

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

- 1) Strategi komunikasi pemasaran @Kuca.official dalam menarik minat beli konsumen di media sosial tiktok, dapat disimpulkan bahwa kegiatan strategi komunikasi pemasaran untuk menarik konsumen melalui strategi 4P atau Four Ps dari Kotler & Armstrong,(2017) yaitu, strategi produk (*product strategy*), strategi harga (*price strategy*),strategi distribusi (*place strategy*), dan strategi promosi (*promotion strategy*).
- 2) Hadirnya media sosial sebagai media komunikasi pemasaran, Kuca tentunya memiliki beberapa peluang dan tantangan dalam aktivitas pemasaran. Media sosial mempunyai dampak positif atau peluang yaitu penyebaran informasi yang lebih cepat kepada konsumen, menjangkau konsumen dengan area yang lebih luas, dan memberikan lebih banyak pilihan dengan mengkreasikan media yang merupakan kombinasi dari audio, visual, teks dan media interaktif. Selain peluang yang ada pada media sosial tentunya Kuca juga memiliki beberapa tantangan dalam aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan di media sosial diantaranya ialah kemunculan kompetitor baru dengan produk sejenis, konten yang mudah di tiru serta Ketidakmampuan mengikuti perkembangan teknologi.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian lanjutan, dengan cara membahas dan menjabarkan strategi komunikasi yang dilakukan di media sosial Tiktok dan Instagram, agar dapat mengetahui secara luas strategi komunikasi baik yang dilakukan di media sosial Tiktok maupun media sosial Instagram agar mendapatkan hasil yang lebih berguna dan maksimal.

5.2.2 Saran Praktis

Secara praktis peneliti menyarankan kepada pihak Kuca agar dalam menjalankan strategi pemasarannya lebih memperhatikan pada kondisi masyarakat sekarang ini. Selain itu penulis juga menyarankan agar pada strategi promosi sebaiknya melalui *endorsement* oleh *influencer* agar produk dari Kuca lebih kenal luas oleh masyarakat karena dengan demikian mungkin konsumen akan tertarik untuk membeli produk kursi gaming yang telah di *review* oleh *influencer*. Untuk penggunaan media sosial Tiktok sebagai media promosi dan sekaligus media pemasaran, penulis menyarankan agar Kuca lebih aktif lagi untuk memasarkan produknya, seperti membuat konten-konten menarik setiap harinya karena media sosial saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Dengan demikian strategi pemasaran Kuca menjadi lebih efektif dalam memasarkan produknya.

