BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai pemanfaatan fitur TikTok Live Streaming pada akun @graceandglow.id sebagai media promosi digital marketing, maka dapat disimpulkan bahwa fitur TikTok Live Streaming memiliki peran strategis dalam meningkatkan efektivitas promosi digital sebuah brand, khususnya dalam konteks social commerce. TikTok sebagai platform berbasis video pendek yang kini dilengkapi dengan fitur live shopping, memungkinkan brand untuk melakukan promosi secara real-time dengan interaktivitas tinggi, membangun keterlibatan (engagement) langsung dengan audiens, serta mendorong keputusan pembelian secara lebih spontan.

Melalui pendekatan model social commerce (Huang & Benyoucef, 2013), ditemukan bahwa Grace and Glow telah berhasil memanfaatkan empat elemen utama dalam strategi promosi digitalnya: individu, percakapan, komunitas, dan perdagangan. Pada lapisan individu, akun @graceandglow.id secara konsisten menampilkan identitas visual yang kuat dan personal branding dari host atau kreator yang membawa live, sehingga menciptakan kedekatan emosional dengan audiens. Pada lapisan percakapan, interaksi dua arah terjadi secara aktif selama live streaming melalui fitur komentar, *Q&A*, dan reaksi *real-time*, yang membentuk komunikasi yang bersifat partisipatif dan membangun kepercayaan.

Pada elemen komunitas, Grace and Glow berhasil membentuk lingkungan digital yang interaktif, didukung oleh audiens yang loyal dan saling terhubung melalui minat akan produk perawatan tubuh. Strategi seperti pemberian *gift* dan penyebutan nama pembeli menjadi bagian dari upaya memelihara hubungan dan menciptakan dukungan komunitas yang solid. Terakhir, pada elemen perdagangan (*commerce*), Grace and Glow secara aktif memanfaatkan fitur TikTok Shop, promo diskon, voucher ongkir, bundling produk, metode pembayaran fleksibel seperti PayLater, dan fitur afiliasi. Semua ini menunjukkan bahwa aspek fungsional bisnis dan transaksi telah terintegrasi secara maksimal melalui fitur live TikTok.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa fitur TikTok Live Streaming merupakan media promosi digital yang sangat efektif dalam ekosistem social commerce, karena mampu menggabungkan unsur hiburan, komunikasi interpersonal, komunitas, serta mekanisme transaksi dalam satu platform terintegrasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Saran Teoritis :

Hasil penelitian ini memperkaya literatur dalam bidang social commerce, khususnya dalam konteks pemanfaatan platform TikTok sebagai media promosi interaktif berbasis live streaming. Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi akademisi dan peneliti selanjutnya dalam mengkaji strategi promosi digital yang bersifat real-time, interaktif, dan berbasis pengalaman pengguna. Kedepan nya, penelitian tentang social commerce sebaiknya memperluas ruang lingkup kajian ke berbagai platform lain seperti Shopee Live, Instagram Live, atau YouTube Live) dan menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (*mixed methods*) agar mampu mengukur secara empiris dampak dari interaksi sosial terhadap konversi pembelian, loyalitas pelanggan, dan efektivitas komunikasi brand.

Saran Praktis:

Grace and Glow disarankan untuk terus memaksimalkan fitur TikTok Live sebagai media utama dalam strategi promosi digital, karena fitur ini memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen dan menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal dan spontan. Serta melakukan evaluasi strategi live melalui data penjualan, durasi tontonan, dan interaksi audiens, untuk mengetahui bagian mana dari live yang paling efektif dan menarik perhatian konsumen.