

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi social media marketing yang diterapkan oleh Ngado.kado pada akun TikTok-nya telah memenuhi unsur-unsur 4C (Context, Communications, Collaborations, dan Connections) secara efektif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Context:** Ngado.kado berhasil menciptakan konten yang relevan dan menarik dengan melakukan analisis audiens dan tren yang ada di TikTok. Penggunaan kombinasi antara konten hardselling dan softselling, serta pemilihan bahasa yang sesuai, telah mampu menarik minat audiens dan memperkenalkan produk dengan cara yang kreatif dan efektif.
2. **Communications:** Interaksi yang terjalin antara Ngado.kado dan konsumen melalui berbagai fitur TikTok, seperti live streaming, direct message, dan komentar, telah membangun komunikasi yang baik dan efisien. Komunikasi yang responsif dan ramah telah meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk Ngado.kado.
3. **Collaborations:** Ngado.kado berhasil memperluas jaringannya melalui kolaborasi dengan influencer dan pembuatan konten

giveaway. Interaksi yang interaktif seperti challenge dan polling juga telah meningkatkan partisipasi audiens, yang berkontribusi pada peningkatan popularitas akun TikTok Ngado.kado.

4. **Connections:** Strategi social media marketing yang matang dan konsisten telah menciptakan hubungan positif antara Ngado.kado dan konsumennya. Aktivitas pemasaran yang efektif telah meningkatkan jangkauan akun TikTok Ngado.kado, yang pada gilirannya meningkatkan minat dan loyalitas konsumen terhadap produk-produk Ngado.kado.

Secara keseluruhan, strategi social media marketing yang diterapkan Ngado.kado telah berhasil menciptakan citra perusahaan yang positif, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan memperluas pangsa pasar.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut adalah beberapa saran untuk Ngado.kado dalam mengoptimalkan strategi social media marketing di masa mendatang:

1. **Peningkatan Kualitas Konten:** Terus tingkatkan kreativitas dalam pembuatan konten dengan mengikuti tren terbaru di TikTok dan mengembangkan ide-ide baru yang dapat menarik perhatian

audiens. Penggunaan teknologi baru dapat dipertimbangkan untuk menciptakan pengalaman yang lebih menarik bagi pengguna.

2. **Evaluasi dan Penyesuaian Strategi:** Disarankan untuk melakukan evaluasi rutin terhadap konten yang telah dipublikasikan untuk memahami preferensi audiens. Data analitik TikTok dapat digunakan untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran dan melakukan penyesuaian strategi sesuai dengan hasil analisis.
3. **Pengembangan Kolaborasi:** Perluas kolaborasi dengan influencer dan konten kreator yang memiliki basis pengikut yang besar dan relevan dengan target pasar Ngado.kado. Selain itu, pertimbangkan untuk bekerja sama dengan merek lain yang memiliki produk komplementer untuk menciptakan kampanye pemasaran yang sinergis.
4. **Fokus pada Pengalaman Pengguna:** Pastikan setiap interaksi dengan konsumen, baik melalui live streaming, komentar, maupun direct message, dilakukan dengan profesional dan responsif. Memberikan pengalaman pengguna yang positif akan meningkatkan loyalitas konsumen dan memperkuat citra positif perusahaan.

Dengan mengimplementasikan saran-saran di atas, diharapkan Ngado.kado dapat terus meningkatkan efektivitas strategi social media marketing-nya dan mencapai kesuksesan yang lebih besar di masa mendatang.