

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Mindplace Studio merupakan rumah produksi yang bergerak dalam bidang pembuatan video seni sebagai konten kreator di media Youtube. Dalam pekerjaannya mereka membuat video yang bertema *pop culture* dengan tema mayor *game real life* dimana video itu terlihat asli seperti ada pada *game*. *Mindplace studio* berjalan sudah 3 tahun ini dan sudah memilikisubscriber yaitu sebanyak 1.14 juta. Ini merupakan perjalanan singkat yang cukup cemerlang di dunia media sosial Youtube. Media sosial Youtube merupakan tempat *Mindplace Studio* untuk menaikkan *brand* dengan mengunggah konten video secara rutin setiap bulannya.

Pada cara pemasarannya, *Mindplace Studio* telah memasuki Pemasaran digital era 3.0 dimana konten video atau produk mereka bisa memberikan pengalaman lebih dengan menikmatinya secara virtual. Pemasaran digital pada era 3.0, memacu setiap pemasar untuk menciptakan produk yang bisa memberikan pengalaman lebih kepada konsumen, sehingga konsumen bisa memiliki gambaran sebelum bekerja sama atau membeli produk. Pada era ini hak lebih diberikan oleh konsumen dalam tontonan apa yang ingin mereka lihat dan dia cari di Youtubedan kurang lebih hasil kerja sama yang akan dijalin dengan konsumen tidak jauh seperti yang ada di konten Youtube. Pemasaran konten video di Youtubesebagai portofolio yang bisa dipertimbangkan

oleh calon konsumen untuk memulai menjalin hubungan dengan produsen.

Dalam strategi pemasaran konten digital, *Mindplace Studio* telah melaksanakan 8 kunci yaitu menetapkan tujuan, pemetaan target pasar, pengagasan dan perencanaan, penciptaan konten, distribusi konten, penguatan konten, evaluasi pemasaran konten, perbaikan pemasaran konten. *Mindplace* memiliki keunggulan dalam strateginya yaitu pada tahap pengagasan konten, penciptaan konten, dan penguatan konten. Dari sini *Mindplace* memiliki kualitas dalam berkesenian membuat video. Hal ini diakui juga oleh konsumen *Mindplace* dalam perhatiannya (*attention*) saat kesan pertama melihat konten Youtube mereka. Karakteristik video konten Youtube *Mindplace* sangat kuat. Mereka memiliki tema *pop culture* yang sering diminati banyak konsumen dan dikombinasikan dengan kemampuan berkeseniannya dalam produksi video pada visual efek.

Secara manajerial, ada beberapa kendala yang terjadi yaitu tujuan yang bersifat general. Sehingga membuat pemetaan target untuk calon konsumen belum terarah. Ini terjadi karena fokus mereka yaitu berkembang di Youtube, dan belum ada evaluasi yang pasti untuk perbaikan peningkatan hubungan konsumen selain penonton.

Dampak implementasi pemasaran konten video dilihat dari perhatian, minat, keinginan hingga tindakan konsumen menunjukkan adanya hubungan baik antara rumah produksi dengan konsumen. Hasil

dari dampak implementasi antara lain yaitu : minat kerja sama dari konsumen dikarenakan kualitas video *mindplace studio* yang konsumen temukan sendiri di media sosial; konsumen sudah memiliki gambaran profesional kerja sama tentang hasil video, karena sudah melihat dari konten video yang telah dipasarkan; konsumen melakukan hubungan kerja sama lebih dari satu kali dan yang terakhir yaitu konsumen merekomendasikan hasil video kerja sama dengan *Mindplace* kepada teman-temannya yang membutuhkan jasa *Mindplace*.

B. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan penelitian yang ada pada penelitian diantara lain adalah :

1. Adanya keterbatasan jarak lokasi yang jauh antara peneliti dengan dua narasumber yaitu konsumen dari *Mindplace Studio* yang bertempat tinggal di Jakarta, sehingga wawancara tidak bisa dilakukan secara langsung. Proses wawancara dilakukan melalui via telepon dan *chat* Whatsapp dengan proses rekam suara dan tercatat.
2. Penelitian ini dilakukan ketika pada masa pandemi covid-19, sehingga pengumpulan data dengan wawancara terbatas. Selain wawancara langsung peneliti melakukan wawancara via *chat* dan telepon Whatsapp.
3. Peneliti memiliki hubungan dekat dengan subjek dari rumah produksi, sehingga ada kemungkinan data penelitian masih bersifat subjektif.

4. Penelitian ini kurang luas membahas efek dari strategi pemasaran konten digital dikarenakan keterbatasan hubungan terhadap *stakeholder* atau konsumen dari *Mindplace Studio*.

C. Saran

Hasil dari penelitian mengenai strategi pemasaran konten digital pada rumah produksi *Mindplace Studio* dalam menarik konsumen memiliki beberapa saran diantaranya adalah :

1. Saran Implikasi Manajerial

Implikasi Manajerial dari hasil pembahasan penelitian ini dapat bermanfaat bagi konsumen, pencipta video seni, maupun rumah produksi serupa yang bekerja dibidang pembuatan konten video. Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk beberapa pihak sebagai berikut :

- a. Bagi seluruh anggota dari rumah produksi *Mindplace Studio*, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan pemasaran konten digital.
- b. Bagi konsumen *Mindplace Studio*, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan dalam efek pemasaran konten digital terhadap konsumen.
- c. Bagi rumah produksi serupa yang bekerja dalam pembuatan konten video, penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk menyusun strategi pemasaran konten digital untuk menarik konsumen

- d. Bagi kalangan akademis, penelitian ini dapat melengkapi literatur mengenai strategi pemasaran konten untuk menarik konsumen.

2. saran untuk Rumah Produksi *Mindplace Studio*

- a. perlu menspesifikasi kembali target pasar yang dibidik terutama pada calon konsumen yang akan diajak bekerja sama.
- b. Perlu adanya kegiatan evaluasi secara berkala, sehingga bisa melihat perkembangan pemasaran konten dari rumah produksi.
- c. Perlu menjaga hubungan baik dan meningkatkan kualitas layanan terhadap konsumen, dengan mengetahui keinginan dan keluhan konsumen dalam jasa yang ditawarkan oleh rumah produksi.

3. Saran untuk penelitian yang akan datang

Adapun saran untuk penelitian yang akan datang guna memperbaiki kekurangan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah metode kuantitatif terhadap konsumen, untuk mengetahui dampak implementasi dari strategi pemasaran konten digital yang lebih valid terhadap konsumen yang telah menonton konten video dari rumah produksi *Mindplace Studio*.
- b. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah keberagaman subjek atau narasumber seperti *influencer*, *selebgram*, jasa *buzzer* yang telah bekerja sama pada rumah produksi dan beberapa penonton setia dari konten video *Mindplace Studio*.