

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dalam memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media promosi, Gembul Foodie telah menerapkan indikator promosi secara *online* teori Rangkuti. Terdapat 5 indikator promosi secara online yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), pemasaran langsung (*direct marketing*) dan penjualan perseorangan (*personal selling*). Dari kelima indikator tersebut, pada penerapan promosi online oleh Gembul Foodie di akun TikToknya, indikator yang paling menonjol terletak pada promosi penjualan (*sales promotion*) dan hubungan masyarakat (*public relation*).

Berdasarkan indikator yang telah dijelaskan dalam teori Rangkuti dalam promosi penjualan (*sales promotion*), Gembul Foodie telah menerapkan indikator yang berupa menawarkan penawaran menarik kepada klien seperti menerapkan perbedaan harga untuk brand besar dan brand kecil, melakukan kerjasama dengan pelaku usaha kuliner saat mengadakan *giveaway* dengan hadiah voucher makanan, serta menawarkan pembuatan konten secara cuma-cuma kepada pelaku usaha. Sedangkan pada hubungan masyarakat (*public relation*) indikator yang telah diterapkan oleh Gembul Foodie digolongkan pada dua kategori yakni hubungan masyarakat internal dan hubungan masyarakat *eksternal*. Hubungan *internal* meliputi Kerjasama dengan *klien* atau pelaku usaha kuliner, kegiatan yang dilakukan oleh Gembul Foodie adalah memberikan edukasi kepada klien. Pada hubungan *eksternal*, Gembul Foodie melakukan kegiatan komunikasi yakni memberikan respon atas pertanyaan dan pernyataan yang ada di kolom komentar maupun di kolom pesan langsung. Dengan itu komunikasi antar Gembul Foodie dengan *klien* maupun *audience* dapat terjaga dengan baik.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian pada BAB IV, terdapat beberapa saran yang peneliti berikan mengenai penggunaan media sosial TikTok akun @gembulfoodieeee sebagai media promosi, diantaranya:

1. Bagi akun TikTok @gembulfoodieeee

Gembul Foodie sudah melakukan tahapan promosi online yang benar sesuai teori Rangkuti, akan tetapi dalam penerapannya Gembul Foodie diharapkan lebih memaksimalkan lagi penggunaan fitur yang telah disediakan oleh TikTok. Seperti fitur TikTok Live, kedepannya penulis berharap pihak Gembul Foodie dapat melakukan hunting kuliner yang didokumentasikan melalui TikTok Live sehingga *audience* dapat merasakan langsung rasanya hunting kuliner yang dilakukan oleh Gembul Foodie. Selain itu penulis juga berharap Gembul Foodie lebih menekuni lagi dalam promosi digital ini karena perkembangan teknologi yang terus meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk membahas mengenai pengaruh dari konten promosi kuliner oleh Gembul Foodie terhadap minat beli *followers* dengan cara menyebarkan kuisioner kepada *klien* serta *audience*. Sehingga melalui metode tersebut diharapkan memperoleh data secara komprehensif dan dapat mengukur tingkat seberapa pengaruhnya konten kuliner yang dilakukan oleh Gembul Foodie terhadap minat beli *followers*.