

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi content marketing Pop Asia dalam membangun brand awareness pada Instagram @Pop.asia menggunakan strategi delapan langkah content marketing yang dirumuskan Kotler et al., (2019). Tujuan utama dari Pop Asia sebagai media musik adalah membangun brand awareness yang kuat melalui platform media sosial Instagram. Pop Asia mampu mengkreasikan konten yang bervariasi sebagai media musik dengan menunjukkan konsistensi, visual yang mudah diingat, memberitakan informasi mengenai musik terkini serta menjaga interaksi dengan audiensnya. Pop Asia mengimplementasikan strategi content marketing pada tiap tahapannya dari memilih tujuan, menentukan pasar, menyusun rencana konten, memproduksi konten, penyaluran konten, penguatan konten, meninjau kinerja pemasaran konten sampai dengan memperbaiki konten. Peneliti juga menemukan tahapan menarik ada pada penguatan konten, dimana Pop Asia memanfaatkan perannya sebagai media partner untuk membuat konten bersama dengan musisi. Dengan pemanfaatan itu, konten Pop Asia di Instagram dapat dikuatkan dengan adanya sosok yang akan menarik perhatian penggemar dari musisi itu sendiri.

Dapat disimpulkan, bahwa Pop Asia melakukan upaya untuk mengimplementasikan tahapan strategi content marketing untuk membangun brand awareness. Pengoptimalan konten yang relevan serta upaya menjaga interaksi dengan audiens, terutama Gen Z sebagai sasaran target Pop Asia dalam membangun brand awareness. Menjadi upaya yang terus berkembang bagi Pop Asia sebagai media musik yang menyalurkan konten melalui media sosial Instagram. Implementasi Pop Asia dengan menggunakan delapan langkah strategi content marketing untuk membangun brand awareness di Instagram telah berjalan dengan efektif. Dilihat dari peningkatan jumlah followers yang didapat dari media ini berdiri yaitu pada tahun 2021. Kenaikan jumlah followers Instagram Pop Asia

dikatakan cepat berkembang dalam kurun waktu kurang dari lima tahun. Strategi ini membuktikan bahwa media sosial khususnya platform Instagram dapat menjadi media utama yang efektif dalam membangun brand awareness, khususnya bagi media musik.

5.2 Saran

Berdasarkan proses penelitian yang sudah dilakukan, berikut merupakan saran akademis dan saran praktis yang dapat disampaikan:

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis yang peneliti sampaikan adalah semakin banyak penelitian mengenai brand awareness yang dilakukan melalui media sosial di Universitas Multimedia Nusantara berdasarkan perkembangan yang dinamis. Penelitian juga dapat dikembangkan dengan melakukan penelitian lanjutan untuk melihat perbandingan efektivitas tiap platform media sosial dalam membangun brand awareness media online. Selain itu, penelitian dapat diperluas dalam segi objek dengan kategori lain seperti, media yang mengangkat topik fashion, game atau kecantikan, sehingga dapat memperkaya literatur tentang content marketing di era digital.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa Pop Asia belum menggunakan melakukan survey untuk mengetahui apa masalah yang dimiliki para audiens. Dengan melakukan penelusuran tersebut, Pop Asia dapat membuat konten yang menjawab masalah dari para audiens. Selanjutnya, Pop Asia juga disarankan untuk terus melakukan evaluasi, mengikuti perubahan tren serta preferensi audiens sebagai media musik agar content marketing tetap relevan.