

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran *Host* Produk Kecantikan Melalui *Tiktok Live*” bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *host live* di bidang kecantikan melalui aplikasi *Tiktok Live*. Berdasarkan hasil dari FGD (*Focus Group Discussion*) dan juga observasi yang dilakukan oleh peneliti menemukan temuan yang menarik dan memenuhi aspek *personal selling*, *interactive marketing*, dan memiliki strategi komunikasi pemasaran yang menjadi daya tarik dari *host live* kecantikan serta mendapatkan temuan tambahan baru dengan menghubungkan pada fenomena *gift* yang saat ini banyak terjadi pada *Tiktok Live*. Temuan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Host live* yang mempromosikan produk kecantikan memiliki *personal selling* yang memberikan ciri khas berbeda dalam mempromosikan produknya, selain itu juga setiap *host* akan sebagai komunikator akan menyampaikan informasi terkait produk kepada *audience* melalui media yaitu *Tiktok Live*. Hubungan yang menggunakan perantara ini dapat menjadi temuan bahwa *personal selling* tidak hanya dilakukan secara bertatap muka saja tapi juga bisa menggunakan media yang didalamnya tetap ada hubungan timbal balik antara yang komunikator dengan komunikan.
- 2) *Host Live* kecantikan tidak hanya memasarkan produk saja selama melakukan *live streaming* tapi juga memberikan kegiatan interaktif yang dapat dilakukan oleh *audience* dengan cara tap like, voting dan juga komentar selama *live* berlangsung. Hal tersebut membangun *interactive marketing* antara *host live* dengan *audience* yang mengikuti *live* tersebut, hubungan ini tidak hanya sekedar penjual dan pembeli saja tapi bisa berdiskusi lebih dalam yang menjadikan

mereka dekat seperti sedang berdiskusi dengan teman yang dapat bertanya terkait kendala dan juga keadaan seputar kecantikan dengan host live tersebut. Tidak jarang audience melihat host live sebagai orang yang mengerti tentang kecantikan dan juga produk yang sesuai dengan mereka.

- 3) *Host Live* melakukan strategi komunikasi *personal selling* yang terkonsep dan terencana dengan memperhatikan nilai-nilai yang menjual produk dengan cara yang *soft selling* maupun *hard selling*. Perencanaan strategi komunikasi dengan memanfaatkan intonasi dan artikulasi kata yang menekankan pada kata-kata yang mengundang daya tarik *audience* terhadap *live* yang sedang berlangsung. Selain itu penampilan juga turut masuk direncanakan agar menambah menarik *live* yang berlangsung dan memberikan sensasi baru dalam hal pemasaran produk kecantikan.
- 4) Penemuan tambahan yang mengabungkan dengan fenomena yang ada saat ini saweran *online* atau *gift* tidak hanya diberikan kepada *live streaming* yang melakukan hiburan saja tapi juga bisa kepada yang melakukan *live shopping* yaitu mereka yang memasarkan produk juga bisa menerima *gift*. *Gift* sendiri diberikan dengan berbagai motivasi berbeda baik dari sisi simpati dan juga aspirasi dengan memberikan dukungan, serta ada yang menerima *gift* karena memiliki cara komunikasi yang unik saat melakukan *live*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis untuk penelitian ini adalah harapannya penelitian terkait fenomena yang saat ini sedang terjadi seperti Tiktok Live, Host Live, dan juga fitur yang ada di dalamnya dapat terus dikembangkan dan memperkaya dari sisi komunikasi. Saat ini cara berkomunikasi sudah sangat berbeda dan bergerak dengan cepat mengikuti perkembangan yang ada sehingga metode yang digunakan juga bisa dilakukan dengan banyak cara

yaitu kualitatif, kuantitatif, maupun mix method. Dengan penggabungan dua metode maka dapat memperkaya penelitian dengan hasil yang dapat dilihat tidak hanya dari satu sisi pandang tapi juga dengan beberapa sisi pandang yang mendukung. Universitas Multimedia Nusantara dapat menjadi sarana pemberi informasi terkait hal tersebut dengan memberikan kategorisasi terhadap penelitian terhadap strategi komunikasi yang memanfaatkan media sosial.

5.2.2 Saran Praktis

Harapan peneliti dapat terus adanya pengembangan dalam hal promosi yang dilakukan oleh host live memiliki keberagaman sehingga dapat dilihat hubungan yang telah terjalin dan dilakukan oleh host live saat melakukan siaran dan menyusun strategi pemasaran:

1. *Host live* dapat membuat strategi dan juga konsep sebelum melakukan komunikasi pemasaran dalam mempromosikan produk dan juga dalam hal menciptakan ide baru untuk meningkatkan interaksi saat *live* berlangsung.
2. Sebagai seorang komunikator yang melakukan *personal selling* yang harus mampu untuk menjelaskan dan menjawab setiap pertanyaan yang diberikan. Diharapkan dapat terus meningkatkan kemampuan dalam hal *public speaking* dan juga menjaga interaksi selama *live* berlangsung agar menimbulkan kepercayaan terhadap produk yang dipromosikan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A