

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi *digital marketing* Digitarra dalam merilis lagu di era pandemi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan ditemukan bahwa strategi yang dijalankan Digitarra dalam merilis lagu di era pandemi adalah dengan menerapkan tahapan pengembangan strategi komunikasi efektif berdasarkan langkah yang dijabarkan Kotler melalui lima tahapan pengembangan strategi komunikasi efektif.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, perencanaan strategi yang dilakukan Digitarra dimulai dengan penetapan target audiens, baik target secara umum maupun target secara khusus. Penting untuk mengetahui target audiens, dengan tujuan menentukan respon yang diinginkan dari target audiens atau objektif yang ingin dicapai. Pada tahap penentuan objektif, Digitarra berfokus untuk membuat audiens mau mendengar lagu yang dirilis dan mendapatkan *feedback* dari audiens. Dari sisi objektif, perencanaan strategi yang dijalankan Digitarra terbukti kurang spesifik, belum terukur dan tidak memiliki tenggat waktu.

Digitarra sudah menjalankan strategi pada media sosial yang dimiliki, dimulai dari menyusun isi pesan menggunakan daya tarik emosional sehingga membuat audiens ikut merasakan perasaan yang dituangkan dalam lagu tersebut. Strategi media yang digunakan juga cukup efektif karena tidak hanya menggunakan media pribadi, Digitarra juga menggunakan media penyalur agar dapat menjangkau lebih banyak target audiens.

Digitarra tidak melakukan tahapan pengukuran objektif strategi sebelum menjalankan, yang seharusnya menjadi tahapan yang penting untuk dilakukan di tahap evaluasi. Sehingga evaluasi yang dilakukan adalah melihat apakah terdapat peningkatan jumlah pendengar lagu yang dirilis saat menjalankan strategi, dan

mengetahui sumber *traffic* audiens sebagai acuan untuk mengetahui media yang paling efektif digunakan selanjutnya sebagai media penyebar pesan promosi.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai referensi akademis dalam penelitian selanjutnya yang memiliki topik berkaitan yaitu strategi promosi digital. Sehingga, untuk penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat melaksanakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif agar dapat mengetahui dan juga mengukur tingkat keberhasilan dari strategi promosi yang dijalankan.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, saran yang dapat diberikan terhadap strategi *digital marketing* yang dilakukan oleh Digitarra adalah sebaiknya sebelum menyajikan konten, carilah terlebih dahulu jenis konten atau genre secara lebih spesifik agar lebih unik, berbeda dan lebih mudah mendapatkan target audiens yang sesuai, karena lagu pop Indonesia adalah genre yang paling marak digunakan dalam industri musik Indonesia. Selain itu, akan lebih baik jika dalam menyebarkan pesan promosi, Digitarra dapat menggunakan strategi *celebrity endorser* untuk menyalurkan pesan promosi. Karena konten yang disajikan Digitarra adalah lagu, yang merupakan bagian dari *entertainment*, maka penggunaan selebriti atau *key opinion leader* yang audiensnya sesuai dengan target audiens Digitarra dapat menjadi pilihan untuk menyebarkan pesan promosi kepada khalayak.