

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap anggota komunitas Soundcloud Bandung mengenai *marketing public relations tools* dan *music branding* Rocket Rockers, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Marketing public relations tools* Rocket Rockers menurut anggota komunitas Soundcloud Bandung dinilai berada pada kategori “sedang” yang berarti responden menilai cukup baik terhadap *marketing public relations tools* Rocket Rockers. Skor rata-rata terbesar didapat oleh indikator *publicity* dengan item pertanyaan mengenai keberagaman jenis media publikasi yang digunakan Rocket Rockers mendapatkan skor tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa dengan keberagaman media publikasi, responden akan lebih mudah mengenal dan mendapatkan informasi mengenai Rocket Rockers.
2. *Music branding* Rocket Rockers menurut anggota komunitas Soundcloud Bandung dinilai berada pada kategori “tinggi”, artinya responden menilai baik *music branding* yang dilakukan Rocket Rockers. Skor rata-rata terbesar didapat oleh indikator *experience*, dimana item pernyataan mengenai tingkat kemenarikan lagu Rocket Rockers mendapat skor tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa lagu-lagu Rocket Rockers memberikan kontribusi besar bagi *music branding* nya. Sedangkan indikator dengan skor rata-rata terendah adalah *exclusivity* yang pernyataan mengenai tingkat kemudahan responden mendapatkan *merchandise* Rocket Rockers mendapatkan skor terendah, hal ini disebabkan oleh manajemen Rocket Rockers yang menjual *merchandise* resmi nya hanya pada saat Rocket Rockers tampil, mengadakan *event* atau hanya menjual di kalangan perkumpulan penggemar saja.

Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai gambaran *music branding* Rocket Rockers menurut anggota komunitas Soundcloud Bandung dinilai berada pada kategori baik.

3. *Marketing public relations tools* berpengaruh kuat terhadap *music branding* Rocket Rockers.

5.2 Saran

1. *News* merupakan indikator yang paling lemah dalam *marketing public relations tools* Rocket Rockers. Padahal *news* sangat penting agar membuat Rocket Rockers lebih dikenal masyarakat, penulis menyarankan agar Rocket Rockers membuat inovasi atau terobosan baru dalam karir bermusik nya secara positif seperti berkolaborasi dengan musisi lain yang sedang banyak diberitakan, menggunakan instrumen tradisional indonesia atau sunda tambahan untuk lagu dan album berikutnya atau bekerja sama dengan film buatan luar negeri untuk pembuatan *soundtrack* nya, sehingga media akan tertarik untuk membuat pemberitaannya.
2. Dalam variabel *music branding*, *exclusivity* yang memiliki skor terendah dan pernyataan mengenai merchandising Rocket Rockers lah yang menjadi penyebab nya. *Merchandise* dapat dijadikan simbol loyalitas penggemar dan kepopuleran musisi / artis karena dapat menimbulkan kebanggaan terhadap pemakai/pembeli nya, sehingga penulis menyarankan agar Rocket Rockers mempermudah akses penjualan *merchandise* resmi, sehingga penggemar dan pendengar baru Rocket Rockers dapat dengan mudah mendapatkan *merchandise* nya. Dan juga penulis menyarankan agar manajemen Rocket Rockers memperbanyak jenis *merchandise* resmi agar penggemar lebih leluasa untuk memilih *merchandise* yang akan dibeli.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi *music branding* seperti *artist value*, *lovesmark*, *personal branding*.