

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti pada bab ini peneliti menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Tahap *Share*

Hasil yang didapat dari tahap *share* meliputi dua bagian yaitu latar belakang Djarumcoklat.com menggunakan Media Sosial YouTube adalah diawali dengan sebagian besar nya masyarakat yang sudah menggunakan media sosial menjadikan media sosial sebagai sarana alternatif untuk menyebarkan informasi, dan hiburan bahkan menampilkan band indie mendengarkan asumsi dan opini dari publik terlebih ditengah Pandemi Covid-19 sekarang ini masyarakat pecinta musik tidak bisa menonton secara langsung menjadi daya tarik publik dan tim kreatif memakai YouTube sebagai media menampilkan band indie, Menjalin hubungan yang baik dengan *subscriber* Djarumcoklat.com (DCDC) selalu melakukan *fast respon* untuk membina hubungan yang baik, melakukan upaya dalam melakukan postingan yang menarik supaya bisa *reporst* oleh *followersr*.

Kemudian membangun citra dari usia tua menjadi usia remaja , Dajrumcoklat.com memberikan konten menampilkan band indie melalui media sosial YouTube mengenai informasi bidang music indie. ini mengartikan menariknya konten tersebut.

2. Tahap *Optimize*

Hasil yang di peroleh dalam tahap *optimize* meliputi Pemantauan. Tentu hal ini belum sesuai dengan pernyataan Luttrell pada poin mendengarkan dan mempelajari (*listen & learn*) apa yang dibicarakan publik, seharusnya suatu subjek menggunakan tools tertentu.

Sedangkan untuk keterlibatan dalam percakapan online yaitu melakukan comment di kegiatan yang di publish, melalui *mentions* yg ditujukan ke Djarumcoklat.com.

3. Tahap *Manage*

Hasil yang didapat dari tahap *manage* meliputi tiga bagian yaitu meliputi *media monitoring* dengan tidak adanya alat khusus yang digunakan oleh Djarumcoklat.com (DCDC) untuk mengukur berapa jumlah *like* dan *comment* disetiap postingannya hanya mengandalkan viewrs yang tertera di fitur YouTube.

Dalam melakukan respon cepat atau *quick respon* Djarumcoklat.com melakukan nya di setiap komentar, yang masuk saat *live* YouTube berlangsung mengupayakan untuk langusng di jawab agar interaksi dapat berlangsung dan menimbulkan daya tarik penonton YouTube-nya. Namun belum menggunakannya *Sosial media tools* dalam melakukan respon, Kemudian *Real-Time Interaction* atau waktu yang sebenar-benarnya, Djarumcoklat.com (DCDCTV) melakukan kegiatan live YouTube sebagai upaya interaksi dengan *subscriber* nya sudah konsisten dan berkelanjutan artinya *real time interaction* ini dilakukan jika ada program acara dimulat.

4. Tahap *Engage*

Hasil yang di peroleh dari tahap *engage* meliputi 3 bagian yaitu Djarumcoklat.com (DCDC) melakukan kegiatan media sosial nya belum memiliki *brand Influencer* hanya mengandalkan band yang di daftar list Djarumcoklat.com sebagai partner dengan band bandnya yang loyall terhadap Dajrumcoklat.com padahal penggunaan *brand influencer* ini memiliki efek yang luar biasa dalam pengelolaan media sosial untuk mengoptimalkan pesan/informasi yang disebarakan di media tersebut.

Kemudian terkait penentuan target *audience*, Djarumcoklat.com (DCDC) dengan menggunakan traffic pada YouTube memiliki target *audience* pada usia 18-34 tahun dengan rata-rata *followers* terbanyak adalah remaja laki laki.

Bagian ketiga mengenai harapan dari apa yang telah dibagikan, menjadi daya tarik publik dan Djarumcoklat.com (DCDC) berharap adanya *feedback* dari publik atau *subribers* guna menjadi evaluasi supaya Djarumcoklat.com (DCDC) lebih baik, akan tetapi *feedback* yang diharapkan terbentuk melihat dari jumlah subriber dan viewers setiap band yang tampil memiliki daya tarik yang berbeda untung mngiring publik menonton program acara DCDC. Hal ini bisa dilihat contoh kecil nya dari comment saat *live* YouTube dan *viewers* setiap menampilkan band indie.

5.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran yang didapat diusulkan oleh peneliti untuk Daya Tarik YouTube channel Djarumcoklat.com (DCDC) dengan menampilkan band indie dalam meningkatkan citra :

1. Bagi YouTube Djarumcoklat.com (DCDC)

Penyebaran konten untuk masyarakat selalu diperhatikan agar bagaimana konten yang disebar dapat mempersuasif untuk menontonnya tanpa harus mengandalkan kertekaitan media sosial lainnya, dengan lebih optimalnya penyebaran dan hasil yang disebar seharusnya Djarumcoklat.com mengukurnya dengan menggunakan aplikasi tools tambahan untuk lebih mempermudah meonitoring hasilnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Kepada peneliti yang ingin melakukan penelitian selanjutnya, disarankan terlebih dahulu untuk mengamati terlebih dahulu fenomena pada lingkungan sekitar, hal itu supaya supaya bisa meminimalisir dana, tenaga, waktu dan pikiran.
- b. Memperhatikan fenomena juga sangat penting supaya bisa membuat penelitian menjadi lebih menarik, terbaru dan masih hangat untuk diperbincangkan.
- c. Untuk melakukan penelitian, peneliti harus benar-benar atau dari jauh jauh hari sudah mempertimbangkan apakah informan penelitian mudah di dapat dan bisa mengatur waktu jadwal wawancaranya dengan jadwal waktu penelitian.

Apabila mengambil tema atau isu yang sedang hangat atau momentum yang tidak biasa. Peneliti harus benar-benar memikirkan segala resiko kemungkinan yang terjadi pada penelitiannya. Karena momentum yang tidak biasa tidak mudah untuk mendapatkan informasi.

