

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada skripsi ini yang berjudul "Tik Tok Sebagai Media Strategi Komunikasi Pemasaran (studi pada akun Gozeal)» Dalam memasarkan produknya, dapat ditarik Kesimpulan dari (STP) *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* dalam konteks brand Gozeal adalah sebagai berikut:

1. Segmenting:

Gozeal menawarkan berbagai produk *clothing* line dengan desain fashionable dan berkualitas. Produk-produk Gozeal ditargetkan untuk pria dan bisa di pakai ole wanita juga termasuk remaja dan pria/wanita dewasa. Brand in fokus pada segmentasi berdasarkan gaya berpakaian yang mencakup berbagai kombinasi warna, desain, dan detail yang berbeda.

2. Targeting

Target pasar Gozeal mencakup untuk kalangan usia dari 17-30 Tahun terutama kalangan remaja pria dan wanita dewasa. Produk Gozeal cocok digunakan dalam berbagai konteks, seperti acara keluarga, jalan bersama pasangan, ke kampus, atau saat bekerja di kantor. Penargetan dapat dilakukan dengan menggunakan model atau arts yang memiliki postur tubuh ideal untuk mempromosikan produk tersebut.

3. Positioning:

Gozeal memposisikan produk-produknya sebagai pilihan yang cocok untuk pria yang ingin terlihat rapih, berwibawa, dan elegan. Produk Gozeal menggunakan bahan berkualitas seperti 100% cotton

poly blend untuk kenyamanan dan tahan keringat. Pemasaran produk Gozeal dapat dilakukan dengan menonjolkan keunggulan produk, seperti desain kemeja yang rapat, presisi jahitan, dan siluet yang menciptakan ilusi tubuh yang lebih proporsional. Secara keseluruhan, Gozeal memiliki segmentasi yang mencakup berbagai gaya pakaian, target pasar yang melibatkan berbagai kelompok usia pria/wanita, dan posisi sebagai penyedia pakaian berkualitas tinggi dengan desain yang cocok untuk berbagai kesempatan

Faktor Hambatan dan pendukung dalam menarik minat pemasangan iklan, dari hambatannya sendiri ada pada koneksi jaringan yang kadang mempengaruhi penjualan saat sedang live dan mengupload konten, meskipun zaman sekarang sudah di dukung oleh jaringan yang kuat tapi tidak dapat dipungkiri bahwa kesalahan jaringan maupun gangguan-gangguan lainpun masih tetap ada. Faktor pendukung penjualan online terdapat dari sisi fleksibilitas yang mudah dijangkau oleh pelanggan, hanya dengan membuka smartphone saja sudah bisa memesan atau membeli barang yang diinginkan tanpa harus datang ketoko tersebut.

B. Saran

Peneliti menyimpulkan hasil penelitian dan analisis berdasarkan identifikasi masalah yang sudah ditentukan sejak awal. Hal selanjutnya yaitu peneliti akan memberi saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi Brand Gozeal dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran.

Saran Teoritis

1. Pembahasan tentang strategi komunikasi pemasaran sudah menjadi poin penting terutama pada bidang pemasaran. Oleh karena itu strategi harus disusun dan ditulis dengan baik. Pada dasarnya suatu keberhasilan dalam melakukan sebuah pemasaran
2. Sebuah Brand seperti Gozeal harus bisa memahami algoritma suatu aplikasi Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap Brand Gozeal dan semoga bisa diterapkan Teori (STP) Strategi Komunikasi Pemasaran Kotler

Saran Praktis

1. Dapat dijadikan bahan referensi bagi para peneliti lain yang sedang melakukan penelitian, terlebih lagi terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran.
2. Untuk brand Gozeal Perusahaan lebih meningkatkan strategi pemasaran dengan memperhatikan apa yang menjadi daya tarik untuk anak-anak muda khususnya sehingga jumlah pengiklan dapat terus meningkat.
3. Untuk brand Gozeal agar terus berinovasi terkait pemasaran agar banyak peminat yang calon customer yang membeli
4. Untuk pembaca Skripsi ini tentunya jauh dari kata sempurna, masih banyak sekali kekurangan, tetapi penulis sangat berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan membantu peneliti yang akan datang, khususnya mahasiswa atau mahasiswi Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah