

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

1. Alasan Optika Lunett menggunakan strategi pendekatan humor dalam meningkatkan *brand awareness* melalui TikTok yakni karena humor mudah diingat dan dipahami, selain itu melakukan strategi dengan pendekatan humor ini dapat memudahkan untuk konten dibagikan. Dengan adanya hal ini, konten humor dapat menjadi bentuk elektronik *word of mouth*. Optika Lunett menjelaskan bahwa *brand*-nya menggunakan pendekatan humor karena supaya lebih *relate* dengan target audiens mereka.
2. Strategi pendekatan humor yang digunakan oleh Optika Lunett dalam meningkatkan *brand awareness* melalui TikTok yakni dengan melihat target audiens mereka sebagai anak-anak yang baru lulus kuliah dan sedang mencari pekerjaan, serta dengan *key message brand*-nya “*Partner in Productivity*” Optika Lunett ingin menjadi teman yang dapat menemani ketika pekerja sedang produktif. Strategi yang dilakukan adalah dengan membuat konten humor bertema ala pekerja urban di Jakarta, yang sehari-harinya mereka berhadapan dengan drama kantor, drama transportasi umum, dan lain-lain.

5.2.1 Saran Akademis

Dari penelitian yang dilakukan dapat berguna bagi mahasiswa yang sedang melakukan penelitian serupa atau bagi yang melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Dari topik yang diangkat serta pembahasan yang telah dipaparkan mampu menimbulkan rasa keingintahuan untuk diadakannya penelitian lanjutan, dengan membahas dan menjabarkan strategi pemasaran konten dengan pendekatan humor melalui TikTok agar mendapatkan hasil yang lebih baik serta maksimal.

5.2.2 Saran Praktis

Secara praktis peneliti menyarankan kepada pihak Optika Lunett agar dalam menjalankan strategi pemasarannya lebih memperhatikan pada pendekatan yang lebih serius agar Optika Lunett dapat dikenal secara luas oleh masyarakat dengan demikian banyak konsumen yang akan tertarik ingin mengetahui apa itu Optika Lunett, produk apa yang dijual Optika Lunett, serta melakukan pembelian produk Optika Lunett. Selanjutnya, pada penggunaan media sosial sebagai media promosi sekaligus media pemasaran peneliti menyarankan agar Optika Lunett dapat lebih aktif menggunakan media sosial lainnya, tidak hanya di TikTok saja. Selain memberikan konten yang menghibur tetapi sebuah *brand* juga harus dapat mempersuasif konsumen agar konsumen lebih cepat melakukan kegiatan pembelian. Dengan demikian pendekatan humor tidak hanya menghibur tetapi juga dapat mempersuasif konsumen untuk melakukan pembelian.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA