

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan uraian penelitian terhadap data yang diperoleh dari hasil penelitian sebagaimana yang telah peneliti lakukan dengan judul “Promosi Digital Dalam Mengembangkan *Channel* YouTube” (Studi fenomenologi terhadap *channel* YouTube Dalang Pelo). Maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dalam pengembangan suatu *channel* YouTube diperlukan juga adanya promosi sebagai media mengkomunikasikan atau memasarkan sebuah *channel* YouTube agar masyarakat dapat mengetahui sebuah *channel* YouTube tersebut.

Promosi digital memberikan kita kemudahan dalam menyampaikan informasi atau memasarkan sebuah *channel* YouTube secara luas dan menyeluruh, *channel* YouTube Dalang Pelo memberikan contoh penggunaan promosi digital secara efektif dengan hanya menggunakan dimensi-dimensi yang ada pada promosi digital ia mampu mendapatkan *subscriber* dengan volume yang sangat besar hanya dalam waktu 6 bulan waktu pengembangan *channel*.

Promosi digital yang dilakukan *channel* YouTube animasi Dalang Pelo memberikan dampak yang sangat besar terhadap peningkatan sebuah *channel* YouTube terlebih lagi pada dimensi *affiliate marketing and strategi partnership*, dimana dalam dimensi tersebut *channel* YouTube animasi Dalang Pelo mendapatkan efek paling besar terhadap perkembangan *channel* YouTube animasi Dalang Pelo dikarenakan dimensi *affiliate marketing nad strategi partnership* menjangkau khalayak atau masyarakat paling luas dilihat dari terdapat 2 atau bahkan lebih orang yang bekerjasama dalam membuat karya dan saling mempromosikan satu sama lain yang mengakibatkan penyebaran informasi atau komunikasi pemasaran yang dilakukan semakin luas jangkauannya.

Bukan hanya dimensi promosi digital yang mempengaruhi perkembangan *channel* YouTube Dalang Pelo, melainkan komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth* juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perkembangan *channel* YouTube Dalang Pelo.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti terkait promosi digital sebagai strategi dalam pengembangan *channel* YouTube Dalang Pelo, peneliti memberikan saran bahwa setiap dimensi dalam promosi digital dapat dimanfaatkan lebih mendalam lagi sehingga bisa semakin efektif dalam pengembangan *channel* YouTube animasi Dalang Pelo dan juga memungkinkan untuk menyebarkan informasi mengenai animasi Dalang Pelo lebih luas lagi.

Bukan hanya itu, penggunaan *word of mouth* lebih baik dikembangkan lagi atau mag dijadikan sebuah strategi yang mampu menambah perluasan penyebaran promosi dari *channel* YouTube Dalang Pelo, dengan begitu promosi animasi Dalang Pelo yang disiarkan melalui YouTube akan lebih maksimal dan perkembangan dari *channel* YouTube Dalang Pelo akan lebih pesat.