

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis terhadap lima indikator persepsi (stimulus, pengorganisasian, interpretasi, makna, dan respon), dapat disimpulkan bahwa persepsi khalayak terhadap kampanye "Beli Lokal" sangat positif. Kampanye ini berhasil mencapai tujuan yang diinginkan oleh TikTok dan Tokopedia dalam mendorong konsumen untuk mendukung produk lokal. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing indikator:

a. Pengorganisasian

Pengorganisasian kampanye ini dilakukan dengan sangat baik, mencakup pemanfaatan influencer yang memiliki jangkauan luas, penggunaan halaman khusus "Beli Lokal", dan penempatan iklan yang strategis. Influencer membantu menyebarkan pesan kampanye dengan cara yang autentik dan relatable bagi audiens mereka, sementara halaman khusus dan hashtag memudahkan konsumen dalam menemukan produk lokal. Iklan yang ditempatkan secara tepat juga meningkatkan visibilitas kampanye. Pengorganisasian yang rapi dan

b. Interpretasi

Khalayak menafsirkan kampanye ini sebagai ajakan untuk mendukung produk lokal dan memajukan ekonomi nasional. Mereka memahami bahwa kampanye ini bukan hanya tentang pembelian produk, tetapi juga tentang memberikan dukungan nyata kepada pengusaha lokal. Edukasi yang diberikan melalui kampanye ini berhasil mengubah persepsi mereka terhadap produk lokal,

yang sebelumnya mungkin dianggap kurang berkualitas, menjadi produk yang memiliki nilai besar dan penting bagi negara.

c. Stimulus

Kampanye "Beli Lokal" berhasil menggunakan berbagai elemen visual dan promosi yang menarik perhatian khalayak. Diskon yang ditawarkan, tampilan UI/UX yang terintegrasi antara TikTokShop dan Tokopedia, pengkategorian produk yang memudahkan pencarian, serta penggunaan logo dan slogan yang efektif, semuanya berkontribusi dalam menarik minat konsumen. Elemen-elemen ini menjadi stimulus yang kuat, membuat kampanye ini lebih menonjol dan menarik bagi khalayak

d. Makna

Kampanye "Beli Lokal" berhasil memberikan makna yang mendalam bagi khalayak. Mereka merasa bahwa membeli produk lokal adalah bentuk kontribusi positif terhadap ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Kampanye ini juga meningkatkan kesadaran mereka tentang kualitas dan keunikan produk lokal, serta pentingnya mendukung bisnis lokal dalam konteks nasionalisme dan kemandirian ekonomi. Makna yang diambil dari kampanye ini memperkuat motivasi konsumen untuk beralih ke produk lokal

e. Respon

Respon khalayak terhadap kampanye ini sangat positif. Mereka tidak hanya tertarik tetapi juga mengambil tindakan nyata dengan membeli produk lokal dan merekomendasikannya kepada orang lain. Komitmen ini menunjukkan bahwa kampanye berhasil mengubah perilaku konsumen, dari yang mungkin lebih memilih produk impor menjadi pendukung setia produk lokal. Selain itu, adanya keinginan

untuk merekomendasikan kampanye ini menunjukkan bahwa konsumen merasakan manfaat dan kepuasan dari kampanye ini, serta ingin berbagi pengalaman positif tersebut dengan orang lain

Secara keseluruhan, persepsi khalayak terhadap kampanye "Beli Lokal" sangat positif dan sesuai dengan tujuan kampanye. Elemen-elemen kampanye yang dirancang dengan baik berhasil menarik perhatian, mengedukasi, dan memotivasi konsumen untuk mendukung produk lokal. Kampanye ini menunjukkan efektivitas strategi public relations yang diterapkan oleh TikTok dan Tokopedia, serta memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan dukungan terhadap produk lokal di Indonesia. Keberhasilan kampanye ini juga mencerminkan potensi besar dalam memperkuat ekonomi lokal dan nasional melalui dukungan konsumen terhadap produk lokal

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti berdasarkan temuan data yang telah diperoleh

1. Peningkatan Penyebaran Informasi Edukatif

TikTok dan Tokopedia disarankan untuk meningkatkan penyebaran informasi edukatif mengenai kampanye "Beli Lokal". Meskipun kampanye ini sudah mendapat respon positif, beberapa narasumber seperti Afrina merasa bahwa penyebaran informasi edukasi masih kurang. Dengan meningkatkan konten edukatif yang menjelaskan manfaat dan pentingnya mendukung produk lokal, kampanye ini dapat lebih efektif dalam mengedukasi konsumen dan mendorong lebih banyak partisipasi.

2. Kolaborasi dengan Influencer Lokal

Mengingat pentingnya peran influencer dalam menyebarkan informasi dan membentuk persepsi khalayak, disarankan agar kampanye "Beli Lokal" lebih banyak berkolaborasi dengan influencer yang memiliki basis pengikut besar dan reputasi baik dalam mendukung produk lokal. Influencer seperti yang disebutkan oleh narasumber, telah berhasil menarik perhatian khalayak. Dengan melibatkan lebih banyak influencer yang konsisten dalam mendukung produk lokal, kampanye ini dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih beragam.

Implementasi saran-saran ini diharapkan dapat secara signifikan meningkatkan pemahaman khalayak terhadap kampanye "Beli Lokal". Dengan memperkuat strategi komunikasi dan menyesuaikan pendekatan edukatif, kampanye ini akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan pentingnya mendukung produk lokal. Selain itu, saran-saran tersebut bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan audiens, memperluas jangkauan kampanye, dan memperdalam dampaknya terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, kampanye "Beli Lokal" tidak hanya akan mencapai tujuan promosi, tetapi juga membangun kesadaran yang lebih mendalam tentang manfaat ekonomi dan sosial dari membeli produk lokal.