

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, peneliti memberikan beberapa poin kesimpulan, yakni sebagai berikut

1. Pengalaman emosional pengguna dan pengikut Instagram @netflixid terkait emotional branding Netflix Indonesia tercermin melalui konten yang diunggah. Peneliti menyimpulkan adanya ikatan emosional antara pengguna dan merek Netflix. Pengalaman emosional ini melibatkan perasaan, emosi, dan reaksi psikologis selama berinteraksi dengan konten tersebut. Pengalaman emosional pengguna dan pengikut Instagram @netflixid terkait emotional branding Netflix Indonesia memiliki pola dan struktur. Para informan mengikuti akun Netflix Indonesia untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Mereka memiliki persepsi bahwa Netflix Indonesia adalah brand yang ramah, fleksibel, dan humoris.
2. Melalui konten yang diunggah, penelitian menyimpulkan bahwa emotional branding yang dilakukan oleh Netflix melalui Instagram Netflix Indonesia efektif dalam membangun hubungan dengan penggunanya. Konten yang diposting memiliki unsur penting dalam kegiatan emosional branding, seperti hubungan, pengalaman sensori, imajinasi, dan visi. Netflix berhasil membangun kedekatan dengan pengguna dan pengikut melalui konten informatif dan menghibur yang relevan. Konten tersebut juga mendukung aspek audio dan visual yang menarik. Netflix Indonesia mencitrakan merek Netflix dengan cara yang unik melalui konten yang diunggah, termasuk gaya bahasa santai dan interaksi yang humoris. Visi Netflix "we want to entertain the world" tercitrakan melalui konten yang diunggah kepada pengguna.

#### **5.2 Saran**

1. Pengalaman emosional yang terbentuk pada pengguna sekaligus pengikut akun Instagram Netflix Indonesia (@netflixid) atas kegiatan emotional

branding yang dilakukan Netflix sudah cukup berhasil karena telah menyentuh aspek perasaan, atau pun emosi para pengguna. Namun Netflix dapat lebih meningkatkan apa yang dibutuhkan oleh audiens melalui jenis informasi apa yang disampaikan. Seperti konten promosi yang meliputi hiburan. Sehingga ikatan emosional yang telah dibentuk akan semakin kuat dan terjaga.

2. Netflix Indonesia dapat meningkatkan pengalaman sensorial melalui suara agar para pengguna sekaligus audiens dapat semakin terikat dengan Brand Netflix.