

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang ada pada BAB IV, maka kemudian peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi yang dilakukan oleh bagian marketing Hotya, Periklanan atau *Advertising* melalui media sosial tiktok @hotya.id dengan mengolah konsep iklan dengan unsur komedi dan edukasi seputar bahan makanan yang akan diterbitkan atau di *upload* dengan matang berupa konten ataupun *live streaming*. Pemanfaatan Algoritme media sosial dengan penggunaan #hastagh dan sound viral agar FYP juga pemilihan/menetapkan durasi yang digunakan yaitu 15-60 detik.
2. Promosi penjualan atau *Sales Promotion* dengan melakukan, pemanfaatan fitur fitur yang terdapat pada *platform* media sosial tiktok yaitu live streaming dan memberikan penawaran menarik berupa voucher diskon makan kepada viewers dan juga melakukan *feedback talk* secara rutin dengan *viewers* atau calon konsumen demi terciptanya sebuah kedekatan antara viewers dan hotya.
3. Penjualan Personal atau *Personal Selling* dengan menjual hal lain selain daripada produk yang ditawarkan, melainkan personal citra dari brandnya juga karyawan hotya terhadap konsumen maupun calon konsumen terutama Admin dan *Host live streaming* dalam menghadapi segala situasi di media sosial.

4. Pemasaran langsung atau *Direct Marketing* dengan membuat sistem yang terstruktur untuk mencari calon konsumen yang memiliki potensi yang baik dalam *influence* banyak orang seperti mengajak Kolaborasi *influencer Marketing* yang *followersnya* punya *interest* besar terhadap kuliner.
5. Hubungan Masyarakat atau *public relations* menjaga hubungan baik dengan *viewers* dan calon konsumen pada *platform* media sosial tiktok juga menjalin kerjasama dan kegiatan amal positif dengan para *influencer food vlogger* maupun *viewers* Tiktok.

Dengan demikian Hotya peneliti anggap sudah melakukan penerapan strategi promosi yang dilakukan pada media sosial tiktok yang tentunya sesuai dengan aspek aspek media sosial *platform* media sosial lain yang tentunya bertujuan untuk meningkatkan penjualan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam usaha peningkatan penjualan melalui media sosial Tiktok bagian marketing hotya tidak melulu *live streaming* tapi seharusnya memperbanyak konten videonya, minimal harus sebanding antara *live streaming* dan konten video. Dan harus selalu ikuti trend contoh seperti musik musik yang viral.
2. Jika hotya ingin mengejar masa yang besar untuk mendapat masa yang tepat hotya bisa mendaftar kan akunnya Tiktok Ads, karena dengan Tiktok Ads kita dapat mengontrol sejauhmana masa yang ditargetkan bisa seputaran

bandung atau bahkan luas dan dimana Tiktok Ads merupakan platform kuat yang dapat membantu brand untuk mendapatkan perhatian dari jutaan pengguna tiktok dan mampu menargetkan audiens perusahaan berdasarkan jenis kelamin, lokasi, usia, minat, dan variabel unik lainnya.