

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa konten KOL *Campaign Sutary Family* dalam membangun *customer journey* melalui konten KOL *campaign* dalam konten kreatif di platform media sosial TikTok telah menerapkan metode 5A Philip Kotler diantaranya Awareness, Appeal, Ask, Action, Advocate. Dan *sutary family* memiliki peran signifikan sebagai sumber informasi yang dianggap kredibel dan mampu meyakinkan audiens

*Sutary family* (KOL) dalam proses pemasarannya pertama kali ialah dengan meningkatkan kesadaran tentang merek atau produk melalui video yang menarik, menghibur, atau informatif. *Sutary Family* memiliki sinematografi dan pengambilan gambar yang beragam. Karena pada tema yang mereka jual ialah berjenis Fun Daily, Vlog, Selfie, Live Streaming, Dan Sinematik.

Selain itu, promosi KOL menggunakan sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Dalam situasi tersebut akan membuat calon pembeli merasa dilema. Namun, untuk menangani situasi tersebut KOL *sutary family* mensiasatinya dengan membuat satu sampai dengan lima konten, hal ini diupayakan calon pembeli dapat selalu mengingat dan focus pada produk yang dipasarkan, dan meminimalisir pembelian produk yang serupa. Sehingga membantu calon pelanggan dalam membuat keputusan yang lebih terinformasi.

KOL *sutary family* pada umumnya memanfaatkan alat yang terdapat dalam media sosial Tiktok yang telah memiliki ruang untuk berkomentar antar sesama pelanggan maupun antara penjual dan pembeli. Dalam membujuk pembeli, yaitu dengan melakukan memberikan rekomendasi langsung dari pengguna yang telah mencoba produk atau layanan yang biasa disebut Testimonial.

Penting bagi *sutary family* mempertahankan integritas merek dan mematuhi pedoman dan etika TikTok. *Sutary family* juga memiliki tanggung jawab kepada

pengikutnya. Maka hal ini menjadi tugas KOL untuk selalu mengingatkan calon pembeli dan tegas dalam memasarkan produk yang original atau bukan barang palsu.

Integritas yang dijaga oleh *sutary family* dapat menjadi andalan tahapan dimana kepuasan pelanggan, membuat pelanggan mengembangkan loyalitasnya terhadap suatu *brand* dan pemberi rekomendasi yang antusias yang secara spontan merekomendasikan brand yang dipasarkan *sutary family* kepada orang lain

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah selesai dilakukan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi K.O.L DCT Agency diharapkan dapat memperluas pangsa pasar lagi dengan memperbanyak pengikut di media sosial dan membuat konten pemasaran yang lebih kreatif lagi agar dapat meningkatkan minat klien untuk menggunakan konten KOL DCT Agency.
2. Bagi pemerintah diharapkan dapat lebih memperhatikan pekerja kreatif dengan melakukan dan memfasilitasi kebutuhan *Sector Industry kreatif* dimasing-masing bidangnya, salah satunya meningkatkan daya guna jasa *Agency Multi Channel Network (MCN)* sehingga dapat membantu perekonomian industri kecil menengah dan pengusaha.
3. Penulis selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih lanjut mengenai pemasaran *online* dalam membangun *Customer Journey* dengan menggunakan metode analisis yang berbeda. Serta penulis selanjutnya dapat serta menambahkan metode lain yang dapat mempengaruhi peningkatan membangun *costumer journey* di media sosial lainnya.