

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dan studi dokumen yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian dengan judul *Strategi Bisnis Kreatif E-Motion Entertainment Terhadap Lagu Lantas dari Juicy Luicy*, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut.

Terkait *Business Model Canvas* dari E-Motion Entertainment, dapat diketahui bahwa E-Motion Entertainment merupakan perusahaan yang bergerak di bidang hiburan dan memiliki proposisi nilai yang terletak pada keunikan artis-artisnya karena masing-masing memiliki keunikan tersendiri. Dalam penelitian ini membahas secara lebih spesifik mengenai Juicy Luicy dan lagunya yang berjudul “Lantas”, maka nilai lebih dari Juicy Luicy terletak pada lagu-lagunya yang *easy listening* dan *relateable*. Dikarenakan lagu “Lantas” merupakan lagu yang bertemakan patah atau sakit hati, maka segmentasi pelanggan atau audiens disebut oleh Juicy Luicy dengan sebutan ‘Para Korban Patah Hati’. E-Motion Entertainment menjaga hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen dengan interaksi di media sosial karena media sosial merupakan *channels* atau jaringan utama yang digunakan E-Motion Entertainment. E-Motion Entertainment memiliki aktivitas utama dalam memproduksi lagu, memperluas jumlah *audiens* atau pendengar dari artis-artis yang berada di bawah labelnya, menjadi penghubung antara artis dengan penggemarnya, selain itu juga melakukan *talent scouting* atau pencarian artis-artis baru yang berbakat. Artis-artis yang berada di bawah label E-Motion Entertainment bisa dibilang sebagai pusat dari segala hal yang dilakukan, atau bisa dibilang sebagai sumber daya utama. Tentunya dalam menjalankan bisnis musik ini, E-Motion Entertainment menjalin hubungan kerja sama dengan pihak lain, dalam memproduksi lagu itu sendiri hingga *music video*-nya dan segala macam promosi yang dilakukan. Sumber pendapatan E-Motion Entertainment berasal dari artis-artisnya, namun biaya yang dikeluarkan juga berdasarkan pembuatan karya dari artis-artisnya juga.

Dalam memasarkan atau mempromosikan suatu karya, tentunya terdapat strategi dalam melaksanakannya. Strategi pemasaran atau promosi terhadap Lagu

“Lantas” dari Juicy Luicy, salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial, khususnya Instagram. Dari pihak E-Motion Entertainment memberikan konten-konten promosi yang dibalut secara kreatif sehingga membentuk suatu unggahan yang menarik dan interaktif sehingga orang-orang mengetahui tentang lagu “Lantas” dengan cara yang berbeda. Kemudian, lagu “Lantas” ini semakin dikenal oleh banyak orang berasal dari kolaborasi yang Juicy Luicy lakukan dengan artis-artis Indonesia dan dari kumpulan cover lagu yang dibuat oleh *fans* atau penggemar Juicy Luicy. Secara tidak langsung, E-Motion Entertainment dan Juicy Luicy mendapatkan keuntungan dari cover lagu tersebut sebagai promosi terhadap lagu “Lantas”. Untuk selanjutnya, tidak ada strategi baru untuk lagu “Lantas”. Juicy Luicy saat ini sedang melakukan *performance* di berbagai tempat dan fokus dalam pembentukan lagu baru.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA