

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi *content creator* dalam meningkatkan *Key Performance Indicator* (KPI) TikTok Travelxism. Kesimpulan ini dibuat berdasarkan dari hasil wawancara bersama dengan narasumber yang merupakan *content creator* TikTok serta mentor divisi sosial media Travelxism mengenai strategi komunikasi yang mereka gunakan agar dapat meningkatkan KPI TikTok Travelxism.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dan berdasarkan dari data yang diperoleh dari lapangan maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Mengenai komunikator pada TikTok Travelxism, *content creator* memperhatikan kredibilitas konten yang mereka buat melalui pembuatan *content plan*, melakukan riset serta mencari referensi dari sumber terpercaya. Selain itu, *content creator* juga memperhatikan daya tarik konten dari segi penggunaan lagu, *copywriting*, penggunaan *hashtag* dan pengambilan visual yang menarik.
2. Mengenai pesan komunikasi pada TikTok Travelxism, *content creator* memproduksi konten dengan beberapa topik seperti rekomendasi kuliner, tempat wisata serta kegiatan anak magang di Travelxism. Gaya bahasa yang mereka gunakan kekinian dan menjalin komunikasi dengan audiens secara ramah serta sopan.
3. Mengenai media komunikasi, *content creator* menggunakan sosial media TikTok dalam memberikan beberapa informasi yang ada pada konten. Teknik atau konsep konten yang digunakan meliputi bentuk video serta *slide* foto.
4. Mengenai khalayak sasaran pada TikTok Travelxism, audiens yang mereka miliki didominasi oleh para anak muda atau Generasi Z yang sangat cepat mengikuti tren di sosial media.

5. Penentuan KPI sosial media TikTok Travelxism sudah sesuai dengan penerapan metode *Specific, Measurable, Attainable, Realistic* dan *Timely* (SMART). Target KPI sosial media TikTok Travelxism sebesar 20% dan harus dicapai setiap bulannya. Pelaksanaan evaluasi juga dilakukan untuk melihat perkembangan atau *progress* dari konten TikTok yang dibuat. Terbukti bahwa strategi komunikasi yang diterapkan melalui konsep *slide* foto dapat mencapai bahkan meningkatkan KPI sosial media TikTok Travelxism.

## 5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga, komunitas serta berbagai pihak yang saling berkaitan dengan penelitian ini. Setelah peneliti menyelesaikan pembahasan pada skripsi ini, maka pada bab penutup akan dikemukakan saran-saran sesuai dengan hasil pengamatan dalam pembahasan skripsi ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran untuk *content creator* TikTok Travelxism

1. Saran dari penelitian ini sebaiknya *content creator* TikTok Travelxism lebih memaksimalkan penggunaan konsep *slide* foto sebagai sebuah strategi dalam pembuatan konten karena sedang viral di kalangan anak muda.
2. Topik yang dibahas masih seputar rekomendasi kuliner, wisata dan kegiatan magang saja. Perlunya ditambah variasi konten mengenai isu "*sustainable tourism*" yang sesuai dengan visi misi dari Travelxism.
3. Perlunya konsisten dalam penjadwalan pembuatan konten karena masih belum stabil waktunya jika dilihat dari *content plan* yang dibuat.

### 5.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan kajian atau penelitian yang sama dapat mengembangkan penelitian pada sisi efektivitas penggunaan konsep *slide* foto sebagai strategi pembuatan konten di sosial media TikTok untuk mengetahui seberapa efektif konsep ini dibanding dengan konsep video biasa.