

BAB V PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Pemanfaatan TikTok @ecc.co.id dalam meningkatkan jumlah member baru diterapkan ECC mengacu pada *Four Pillars of Content*, yaitu *Educational Content*, *Promotional Content*, *Conversational Content*, dan *Entertainment Content*. Dengan kombinasi keempat pilar ini, ECC mampu menciptakan interaksi, meningkatkan *engagement*, serta memperluas jangkauan pemasaran secara lebih luas. Dengan membuat konten yang kreatif, informatif, dan relevan dengan kebutuhan target audiens, khususnya mahasiswa dan pencari kerja. PT *Engineering Career Center* memanfaatkan fitur-fitur seperti penggunaan hastag (#), penggunaan sound viral, serta penggabungan konsep dengan tren yang sedang berlangsung untuk menyampaikan informasi seputar dunia kerja, tips & trik dan promosi layanan ECC secara menarik dan mudah dipahami. Selain itu, penggunaan fitur *boost konten* melalui TikTok Ads juga menjadi salah satu cara yang digunakan oleh ECC dalam memperluas jangkauan audiens. Video yang sudah memiliki jumlah *views* tinggi dilakukan tindakan *boost* konten agar jumlah *views* lebih tinggi lagi. Dengan konten yang FYP dan jangkauannya menjadi lebih luas sehingga meningkatkan peluang audiens untuk mendaftar sebagai member baru.

Menurut temuan diatas, dari semua jenis konten yang dibuat oleh ECC, yaitu konten hiburan, edukasi, kemudian konten produk dan juga konten lowongan pekerjaan akan lebih maksimal jika dilakukan *Boost* konten melalui TikTok Ads, Hal tersebut dikarenakan dapat mendongkrak jumlah *views* dan memperluas jangkauan audiens.

5.2 SARAN

5.2.1 Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan untuk pengembangan lebih lanjut, baik bagi pihak terkait maupun bagi penelitian selanjutnya. Bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian, disarankan untuk melakukan kerja sama dengan *influencers* di bidang karier dan pengembangan diri, karena berdasarkan hasil penelitian bahwa ECC kekurangan Gen-Z untuk menjadi talent dalam pembuatan video konten. Kolaborasi ini akan membantu memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kepercayaan calon member baru terhadap layanan yang ditawarkan ECC. Selanjutnya perlu adanya data jumlah member yang menunjukkan member tersebut bergabung melalui *platform* media sosial TikTok atau media sosial lainnya yang digunakan untuk menarik member baru, supaya dalam penelitian selanjutnya data yang diperoleh lebih spesifik dan memudahkan dalam penelitian.

5.2.2 Akademis

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan studi dengan meneliti pemanfaatan promosi melalui TikTok dalam jangka waktu yang lebih panjang, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dampak platform ini terhadap pertumbuhan jumlah member baru. Selain itu, penelitian di masa depan juga dapat mempertimbangkan analisis yang lebih komprehensif dengan membandingkan efektivitas TikTok dengan platform media sosial lainnya. Dengan adanya saran ini, diharapkan penelitian selanjutnya dapat semakin menyempurnakan kajian dalam bidang yang diteliti serta memberikan manfaat lebih luas bagi akademisi.