

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Pemilik waralaba multimedia *Love Live!* secara efektif memanfaatkan berbagai bentuk media, termasuk anime, musik, permainan video, dan konser langsung, untuk menyajikan konten yang menarik dan beragam kepada penggemar mereka. Kegiatan ini mencerminkan penerapan strategi konvergensi media dan *media mix*, di mana teknologi, industri, dan konten media digabungkan dalam satu *platform* atau jaringan. Pendekatan ini tidak hanya memberikan keuntungan bagi pemilik waralaba multimedia sebagai produsen konten, tetapi juga menciptakan pengalaman yang memuaskan, kohesif, dan memikat bagi penggemar sebagai konsumen konten.

Konvergensi media dan *media mix* dapat meningkatkan nilai serta popularitas konten, sekaligus mendorong pertumbuhan dan inovasi dalam waralaba multimediana. Namun, keberhasilan strategi ini bergantung pada kreativitas dan konsistensi pemilik waralaba dalam menggabungkan berbagai bentuk media sehingga tercipta narasi yang koheren dan menarik di seluruh *platform* yang digunakan. Respons dan partisipasi penggemar juga menjadi elemen kunci yang perlu diperhatikan, karena hal ini sangat mempengaruhi kesuksesan dan perkembangan dari sebuah waralaba multimedia. Apabila kepuasan penggemar selama menikmati konten-konten yang ada tidak maksimal, maka hal tersebut dapat memengaruhi efektivitas dan nilai konten di kalangan penggemar.

Berdasarkan hal tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa pemahaman yang mendalam terkait produksi konten terhadap kebutuhan dan keinginan penggemar menjadi landasan utama bagi pemilik waralaba multimedia untuk mendorong perkembangan dari sebuah waralaba multimedia itu sendiri, terutama dalam perancangan strategi pemasaran, pendistribusian, dan pengembangan konten.

## 5.2. Saran

Setiap pemilik waralaba multimedia yang ingin mengembangkan konten-kontennya menjadi sebuah narasi yang kohesif terlepas dari bentuk media yang dimanfaatkan dapat menggunakan konvergensi media atau *media mix*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa hal yang dapat dilakukan oleh pemilik waralaba multimedia untuk mengembangkan waralaba multimedia mereka dengan memanfaatkan konvergensi media secara efektif, yakni:

- 1) Memanfaatkan bentuk media baru secara optimal. Penggunaan media baru yang memanfaatkan teknologi dapat memberikan pengalaman baru bagi konsumen konten, menarik perhatian calon konsumen konten baru, dan membantu konten yang diproduksi agar tetap relevan dan sesuai dengan perkembangan zaman. Selain itu, penggunaan bentuk media baru yang optimal akan menambah nilai kebaruan serta keunikan dari konten dalam sebuah waralaba multimedia.
- 2) Mengoptimalkan bentuk media tradisional yang telah ada. Meskipun media baru sangat penting untuk dimanfaatkan, bentuk media-media tradisional juga tetap harus digunakan secara optimal agar konsumen yang lebih familier dengan bentuk media tradisional tersebut tidak merasa terasingkan.
- 3) Mengutamakan umpan balik dari penggemar. Salah satu kelebihan dari pemanfaatan konvergensi media adalah kemudahan untuk mendapatkan umpan balik langsung dari penggemar, apalagi dengan pesatnya perkembangan media sosial yang membuat umpan balik penggemar menjadi salah satu elemen penting dalam menentukan arah produksi dan narasi dari konten yang akan dibuat. Kepuasan konsumen sangat memengaruhi nilai dari konten yang diproduksi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan informasi mengenai produksi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam waralaba multimedia ini. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan akses informasi tentang kegiatan produksi konten akibat sifatnya yang tertutup. Selain itu, kebanyakan perusahaan tersebut tidak mencantumkan saluran kontak seperti surel atau media sosial. Mereka menggunakan formulir kontak yang harus diisi secara manual melalui situs web mereka. Formulir kontak yang tersedia kebanyakan dikhususkan untuk domestik Jepang dan untuk tujuan tertentu, dan keperluan penelitian sering kali tidak tersedia atau tidak termasuk di dalamnya.

Informasi terkait produksi konten yang telah didapatkan dalam penelitian ini merupakan sebuah gambaran dari pihak dalam perusahaan distribusi konten waralaba multimedia *Love Live!* yang tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan produksi konten, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut kepada narasumber yang terlibat secara langsung dalam produksi konten, atau bertanggungjawab atas waralaba multimedia *Love Live!* atau waralaba multimedia sejenis lainnya.