

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada BAB V ini merupakan akhir dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Dalam Bab ini Peneliti akan menjabarkan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian dan juga saran yang peneliti berikan ntuk PT. Positif Global Kreasitama dan untuk peneliti berikutnya:

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Penetapan Tujuan Promosi PT. Positif Global Kreasitama dalam social media Instagram @musikpositif yang dimana perusahaan memproduksi karya- karya positif salah satunya music genre pop islami. Proses memilah dan memilih konten yang dilakukan berdasarkan identitas music positif sebagai label music islami, konten yang disiapkan seperti konten religi, sholawat, serta lagu- lagu pop yang bernuansa positif, dengan demikian perusahaan menentukan identitas dari music positif seperti lagu pop, lagu bernuansa positif, tidak melecehkan orang lain, dan tidak yang lebih mencintai manusia dengan begitu identitas dari konten yang diluncurkan menentukan tujuan promosi kepada beberapa kalangan seperti usia dini, remaja hingga dewasa.
2. Sasaran Promosi Pemasaran melalui media social Instagram @musikpositif ini adalah Masyarakat Kota Bandung. music positif memiliki sasaran yang luas dalam hal ini membangun sudut pandang moderat dengan membawanya ke ranah entertainment yang menarik. Sasaran dari musik

positif beragam, dari berbagai usia dan kalangan, karena melihat dari muatan yang dibawa adalah dakwah islam yang meluas sebagai wujud islam rahmatan lil ‘alamin. Pada penetapan sasaran promosi yang dilakukan tidak terpaku pada usia yang dimana sasaran music positif beragam mulai dari usi dini, remaja hingga semua kalangan karena music positif mempunyai konten artis tertentu seerti Aula Aisy dan aishwa nahla untuk konten anak-anak, konten kalangan sholawat di wakili oleh Alfina nindiyani, adzando, nella, dan artis- artis lain yang notabene penikmat semua umur. Selain itu musik positif memanfaatkan moment- moment tertentu seperti hari idul fiitri, dan hari- hari islam lainnya. Selain itu music positif juga mengisi soundtrack ftv yang bernuansa islami.

3. Pengembangan promosi dalam hal ini akan ditinjau berdasarkan tiga hal, yaitu elemen *Promotional Mix* yang relevan untuk membangun Brand Awareness melalui Instagram adalah *Advertising* atau iklan, *public Relations* atau hubungan masyarakat, *social media marketing* atau pemasaran media social. Dalam pemasangan Iklan menggunakan social media instragram dengan konsisten dan original menarik dari postingan-postingan yang di up setiap harinya. Selain menggunakan social media Instagram, music positif menggunakan social media lainnya seperti twitter, dan youtube. Pada elemen *public relations* atau hubungan masyarakat yang di lakukan music positif melakukan *event- event* atau konser secara *offline* untuk mempromosikan album terbaru serta bertemu penggemar secara langsung. Pada social media marketing atau pemasaran media social musik

positif menggunakan Instagram menjadi awal strategi promosi dengan mencantumkan link maka muncul platform digital music seperti Spotify, Joox, serta Youtube dengan begitu dapat memudahkan pendengar atau audiens untuk mendengarkan musik dengan mudah.

4. PT. Positif Global Kreasitama selalu melakukan Evaluasi pada setiap kinerja yang sudah dilakukan, music positif selalu melakukan evaluasi dalam satu hari atau kurn waktu satu minggu dalam arti menentkan postingan selanjutnya serta saling bertukar pendapat mengenai kinerja yang telah di lakukan apakah sudah baik serta meminalisir hal- hal yang negatif dan juga menjadikan pelajaran atas kesalahan sebelumnya sehingga menjadi lebih baik lagi untuk kinerja selanjutnya.

Strategi komunikasi PT. Positif Global Kreasitama dalam melakukan pemasaran melalui social media Instagram @musikpositif mennjukan promosi yang berfokus pada music- music islami. Dengan mempromosikan album mulai pra release, release, hingga setelah release. Instagram @musikpositif memiliki peran penting untuk mempomosikan karya- karya terbaru dalam membangun brand awareness sebagai Islamic music record label di kalanngan masyarakat Kota Bandung.

## **5.2 Saran**

Setelah Peneliti melakukan proses penelitian, peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan PT. Positif Global Kreasitama sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran Bagi PT. Positif Global Kreasitama

1. PT. Positif Global Kreasitama diharapkan dapat memaksimalkan peran media social ntuk meningkatkan kesadaran audiens, seperti mengelola akun Tiktok dengan mengnggah konten yang menarik, *informatif*, dan bermanfaat bagi pendengar music positif. mengembangkan serta mempertahankan promosi pemasaran yang di lakukan pada social media *Instagram, yotube, twitter* serta *Tiktok*, tak hanya kepada Masyarakat Kota Bandung namun kepada seluruh Indonesia dan Asia Tenggara sesuai dengan visi PT. Positif GlobalKreasitama.
2. PT. Positif Global Kreasitama diharapkan dapat menggunakan *influencer* marketing untuk strategi *branding*.influencer marketing dignakan sebagai salah sat cara meningkatkan brand awareness, menggunakan influencer yang memiliki pengikut besar dari label music positif dapat membantu persahaan menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkuat awareness.
3. PT. Positif Global Kreasitama diharapkan dapat menghadapi persaingan dari label music record islami yang serupa seperti contoh label Awakening Records. Music positif dapat melakukan persaingan dengan menenangkan hati audiens saat mendengarkan lagu dari music positif, serta melakukan adaptasi dengan trend yang sedang ramai di bicarakan oleh masyarakat dengan begitu audiens lebih tertarik kepada music yang di hasilkan music positif.

### **5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Adapun saran untuk Peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk membaca dan mencari referensi mengenai hal yang akan diteliti agar memperoleh wawasan yang lebih luas lagi.
2. Peneliti selanjutnya dapat lebih mempersiapkan diri dalam pelaksanaan penelitian secara fisik dan mental.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjalankan penelitian dengan manage waktu dengan baik agar penelitian dapat berjalan maksimal.
4. Peneliti selanjutnya dapat mencari terlebih dahulu tempat penelitian sebelum merumuskan judul agar mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan.
5. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih gesit dalam mencari informan dan lebih gencar mencari jawaban.