

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi *content marketing* Saung Angklung Udjo melalui TikTok dalam mempertahankan *brand awareness*, dapat disimpulkan beberapa poin berikut:

1. Pertama, alasan Saung Angklung Udjo menggunakan TikTok sebagai media promosi utama adalah karena kesesuaian platform ini dengan karakteristik target audiens, khususnya generasi muda (milenial dan Gen Z). TikTok dipandang mampu memberikan jangkauan luas melalui format video singkat, kreatif, dan mudah dibagikan. Hal ini sejalan dengan teori Kaplan dan Haenlein (2010) yang menekankan media sosial sebagai sarana interaksi dua arah dengan audiens. Namun, kritik yang muncul adalah bahwa pemilihan platform TikTok masih cenderung berorientasi pada tren dan popularitas, sementara aspek strategi jangka panjang seperti brand positioning dan diferensiasi belum sepenuhnya ditata secara konsisten.
2. Kedua, strategi *content marketing* yang dilakukan Saung Angklung Udjo mencakup riset tren, perencanaan konten, produksi, distribusi, serta evaluasi performa. Konten yang diunggah bervariasi antara

edukasi budaya, promosi, hiburan, hingga konten emosional yang memperkuat kedekatan dengan audiens. Strategi ini sesuai dengan teori Pulizzi (2014) yang menekankan pentingnya konten relevan, konsisten, dan bernilai bagi audiens. Akan tetapi, kritik yang perlu dicatat adalah bahwa strategi SAU masih sangat bergantung pada tren yang bersifat jangka pendek (*short-lived trend*), sehingga konsistensi pesan budaya kadang kurang menonjol dibandingkan daya tarik viralitas konten.

3. Ketiga, faktor penghambat yang dihadapi Saung Angklung Udjo meliputi keterbatasan sumber daya manusia, kendala teknis dalam produksi konten, serta perubahan tren TikTok yang sangat cepat. Hambatan ini menunjukkan adanya *implementation gap* antara strategi ideal dengan kemampuan organisasi dalam melaksanakannya (Patton, 2002). Walaupun SAU mampu mengatasi kendala dengan improvisasi, kritik yang muncul adalah lemahnya investasi jangka panjang pada penguatan kapasitas SDM dan infrastruktur digital. Kondisi ini berpotensi membuat strategi pemasaran SAU tidak berkelanjutan jika hanya mengandalkan tren viral tanpa dukungan sistem yang solid.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok berperan signifikan dalam mempertahankan *brand awareness* Saung Angklung Udjo. Namun, keberhasilan tersebut masih cenderung bersifat situasional (tergantung tren dan momentum) dibandingkan sistematis (berdasarkan strategi jangka panjang). Oleh karena itu, meskipun TikTok terbukti efektif

dalam meningkatkan eksposur dan menarik minat audiens, strategi pemasaran digital Saung Angklung Udjo masih memerlukan penguatan agar mampu membangun *brand awareness* yang lebih konsisten, otentik, dan berkelanjutan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, maka peneliti memberikan beberapa saran kepada Saung Angklung Udjo agar strategi *content marketing* melalui TikTok dapat lebih optimal ke depannya, yaitu:

1. Menjaga Keseimbangan antara Tren dan Identitas Budaya

Saung Angklung Udjo perlu tetap konsisten dalam menampilkan konten yang sarat nilai budaya meskipun mengikuti tren di TikTok. Hal ini penting agar *brand awareness* yang terbentuk tidak hanya bersifat sesaat, tetapi juga memperkuat posisi SAU sebagai ikon wisata budaya yang otentik.

2. Penguatan Kapasitas SDM dan Infrastruktur Digital

Mengingat salah satu hambatan yang ditemui adalah keterbatasan sumber daya manusia dan alat produksi, SAU perlu memberikan pelatihan digital marketing kepada tim internal serta berinvestasi pada perangkat produksi konten yang lebih memadai. Dengan begitu, kualitas dan konsistensi konten dapat terjaga dan lebih bersaing di ranah digital.

3. Perencanaan dan Evaluasi Strategi Jangka Panjang

Strategi konten TikTok SAU sebaiknya tidak hanya reaktif mengikuti tren, tetapi dirancang dengan roadmap yang jelas serta disertai evaluasi berkala.

Evaluasi tidak hanya berfokus pada jumlah penayangan, melainkan juga pada indikator strategis seperti interaksi, citra merek, serta dampak terhadap minat kunjungan wisatawan.

