

Hal ini menyebabkan penonton tidak sepenuhnya memahami atau menghargai esensi acara yang mereka hadiri. Oleh karena itu, tujuan *podcast* ini adalah untuk memberikan edukasi kepada penonton, agar mereka dapat lebih menghargai musik dan seni yang disajikan dalam festival, serta meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya memahami nilai sebuah acara. *Podcast* ini berusaha untuk mengubah pandangan penonton, sehingga mereka tidak hanya menjadi bagian dari keramaian, tetapi juga dapat merasakan makna lebih dalam dari setiap acara yang mereka hadiri.

5. KESIMPULAN

Dalam proses perancangan dan perencanaan konten untuk memasarkan acara *Harmony Heaven Festival*, penulis menemukan bahwa *podcast* menjadi strategi promosi utama yang tepat dalam membangun kesadaran penonton terhadap acara tersebut. Dengan pendekatan yang interaktif, *podcast* dapat menyampaikan nilai-nilai utama acara kepada penonton secara lebih *personal* dan mendalam. Disebutkan juga oleh Xu & Sundar bahwa sesuatu yang memiliki sifat interaktif dapat membuat dampak yang lebih besar kepada penonton, dan juga membuat penonton lebih mudah untuk mengingat hal-hal dan pesan yang disampaikan (2016). Pemilihan format *podcast* dengan durasi panjang dan pendek juga membantu acara untuk menjangkau penonton sesuai dengan preferensi konsumsi konten yang berbeda.

Selain itu, penulis juga menemukan bahwa pemilihan dan pemanfaatan platform juga merupakan hal yang sangat penting dalam memasarkan acara. Setiap acara yang ingin memasarkan kontennya disarankan untuk melakukan riset dan penyesuaian dengan karakteristik masing-masing platform, seperti *YouTube* untuk konten berdurasi panjang dan *Instagram* untuk konten berdurasi pendek. Keuntungan dari masing-masing durasi konten juga perlu dipertimbangkan. Konten yang lebih panjang memiliki keuntungan dalam memberikan pembahasan yang lebih mendalam, sementara konten yang lebih pendek tepat untuk menarik perhatian penonton secara cepat dan mengarahkan mereka ke konten yang lebih panjang. Dengan pendekatan ini, acara dapat meningkatkan kesadaran serta

menarik perhatian penonton yang lebih luas, terutama penonton dari kalangan muda yang aktif di media sosial.

Pemilihan topik *podcast* yang tepat juga dapat membantu tidak hanya dalam memasarkan acara, tetapi juga dalam membangun identitas acara itu sendiri. Pemilihan topik yang berfokus pada identitas musik, perkembangan industri, serta isu-isu terkait festival di dalam konten ini dipilih untuk meningkatkan apresiasi penonton terhadap seni musik. Edukasi yang diberikan melalui *podcast* juga membantu mengatasi tantangan festival, seperti kurangnya identitas yang kuat dan kebiasaan penonton yang kurang melakukan riset sebelum menghadiri acara. Kehadiran narasumber berpengalaman, seperti DJ Vuai, memberikan nilai tambah yang signifikan dalam membangun kredibilitas festival, sekaligus menyajikan wawasan berharga tentang dunia musik. Selain itu, inovasi dalam konten melalui segmen rekomendasi musik memperkenalkan penonton pada *genre* baru dan mendorong mereka untuk lebih menghargai seni musik dalam konteks festival.

Penulis merekomendasikan untuk pembaca melakukan pendekatan yang berbeda dalam pembuatan konten. Setiap *brand* dan perusahaan memiliki kebutuhan yang berbeda, yang akan mempengaruhi jenis konten yang dirancang. Oleh karena itu, penting untuk mulai mempertanyakan tujuan dari konten tersebut serta tujuan dan identitas dari suatu perusahaan atau *brand*. Dengan memahami hal ini, kita bisa menyesuaikan jenis konten yang dibuat dengan kebutuhan masing-masing penonton. Selain itu, sangat penting untuk memperhatikan preferensi durasi dari penonton, karena kebutuhan setiap penonton berbeda. Dalam hal ini, penting untuk melihat dan menyesuaikan durasi konten dengan kebiasaan konsumsi mereka. Hal yang tidak kalah penting juga adalah untuk menentukan topik yang relevan dengan target penonton, melalui observasi terhadap isu-isu yang ada dalam industri yang terkait. Dengan pendekatan yang lebih strategis, konten yang dirancang dapat lebih mudah untuk menjangkau dan membangun koneksi yang lebih mendalam dengan penonton.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan strategis dalam merancang dan merencanakan konten promosi yang kreatif dan

relevan dapat secara signifikan meningkatkan daya tarik acara, membangun keterlibatan penonton, serta mendukung keberhasilan festival. Dalam proses pengerjaan acara *Harmony Heaven Festival*, penulis menemukan bahwa konten yang dirancang dengan baik tidak hanya dapat mempromosikan acara, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai inti dari acara tersebut kepada penonton dengan cara yang autentik dan bermakna. Penelitian ini memberikan wawasan yang dapat menjadi acuan bagi pengelolaan acara dan pemasaran konten, dengan fokus pada pentingnya identitas acara dan pemilihan konten yang sesuai untuk menjangkau penonton yang tepat.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L (2020). Viralitas konten di media sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*.
- Baltes, L. P. (2015). Content marketing – the fundamental tool of digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series V: Economic Sciences*, 8(57).
- Bowen, H. E., & Daniels, M. J. (2011). Does the music matter? Motivations for attending a music festival. *Event Management*, 9.
<https://doi.org/10.3727/1525995057747911>
- Chandra, B., Tewal, Z., Indah, M. P., & Kirana, C. (2024). Social media and the constraint of reality: Critiquing the FOMO phenomenon during Coldplay Jakarta 2023 concert. *International Journal of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 3(6).
- Dancyger, K. (2018). *The technique of film and video editing: History, theory, and practice* (6th ed.). Routledge.
- Diamond, S., & Clifford, P. D. (2015). *Content marketing strategies for dummies*. John Wiley & Sons.