

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Media Promosi Kuliner di Kota Padang (Studi Kasus pada Akun @awlaparr)”, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan konten sebagai media promosi oleh @Awlaparr menunjukkan bahwa model *The Sircular Of SOME* dilakukan sebagai upaya dalam mengoptimalkan pengelolaan media sosial TikTok @awlaparr. Terdapat empat tahapan dalam pemanfaatan konten yang dilakukan @awlaparr. Pertama *share*, Tahap ini @awlaparr menggunakan TikTok sebagai media penyebaran informasi kuliner dengan rate 9,5 juta per konten berdasarkan besarnya antusias pengguna media sosial TikTok dan algoritma TikTok memberikan kesempatan viral bagi setiap pengguna. Konten yang disebarakan menjadi penghubung antara @awlaparr dengan audiens nya serta hubungan kerjasama yang baik antara @awlaparr dengan para pemilik usaha. Pada tahap ini @awlaparr menyebarkan informasi yang benar adanya dengan pemberian pendapat dan penilaian untuk mempertahankan kepercayaan audiens. Kedua *optimize*, pada tahap ini @awlaparr mendengar dan mencari informasi terkait produk – produk kuliner yang diminati audiens pada media sosial TikTik. Pengoptimalan dilakukan pada konten dengan melewati proses revisi untuk hasil yang maksimal dan penggunaan fitur insigh, pemilihan hastag

yang sesuai, serta pembuatan caption yang interaktif. Ketiga *manage*, pengelolaan media sosial yang dilakukan @awlaparr terbagi menjadi 3 tahapan yaitu *media monitoring*, *real time interaction* dan pemberian *quick respond*. Tim @awlaparr memperhatikan jumlah *feedback* yang didapat melalui fitur *like*, komentar, *save* dan *share*. Selain itu, pengelolaan secara langsung juga dilakukan pada interaksi melalui *live streaming*. Namun, tidak secara rutin dilaksanakan dan balasan komentar penonton oleh @awlaparr pada 10 – 30 menit pertama setelah konten diunggah guna membangun kedekatan dengan para pengikutnya. Keempat *engage*, pada tahap ini @awlaparr belum mengoptimalkan *influencer relation* dan hanya berfokus pada *internal influencer*. Upaya dalam melibatkan pengguna media sosial dilakukan dengan mendahulukan konten dengan produk viral dibandingkan program pada akun @awlaparr, menggunakan *hook* yang berhubungan dengan harga murah untuk meningkatkan minat penonton, konsisten membagikan konten dan membuat konten yang menarik berdasarkan hasil riset pada insigh media sosial TikTok untuk mengetahui karakteristik audiens dari akun @awlaparr. Penyebaran konten menjadi kekuatan terbesar akun @awlaparr dibanding 3 aspek lainnya. Secara garis besar @awlaparr cenderung lebih kuat pada tahapan *share* karena berfokus pada penyebaran konten dibandingkan dengan keterlibatan penonton. Upaya tersebut memberikan keuntungan bagi @awlaparr dan tim dalam menyuguhkan karya terbaik untuk audiensnya.

2. Keterlibatan pada pemanfaatan media sosial TikTok oleh @awlaparr terbagi menjadi keterlibatan positif dan keterlibatan negatif. Konten @awlaparr dinilai cukup menarik dalam penyampaian isi dan pengemasan visual yang kekinian. Informan memandang akun @awlaparr konsisten dalam penyebaran konten setiap harinya dengan produk yang variatif. Bukan hanya memuat informasi terkait kuliner lokal di Kota Padang, namun juga menyuguhkan produk yang diminati pengguna TikTok secara nasional. Respon positif juga terdapat pada pemberian pujian melalui fitur *like*, komentar, *save* dan *share* yang memungkinkan para pengguna melakukan percakapan, dan penyebaran kembali terkait konten yang ditonton. Tindakan keterlibatan ini memberikan kekuatan kepada konten berdasarkan algoritma TikTok yang *memandang user interaction* sebagai hal penting pada penyebaran konten. Sedangkan respon negatif terdapat pada penilaian atas konten @awlaparr yang kaku dan tidak interaktif. Konten @awlaparr dipandang hanya menjual produk secara langsung yang dianggap kurang menarik apabila produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan kebutuhan audiens.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan analisa yang telah dilakukan. Dengan melihat hasil penelitian yang telah di bahas pada bab sebelumnya, Maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pemanfaatan konten sebagai media promosi oleh @Awlaparr diharapkan dapat maksimal secara merata baik dari segi konten maupun keterlibatan dengan penonton.

2. Bagi pengguna media sosial TikTok, terkhusus penonton konten TikTok @awlaparr, diharapkan memberikan respon yang membangun agar berdampak pada peningkatan pada minat penonton dan kesejahteraan pada pelaku usaha dalam pengembangan produk lokal
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan adanya pembaharuan dan tidak hanya terfokus pada pemanfaatan konten sebagai media promosi saja tetapi juga dari sudut pandang lain. Sehingga dapat memberikan berbagai sudut pandang untuk mencapai hasil yang lebih maksimal.

