

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan terkait dengan Strategi Promosi Photomaticsid dengan Menggunakan Aplikasi Media Sosial TikTok. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa, Photomaticsid menggunakan media sosial TikTok karena berkaca pada keberhasilan konten TikTok Photomaticsid yang dibuat oleh Amalya Rodhiyya, dan mengevaluasi video tersebut sehingga menghasilkan standar video yang Photomaticsid sepakati.

Dalam proses dalam menggunakan TikTok sebagai media promosinya, ditemukan penggunaan teori Bauran Promosi (*Mix Marketing*) disetiap video TikTiknya yaitu *product, price, place, people, promotion, process, dan physical evidence* selain Bauran Promosi (*Mix Marketing*) Photomaticsid juga menggunakan Teori Interaksi Simbolik untuk mengeksplor dan evaluasi seluruh kegiatan promosi mereka. Konsep *generalized other*, menjadi konsep dari Teori Interaksi Simbolik yang dilakukan oleh Photomaticsid, karena setiap individu didalamnya melaksanakan nilai dan aturan yang telah disepakati Bersama-sama. konsep dari Teori Interaksi Simbolik *role taking* juga merupakan bagaimana Photomaticsid mengeksplor TikTok dan kegiatan-kegiatan promosinya menggunakan media sosial TikTok.

Pengimplementasian kedua teori diatas dilakukan dengan baik oleh Photomaticsid untuk menggunakan TikTok sebagai media promosi utamanya. Mereka mengeksplorasi TikTok dengan menggunakan Teori Interaksi Simbolik dan teori bauran pemasaran (*Mix Marketing*) dan dilakukannya dengan baik.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait tentang Strategi Promosi Photomaticsid dengan Menggunakan Aplikasi Media Sosial TikTok, maka peneliti ingin memberikkan saran baik saran praktis maupun saran praktik untuk menjadi evaluasi terhadap Photomaticsid, dan juga sebagai bahan bacaan untuk pembaca dan peneliti yang ingin melakukan penelitian selanjutnya sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Praktis**

1. Peneliti menyarankan kepada Photomaticsid untuk terus mengembangkan dan terus meingkatkan dalam menjalankan strategi promosinya menggunakan media sosial TikTok
2. Peneliti menyarankan kepada pembuat isi konten TikTok lebih kreatif dan inovasi agar konsumen tidak jenuh
3. Pihak dari Photomaticsid senantiasa untuk meningkatkan fasilitas Photomaticsid untuk kenyamanan bersama

### **5.2.2 Saran Teoritis**

1. Secara teoritis, teori bauran promosi dalam penelitian yang digunakan sudah cukup mendukung penelitian yang peneliti lakukan, akan tetapi dari teori ini terdapat kelemahan yaitu teori ini tidak membahas hubungan terkait konsumen dan juga *brand experience*. Peneliti berharap bagi peneliti selanjutnya lebih mampu mengembangkan dan menggali lebih dalam terkait *brand experience* Photomaticsid.
2. Kepada penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menambah teori-teori yang berkaitan dengan strategi promosi Photomaticsid dengan menggunakan media sosial TikTok.