamaan di TikTok Live, pemilik usaha disarankan untuk terus mengintegrasikan strategi promosi seperti iklan berbayar, promo diskon, dan word of mouth agar efektivitas promosi semakin maksimal.

2. Saran Akademis

Untuk kepentingan akademis, penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian ini dengan menggunakan objek berbeda, misalnya brand fashion lain atau UMKM di sektor lain, sehingga pemahaman mengenai pemanfaatan TikTok Live menjadi lebih komprehensif. Selain itu, penelitian dengan pendekatan kuantitatif juga diperlukan, misalnya melalui survei kepada audiens atau analisis data statistik TikTok, agar pengaruh live streaming terhadap minat beli konsumen dapat diukur lebih detail. Penelitian ini juga menemukan adanya peran aktif audiens dalam membentuk dinamika promosi melalui komentar, pertanyaan, dan testimoni. Oleh karena itu, penelitian akademis berikutnya dapat menyoroti lebih dalam mengenai bagaimana budaya partisipasi audiens (participatory culture) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan citra merek