

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini, yang didapatkan dari pembahasan yang berdasarkan hasil penelitian Bersama 3 informan ialah *manager un1ty, fanbase un1ty* dan *non fanbase* pada membangun *brand awarness* boyband un1ty melalui media sosia instagram dengan bauran pemasaran yang di pakai(Budi Rahayu Tanama Putri , 2017:48) sebagai berikut:

Menurut penulis kesimpulan bauran pemasaran menurut Thirda Joshua tidak sesuai dengan bauran pemasaran menurut (Budi Rahayu Tanama Putri, 17: 28) tidak sesuai. Ketidak sesuainya pada *market postioning* yaitu pada daya beli un1ty ini masih rendah, karena sebagian nya harus menabung dan minta kepada orang tuanya. dan ketidak sesuaian pada *targeting* karena penggemar lebih memilih sebagai penikmat lagu dan penonton konser.

Menurut penulis kesimpulan bauran pemasaran menurut Putri Nur Fitria Nugrahini sesuai dengan bauran pemasaran menurut (Budi Rahayu Tanama Putri, 17: 28) sesuai nya ini pada *marketing mix strategi* yaitu un1ty telah melakukan kegiatan diluar lalu dibagikan melalui media sosial yang Instagram.

Menurut penulis kesimpulan bauran pemasaran menurut Santi tidak sesuai dengan bauran pemasaran menurut (Budi Rahayu Tanama Putri, 17: 28) ketidak sesuaian nya ini pada *marketing mix strategi* dikarenakan masih banyak yang belum kenal sama un1ty

5.2. Saran

Saran dalam penelitian ini, menurut dari hasil penelitian dan pembahasan dengan 3 informan ialah *manager un1ty, fanbase un1ty* dan *non fanbase un1ty* dalam penelitian ini komunikasi pemasaran un1ty di media sosial Instagram dalam membangun *brand awareness* untuk un1ty sebagai berikut ini ialah:

1. Dalam melakukan bauran pemasaran dalam membangun *brand awareness boyband* un1ty melalui media sosial instagram dalam memperkenalkan *boyband* un1ty kepada khalayak luas, *manager un1ty* perlu ditingkatin channel yang dipakai dalam media sosial seperti instagram, dalam tampilan foto, video dan tata letak foto untuk menarik para pengguna.
2. Dalam komunikasi pemasaran yang dilakukan membangun *brand awareness* boyband un1ty melalui media sosial instagram dalam memperkenalkan suatu brand seperti un1ty. hal utama yang dilakukan adalah tetap terus melalukan langganan iklan ads di media sosial

instagram dan tetap konsisten dalam memperkenalkan suatu produk un1ty maupun *merchandise* un1ty kepada target konsumen.

