

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Metode pemasaran digital industri *consumer goods*, terutama pada perlengkapan tidur merupakan pasar potensial yang belum banyak *brand* manfaatkan. Oleh karena itu, banyak kesempatan untuk sebuah *brand* membangun *awareness* lewat metode-metode digital yang ada, termasuk Instagram *Marketing* dan program *Podcast*. Oleh karena itu, perancang karya menciptakan konsep, sekaligus mengeksekusi strategi pemasaran digital **fukai nemuri** yang terdiri dari Instagram *marketing* dan *podcast*. Tujuan utama dari strategi pemasaran digital ini adalah membangun *brand awareness* **fukai nemuri** sebagai sebuah *brand* baru yang bergerak di industri pelengkap tidur.

Pada strategi Instagram *marketing*, tingginya persentase kenaikan *content interaction* **fukai nemuri** menjadi indikator kesuksesan konten edukatif perihal tidur sebagai konten yang menarik. Selain itu, *engagement rate* yang tinggi hingga 6.00% juga mengindikasikan kualitas produksi konten yang mampu menjalin keterikatan dengan para audiensnya. Semua indikator ini menyimbolkan peningkatan *brand awareness* yang signifikan dialami oleh **fukai nemuri**.

Pada strategi *Podcast*, diperlukan kemampuan untuk menciptakan cerita yang menarik dan pada akhirnya mampu koheren dengan tujuan pemasaran digitalnya. Jumlah pendengar *Podcast* Tidur Nyenyak yang tinggi pasca hanya

tujuh hari saja mencerminkan kemampuan jangkauan *podcast* sebagai konten yang menarik dan dinikmati masyarakat modern.

5.2 Saran

Produksi konten Instagram dan program *podcast* merupakan dua bentuk pemasaran digital yang memiliki karakteristik dan metode yang berbeda-beda. Keduanya membutuhkan persiapan yang matang, serta eksekusi yang tepat. Oleh karena itu, cukup sulit untuk dikerjakan secara mandiri oleh satu orang saja. Untuk itu, perancang karya berikutnya perlu mempertimbangkan dengan baik perihal pembentukan tim yang mampu bekerja sama dengan baik dalam produksi kedua bentuk pemasaran digital tersebut.