

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Toko Mama Gigi selaku *afiliator* telah melakukan strategi komunikasi pemasaran dalam mengemas *live shopping* mulai dari riset audiens dan tren, kurasi produk, penjadwalan *live streaming*, hal tersebut dilakukan untuk pengalaman berbelanja di era digital melalui *live shopping*. Dapat disimpulkan dalam melakukan *live shopping* di *platform e-commerce* perlu memiliki *skill* komunikasi pemasaran yang baik, dalam penelitian ini dilihat dari dua sisi, yakni sisi komunikasi pemasaran Toko Mama Gigi dan sisi *streamer (host)*.

Peran dan keahlian *host* dalam menjalankan *live shopping* sangat penting bagi efektivitas komunikasi pemasaran selama proses pembelian penonton. Keahlian tersebut dinilai dari pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan dalam mempromosikan produk untuk membangun interaksi dengan audiens yang berperan krusial dalam pembelian. Salah satu teknik yang digunakan *host live shopping* yakni *personal selling* dengan melakukan pendekatan secara personal kepada audiens penting untuk meningkatkan daya tarik konsumen hingga mampu membangun kepercayaan yang dibutuhkan untuk membujuk atau mempengaruhi penonton melakukan pembelian.

Berbagai aspek perlu diperhatikan dalam melakukan *live streaming* di *platform e-commerce*, yang utama Toko Mama Gigi membuat konsep atau program *campaign* seperti pada tanggal gajian dan tanggal kembar. Selanjutnya, memberikan promo dan gimik *flash sale* harga termurah dibandingkan kompetitor, menyiapkan *host* yang informatif dan dapat membujuk penonton, memilih kualitas produk yang baik untuk mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan, mempersiapkan studio yang baik, serta menyiapkan konten di sosial media untuk meningkatkan penonton di dalam *live streaming*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dari penelitian yang sudah dilakukan dengan adanya temuan baru dan juga memperkuat hasil penelitian terdahulu, maka diharapkan kedepannya lebih mendalami komunikasi pemasaran digital dalam meningkatkan daya beli konsumen. Penelitian ini masih memiliki batasan dan diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya. Membuka jalan bagi eksplorasi lebih lanjut tentang dinamika antara teknologi *live streaming* dan perilaku konsumen dalam era digital yang terus berkembang serta melibatkan cakupan informan secara lebih luas, dan memahami strategi-strategi *live shopping* lebih mendalam yang diterapkan kreator *live shopping*.

5.2.2 Saran Praktis

Peneliti memberikan saran praktis kepada PT RANS Kekinian Indonesia untuk terus menciptakan inovasi dalam *live streaming* dengan mengikuti perkembangan tren yang ada melalui *social commerce* serta mempertahankan strategi-strategi komunikasi pemasaran baik dari segi *sales promotion* yakni dalam memberikan promo, diskon, produk dengan harga murah namun berkualitas, dan dari segi *host live shopping* untuk terus menjaga kredibilitas dalam menjaga suasana *live shopping* sehingga audiens Toko Mama Gigi kedepannya terus mengalami pengalaman berbelanja yang baik di era digital ini.

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