

V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa konsistensi konten brand Somethinc di TikTok memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran merek di kalangan Generasi Z. Penelitian ini tidak hanya membuktikan adanya pengaruh secara statistik, tetapi juga menunjukkan bahwa konsistensi konten berkontribusi secara nyata dalam proses pembentukan kesadaran merek. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh serta besarnya kontribusi konsistensi konten terhadap kesadaran merek Somethinc telah tercapai.

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsistensi konten Somethinc di TikTok terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran merek di kalangan Generasi Z. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji regresi linear sederhana dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 serta nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel, sehingga hipotesis penelitian dapat diterima.
2. Konsistensi konten memberikan kontribusi yang kuat dalam menjelaskan variasi kesadaran merek Somethinc. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebagian besar perubahan kesadaran merek dapat dijelaskan oleh konsistensi konten, meskipun masih terdapat faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi.
3. Konsistensi konten berperan sebagai *stimulus* komunikasi dalam kerangka teori *Stimulus –Organism–Response* (SOR). Konten yang disajikan secara konsisten diproses oleh audiens melalui tahapan perhatian dan pemahaman, hingga akhirnya menghasilkan respons berupa kesadaran merek.
4. Kesadaran merek Somethinc terbentuk secara bertahap. Paparan konten yang konsisten mendorong audiens bergerak dari tahap ketidaksadaran merek (*unaware of brand*) menuju pengenalan merek (*brand recognition*),

pengingatan merek (brand recall), hingga prioritas merek dalam benak audiens (*top of mind*).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di peroleh, maka saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Bagi brand Somethinc serta pelaku industri kecantikan, disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan konsistensi konten di platform TikTok, serta menerapkan prinsip yang serupa pada platform media sosial lain yang digunakan oleh brand, baik dari segi kejelasan informasi, pendekatan emosional, maupun gaya kreativitas konten. Konsistensi tersebut terbukti berperan penting dalam membangun dan memperkuat kesadaran merek di kalangan Generasi Z. Selain itu, brand disarankan tidak hanya berfokus pada penciptaan konten yang bersifat viral, tetapi juga memastikan bahwa setiap konten yang disajikan memiliki karakter komunikasi yang selaras, konsisten, dan mudah dikenali oleh audiens.

Bagi praktisi komunikasi dan digital marketing, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam merancang strategi konten yang lebih terstruktur dan berkelanjutan, khususnya pada platform TikTok yang memiliki arus konten cepat serta tingkat persaingan yang tinggi.

2. Saran Akademis dan Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kesadaran merek, seperti *influencer marketing*, *brand engagement*, *electronic word of mouth* (e-WOM), atau kepercayaan merek. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan metodologis yang berbeda, seperti metode kualitatif atau mixed methods, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses kognitif audiens dalam memaknai konsistensi konten.

Selain itu, penelitian di masa depan juga dapat memperluas objek penelitian dengan membandingkan beberapa brand atau platform media sosial yang berbeda,

sehingga hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih luas. Dengan demikian, keterbatasan dalam penelitian ini dapat menjadi peluang pengembangan bagi penelitian selanjutnya guna memperkaya kajian komunikasi pemasaran digital.

