

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V ini adalah suatu akhir dari penelitian yang telah dilakukan oleh Peneliti. Dalam Bab V ini Peneliti pula menjabarkan kesimpulan dari semua hasil penelitian dan juga beberapa saran yang Peneliti berikan untuk brand Shopee No Void Minds, Bluefriday dan Bumi Tauhid dan untuk Peneliti selanjutnya:

5.1 Kesimpulan

1. Siaran langsung di Shopee telah membuka peluang baru bagi brand seperti No Void Minds, Bluefriday, dan Bumi Tauhid untuk berinteraksi dengan konsumen mereka secara lebih langsung dan personal. Dalam siaran langsung, pelanggan tidak hanya menjadi penonton pasif tetapi juga dapat berpartisipasi aktif dengan mengajukan pertanyaan atau memberikan komentar yang segera ditanggapi oleh host. Interaksi semacam ini menciptakan suasana yang lebih hidup dan dinamis, membuat pelanggan merasa terlibat dan dihargai. Akibatnya, mereka menjadi lebih terhubung dengan brand, yang dapat meningkatkan loyalitas dan kecenderungan untuk melakukan pembelian di masa depan. Dengan menyediakan platform di mana pelanggan dapat merasakan hubungan yang lebih dekat dengan brand, siaran langsung tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran tetapi juga sebagai sarana untuk membangun komunitas pelanggan yang lebih erat.
2. Salah satu tantangan terbesar dalam belanja online adalah meyakinkan pelanggan untuk percaya pada produk yang mereka tidak dapat lihat atau sentuh secara langsung. Siaran langsung memberikan solusi untuk tantangan ini dengan menawarkan demonstrasi produk secara real-time, yang memungkinkan pelanggan

untuk melihat produk dalam kondisi sebenarnya dan sebanding dengan biaya produk yang telah mereka keluarkan.

3. Dengan menunjukkan cara penggunaan, fitur-fitur, dan manfaat produk atau lainnya, siaran langsung brand Shopee No Void Minds, Bluefriday dan Bumi Tauhid memberikan gambaran yang lebih jelas dan konkret kepada konsumen, sehingga mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan keyakinan mereka dalam melakukan pembelian. Selain itu, kemampuan host untuk menjawab pertanyaan secara langsung dan transparan juga membantu menghilangkan keraguan yang mungkin dimiliki konsumen. Hasilnya adalah peningkatan kepercayaan yang lebih besar terhadap brand Shopee, yang sangat penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang yang positif dengan para pelanggannya.
4. Komunikasi dalam siaran langsung tidak hanya sekadar menyampaikan informasi produk, tetapi juga melibatkan audiens dalam dialog yang aktif. Host brand Shopee No Void Minds mampu berkomunikasi dengan jelas, menunjukkan empati, dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan sigap dan akurat dapat menciptakan suasana yang kondusif untuk keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, *host live* Bluefriday dan Bumi Tauhid ditemukan melakukan gaya komunikasi interaktif ini sangat efektif dalam menarik perhatian pelanggan dan membuat mereka merasa lebih nyaman dan yakin dalam memilih produk. Dengan demikian, siaran langsung tidak hanya menjadi media promosi dari brand Shopee No Void Minds, Bluefriday dan Bumi Tauhid tetapi juga alat untuk membangun kepercayaan dan memberikan pengalaman yang lebih kaya kepada konsumen dari tiap brand yang berbeda ini. Ini membuktikan bahwa komunikasi dua arah yang terbuka dan responsif adalah

kunci dalam menciptakan minat beli yang kuat.

Di era digital yang semakin lama semakin kompetitif, penggunaan teknologi inovatif seperti siaran langsung menjadi sangat penting bagi keberhasilan strategi pemasaran. Teknologi ini memungkinkan brand Shopee No Void Minds, Bluefriday dan Bumi Tauhid untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih personal dan interaktif. Melalui siaran langsung, brand Shopee ini dapat menyampaikan pesan mereka secara lebih langsung dan efektif, sambil memberikan pengalaman yang lebih nyata kepada para pelanggannya. Penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi siaran langsung tidak hanya membantu brand No Void Minds, Bluefriday dan Bumi Tauhid dalam meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga dalam memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan memberikan pengalaman yang lebih kaya dan mendalam, siaran langsung dapat membantu brand ini untuk tetap relevan di pasar yang berubah cepat dan penuh tantangan.

5.2 Saran

Setelah Peneliti selesai melakukan proses penelitian, Peneliti dapat memberikan beberapa saran yang mungkin bisa dipertimbangkan oleh brand Shopee No Void Minds, Bluefriday dan Bumi Tauhid dan bagi Peneliti selanjutnya, diantaranya:

5.2.1 Saran Bagi Brand Shopee No Void Minds, Bluefriday dan Bumi Tauhid

1. Pastikan konten yang disiarkan langsung menghibur selain menjual produk dari brand No Void Minds, Bluefriday. Bisa dengan mengadakan poling. Ini akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan keterlibatan merek. Untuk brand Bumi Tauhid bisa melakukan voting untuk memilih surat apa yang ingin dibacakan.

2. Pertimbangkan untuk bekerja sama dengan influencer atau merek lain dengan segmen pasar yang sebanding untuk brand No Void Minds dan Bumi Tauhid. Kolaborasi ini dapat membantu memperluas jangkauan audiens dan membuat merek lebih dipercaya oleh pelanggan baru.
3. Berikan program loyalitas khusus untuk penonton setia brand No Void Minds, Bluefriday dan Bumi Tauhid yang sering mengikuti sesi live. Mereka yang aktif berpartisipasi selama sesi siaran langsung sedang berlangsung bisa dapat menerima hadiah atau diskon khusus.

5.2.1 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Agar hasil penelitian lebih representatif dan generalisabel, pertimbangkan untuk menggunakan sampel yang lebih besar atau lebih beragam.
2. Untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih beragam dan inovatif, bisa berkolaborasi dengan ahli dari berbagai bidang, seperti teknologi, psikologi, dan pemasaran digital.
3. Untuk mempermudah studi lanjutan, dokumentasikan proses penelitian lebih mendalam, termasuk kesulitan yang dihadapi dan solusinya.