

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diambil oleh peneliti berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan pada Haum Entertainment adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan citra merek Haum Entertainment memakai atribut yang meliputi; kualitas, fitur, desain, kemasan, label, pelayanan, jaminan, harga, dan *brand value*.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Haum Entertainment menggunakan strategi *internet marketing* sebagai salah satu strategi penjualannya, agar rilisan fisik atau digital yang dibuat dapat dinikmati oleh masyarakat dengan mudah, tanpa ada hambatan. Dalam usaha untuk memenuhi suatu strategi penjualan, Haum Entertainment menggunakan Bandcamp, Instagram, dan Youtube. Ini wujud media sebagai alat yang mempunyai fungsi menyampaikan pesan secara baik melalui audio dan visual.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis situasi di tengah pandemi Haum Entertainment tetap menunjukkan eksistensinya di dunia musik *underground*. Melalui Instagram dan kanal Youtube-nya, Haum Entertainment menyerukan kampanye di rumah aja.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Haum Entertainment sangat aktif memasarkan produknya melalui media sosial. Mulai dari menjual *merchandise*, menjual rilisan fisik atau *digital*, mempromosikan *videoclip* band, *update* berita musik *underground* di klikhaum.com

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi Haum Entertainment yaitu melakukan *gigs* kecil secara daring melalui Youtube, promosi *merchandise* melalui Instagram, melakukan *tour* di dalam kota dan luar kota di bawah naungan Haum Entertainment. Haum Entertainment juga aktif promosi setiap *band*-nya melalui bandcamp.com.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen *event* Haum Entertainment sangat berbeda sebelum dan setelah pandemi. Sebelum pandemi, Haum Entertainment melakukan proses manajemen *event* dengan cara melangsungkan konser di dalam ataupun luar kota yang dinamakan “Pentas Musik Haum”. Pada saat pandemi berlangsung, Haum Entertainment mengubah haluan manajemen yang dimilikinya dengan cara melakukan *event online*. Hal tersebut dilakukan pada saat awal pandemi dengan melakukan “Konser Di Rumah Aja” yang diunggah ke Youtube.

5.2 Saran

Strategi *branding* yang bisa diterapkan pada Haum Entertainment untuk kedepannya agar dapat meningkatkan penjualan secara stabil, yaitu:

1. Haum Entertainment diharapkan bisa membangun studio rekaman sendiri untuk menunjang produktivitas berkarya yang diperuntukkan *band-band* di bawah naungannya beserta *band* baru yang akan direkrut.
2. Haum Entertainment diharapkan berkolaborasi dengan pihak kafe di sekitar Kota Malang dan Batu guna memberikan ruang seluas-luasnya untuk *band-band* yang ingin panggung musik dan menunjukkan eksistensinya.
3. Haum Entertainment diharapkan mempromosikan merchandise dan rilisan fisik atau digital melalui media sosial yang dikelola secara berkelanjutan dan terjadwal.