

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Grup Band Iron Voltage Dalam Mempromosikan *Merchandise* Melalui Akun Instagram @ironvoltage, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal di bawah ini:

1. *Situation Analysis*

Dalam merancang strategi komunikasi pemasaran, grup band Iron Voltage memulai dengan *situation analysis* untuk memahami target pasar, keinginan penggemar, peluang, dan pesaing mereka. Grup band Iron Voltage tentunya mengamati terlebih dahulu siapa target pasar mereka, apa yang mereka inginkan, seberapa besar peluang mereka dan siapa saja pesaing mereka. Kekuatan internal yang dimiliki grup band Iron Voltage adalah strategi komunikasi pemasaran yang efektif dalam mempromosikan *merchandise*-nya melalui akun Instagram mereka, grup band Iron Voltage dengan cermat memanfaatkan media sosial Instagram, untuk tujuan promosi. Dalam menghadapi sebuah ancaman persaingan pemasaran, grup band Iron Voltage menempatkan prioritas tinggi pada kualitas produksi dan desain *merchandise* mereka.

2. *Objectives*

Dalam tahap *objectives* grup band Iron Voltage memaparkan bahwa salah satu tujuan mereka mempromosikan *merchandise* melalui akun Instagram

@ironvoltage untuk menghidupi kelangsungan band, namun grup band Iron Voltage mempunyai tujuan lain untuk menghidupkan kembali budaya dan semangat *thrash metal* agar tetap hidup dan berkembang di era modern. Hal ini terlihat dari penggunaan elemen-elemen klasik seperti *artwork* dan desain khas *thrash metal* dalam *merchandise* mereka. Mereka juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan eksposur dengan para penggemar. Hal ini sangatlah penting dalam mempromosikan *merchandise* mereka dan juga ikut berkontribusi pada evolusi genre *thrash metal* di industri musik modern.

3. *Strategy*

Grup band Iron Voltage mempunyai *strategy* untuk perencanaan dan pemanfaatan media sosial Instagram oleh grup band Iron Voltage dalam mempromosikan *merchandise* mereka. Grup band Iron Voltage melakukan segmentasi pasar, menetapkan target pasar mereka, mengoptimalkan konten dengan mengadopsi gaya vintage 1980-an *thrash metal*, dan perilisan *merchandise* pada momen tertentu dengan edisi terbatas serta tidak akan diproduksi ulang membuat *merchandise* menjadi eksklusif. Strategi lainnya dengan membuka sistem *pre-order* di akun Instagram mereka memungkinkan para penggemar untuk memesan *merchandise* terlebih dahulu dan memastikan mereka.

4. *Tactics*

Grup band Iron Voltage pada tahap *tactics* yang menjabarkan detail dari strategi yang akan dilakukan dalam mempromosikan *merchandise* melalui

akun Instagram @ironvoltage. Grup band Iron Voltage berkolaborasi dengan New States Apparel, *tapping* di program New States Apparel Audio Access Live dan memproduksi *merchandise limited edition*. Salah satu hasil dari kolaborasi ini adalah program *giveaway* oleh grup band Iron Voltage dan New States Apparel, di mana *merchandise limited edition* akan diberikan kepada 20 orang pemenang yang beruntung. *Giveaway* ini merupakan cara yang efektif untuk meningkatkan *followers*, *likes*, *share*, komentar dan mendorong para penggemar untuk berinteraksi dengan grup band Iron Voltage dan New States Apparel melalui media sosial Instagram.

5. Action

Dalam tahap *action* grup band Iron Voltage mempromosikan *merchandise* mereka dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti *feeds*, *stories* dan *direct message* untuk berinteraksi dengan penggemar dan memposting konten visual yang menarik sesuai dengan estetika dan identitas band, mencakup foto produk *merchandise*, pengumuman perilisan *merchandise* atau informasi terbaru. Semua informasi penting terkait promosi sampai dengan pembelian *merchandise* tersampaikan dengan jelas dan detail, tidak hanya dalam memberikan informasi yang detail grup band Iron Voltage juga akan membantu penggemar jika menghadapi kesulitan dalam prosen pembelian.

6. Control

Pada tahap terakhir ini, yaitu *control* yang dilakukan oleh grup band Iron Voltage dalam mengawasi semua aktivitas di akun Instagram @ironvoltage untuk mengukur dan menganalisis hasil promosi *merchandise* mereka. Grup

band Iron Voltage melakukan evaluasi untuk mengukur dan menganalisis hasil dari aktivitas promosi *merchandise* yang mereka lakukan. grup band Iron Voltage memantau bagaimana *feedback* yang diberikan penggemar baik secara mereka puas dengan *merchandise* dan pelayanannya sampai dengan keluhan-keluhan yang mereka dapatkan. grup band Iron Voltage memantau toko-toko *official merchandise* yang menjual *merchandise* mereka di *e-commerce* dan media sosial Instagram. Evaluasi yang dilakukan oleh grup band Iron Voltage bertujuan untuk memahami lebih mendalam dinamika pasar, mengidentifikasi potensi ancaman seperti penjualan produk tiruan, serta meningkatkan eksposur dengan para penggemar.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Grup Band Iron Voltage

1. Memperluas kembali jangkauan promosi *online* dengan cara memaksimalkan penggunaan *website* resmi. Dengan begitu, Penggunaan *website* tidak hanya menjadi tempat untuk promosi dan membeli *merchandise*, tetapi juga menjadi destinasi bagi penggemar untuk merasakan semangat *thrash metal* secara lebih mendalam.
2. Dari promosi yang dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, usahakan untuk membalas komentar dan pesan sesegera mungkin. Dengan begitu, Penggemar akan merasa lebih diperhatikan jika mendapat balasan yang cepat.

5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya

1. Pilih topik penelitian yang relevan dengan perkembangan terkini di bidang komunikasi dan menarik minat peneliti serta masyarakat luas.
2. Mampu mempersiapkan diri lebih baik dalam pelaksanaan penelitian baik dalam segi fisik, mental, serta mampu mengatur waktu dengan baik agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lebih maksimal.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya mencari terlebih dahulu tempat atau instansi apa yang akan dijadikan tempat penelitian sebelum merumuskan judul penelitian agar menghindari hal-hal yang tidak diinginkan di kemudian hari
4. Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari dan membaca referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru.