

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial TikTok oleh akun @paiskara dalam membangun *brand awareness* dilakukan melalui strategi komunikasi yang komprehensif dan terstruktur dengan baik. Strategi utama yang diterapkan meliputi keterlibatan aktif dalam interaksi dengan pengikut melalui komunikasi dua arah yang konsisten, transparansi dan kejujuran dalam setiap konten promosi untuk mengurangi ketidakpercayaan, penciptaan komunikasi yang mendalam dan personal untuk membangun koneksi emosional dengan audiens, serta pembentukan identitas online yang khas dan mudah dikenali yang membedakan @paiskara dari influencer lain. Pemanfaatan fitur-fitur TikTok secara strategis seperti tagar yang relevan, suara yang sedang populer, caption yang menarik, waktu posting yang optimal, dan fitur belanja untuk memudahkan transaksi, semuanya dilakukan berdasarkan analisis data untuk memastikan konten mencapai audiens yang tepat pada waktu yang tepat. Keseimbangan konten antara hiburan, edukasi, dan promosi memungkinkan @paiskara mempertahankan tingkat keterlibatan yang tinggi sambil tetap efektif dalam membangun kesadaran merek produk yang dipromosikan.

Berdasarkan teori kesadaran merek yang terdiri dari empat tingkatan yaitu tidak menyadari produk, pengenalan merek, pengingatan merek, dan kesadaran puncak, penelitian ini menemukan bahwa akun @paiskara saat ini berada pada tahap pengenalan merek yang kuat dengan transisi menuju pengingatan merek. Posisi ini ditandai dengan kemampuan audiens untuk mengenali akun @paiskara ketika melihat kontennya di beranda TikTok melalui identifikasi gaya komunikasi, format konten, dan karakteristik khas yang ditampilkan secara konsisten. Meskipun belum sepenuhnya mencapai tahap pengingatan merek di mana audiens dapat secara spontan menyebut

@paiskara tanpa melihat konten visual ketika membahas topik perawatan kulit atau gaya hidup, pertumbuhan yang signifikan dalam waktu singkat dengan 157.600 pengikut dan 15.400.000 suka menunjukkan momentum yang kuat untuk bergeser ke tahap tersebut. Indikator pergeseran menuju pengingatan merek terlihat dari meningkatnya rekomendasi organik dari pengikut kepada orang lain, tingkat keterlibatan yang konsisten tinggi, serta pembentukan komunitas yang solid di mana anggota tidak hanya mengenali tetapi juga secara aktif merekomendasikan akun ini kepada teman dan keluarga mereka.

Keberhasilan membangun pengenalan merek yang kuat ini menjadi fondasi penting untuk mencapai tahap pengingatan merek dan bahkan kesadaran puncak di masa mendatang. Namun, perlu dicatat bahwa konsistensi dalam kualitas konten, keaslian komunikasi, dan keterlibatan dengan komunitas harus terus dipertahankan dan ditingkatkan untuk memastikan pertumbuhan berkelanjutan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa strategi yang fokus pada keaslian dan transparansi lebih efektif dalam membangun kepercayaan jangka panjang dibandingkan dengan pendekatan yang purely komersial. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok untuk membangun kesadaran merek melalui influencer tidak hanya memerlukan strategi teknis, tetapi juga komitmen terhadap hubungan autentik dengan audiens.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada akun @paiskara mengenai pemanfaatan media sosial TikTok dalam membangun *brand awareness*.

1. Pertama, disarankan agar @paiskara memanfaatkan fitur penyimpanan dan pengunggahan ulang konten TikTok yang paling banyak ditonton dan disukai. Hal ini dilakukan agar konten yang memiliki performa tinggi dapat diakses kembali oleh pengikut baru dan dapat meningkatkan visibilitas konten secara berkelanjutan. Dengan menyimpan konten berkinerja tinggi dan mengunggahnya kembali pada waktu yang strategis, @paiskara dapat memaksimalkan jangkauan komunikasi tanpa perlu selalu membuat konten

yang sepenuhnya baru. Strategi ini sangat efektif untuk menjaga momentum keterlibatan dan memastikan pesan penting dapat diakses oleh audiens yang lebih luas, terutama audiens yang baru bergabung dengan komunitas mereka.

2. Kedua, disarankan untuk membuat konten ringkas yang merangkum poin-poin penting dari konten video yang lebih panjang atau kompleks. Jika ada sesi siaran langsung atau konten @paiskara yang dianggap terlalu panjang untuk beberapa audiens, maka dapat dibuat cuplikan-cuplikan video pendek mengenai informasi atau momen penting yang telah disampaikan, kemudian diunggah melalui feed TikTok atau platform lain. Pendekatan ini membantu audiens yang tidak memiliki waktu untuk menonton konten lengkap tetap dapat menangkap pesan utama dan nilai yang ingin disampaikan. Dengan membuat konten ringkas yang fokus dan targeted, @paiskara dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan berbagai preferensi dalam mengonsumsi konten digital.
3. Ketiga, disarankan agar @paiskara melengkapi konten dengan deskripsi atau keterangan tambahan yang detail dan komprehensif yang mencakup poin-poin penting atau ringkasan informasi. Keterangan yang detail dan informatif akan membantu audiens memahami konteks konten dengan lebih baik dan memberikan nilai tambah berupa edukasi yang lebih lengkap. Dengan mengintegrasikan teks deskriptif yang bermakna dan informatif, @paiskara dapat mengatasi keterbatasan isyarat non-verbal dalam komunikasi berbasis media digital dan memastikan pesan tersampaikan dengan jelas kepada semua segmen audiens.

Dengan mengimplementasikan saran-saran yang telah dipaparkan, akun @paiskara diharapkan dapat terus optimal dalam memanfaatkan fitur-fitur TikTok sebagai media komunikasi yang edukatif dan efektif untuk menjalin hubungan yang lebih kuat dengan pengikutnya serta terus membangun *brand awareness* yang berkelanjutan di era digital.