

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan tujuan utama dari penelitian ini, ditunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Konten TikTok (pesan) Toko Mama Gigi terhadap keterlibatan audiens dan juga ditemukan hasil seberapa besar pengaruh tersebut dalam skala persen. Penelitian dilakukan kepada 161 responden yang merupakan pengikut akun TikTok Toko Mama Gigi dalam kurun waktu 1 tahun. Dalam menjawab beberapa pertanyaan penelitian, ditemukan kesimpulan sebagai berikut.

1. Pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel bebas yaitu konten TikTok terhadap variabel terikat yaitu keterlibatan audiens Toko Mama Gigi. Beberapa jenis Konten TikTok yang diunggah seperti konten trend, keranjang kuning, dan games juga terbukti berpengaruh terhadap keterlibatan audiens seperti menyukai, mengomentari, dan juga membagikan konten, bahkan pada konten games audiens berpartisipasi untuk meramaikan dan ikut bergabung pada games tersebut.
2. Kedua, besarnya pengaruh konten TikTok Toko Mama Gigi terhadap keterlibatan audiens tercatat sebesar 84,9%, yang menunjukkan bahwa kemungkinan adanya common method bias atau kemungkinan situasi aktual dapat lebih rendah atau tinggi yang dihasilkan dari penelitian ini. Selain itu, hasil tersebut juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik audiens yang loyal terhadap Toko Mama Gigi. Hasil dari penelitian ini juga bersifat prediktif dan statik.
3. Ketiga, penelitian ini memiliki keterbatasan pada bagian survei penelitian yaitu survei cross sectional. Survei jenis ini dapat menghasilkan common method bias atau kebiasaan antar hubungan variabel dan kurang menjelaskan secara kausalitas. Kemudian, karena

jangka waktunya hanya 1 kali, survei jenis ini cenderung kurang mengambarkan sebuah tren dan perkembangan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian yang dilakukan tidak dapat digeneralisasi secara luas dikarenakan pada penelitian ini menuju sampel yang spesifik, sehingga penelitian ini dapat berlaku atau dijadikan acuan pada topik yang relevan dan memiliki karakteristik yang serupa. Oleh sebab itu, diharapkan di masa depan untuk dapat lebih banyak mengulik terkait keterlibatan audiens di berbagai media atau platform lainnya dengan tujuan agar semakin memperbanyak rujukan untuk generasi kedepannya terkait dengan keterlibatan audiens di media salah satunya media online seperti platform TikTok. Kemudian, pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengulik lagi topik serupa dengan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengangkat dari sisi persepsi audiens dengan menggunakan *focus group discussion* agar lebih banyak variasi informasi yang didapatkan terutama memahami keterlibatan audiens secara lebih nyata.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini dan penelitian lainnya yang sejenis, ditemukan bahwa beberapa faktor dari konten marketing seperti isi konten, waktu pengunggahan, dan siapa yang membawakan pesan dapat berpengaruh kepada keterlibatan audiens dalam berinteraksi dengan konten. Contohnya, dengan memanfaatkan fitur filter, konten games, dan menggunakan public figure sebagai penyampai pesan. Oleh sebab itu, Toko Mama Gigi dapat mempertahankan dan mengembangkan strategi yang telah dibuat dengan mengekspoler strategi baru yang lebih kompleks dan juga relevan dengan trend menggunakan sumber daya yang dimiliki. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa Konten Marketing Toko Mama Gigi yang meliputi 4 dimensi yaitu emotion, reminder, incentive, dan juga interactive berpengaruh sebesar 84% terhadap keterlibatan audiens.