BAB V
PENUTUP

Pada BAB ini berisikan kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian di lapangan yang telah dilakukan serta saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat peneliti sampaikan selama melaksanakan penelitian di Manajemen *Wannabe:*

1. **Product (Produk Jasa)** *breakdance* yang ditetapkan oleh Manajemen *Wannabe* menawarkan perbedaan dengan produk jasa sejenis. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari karakteristik produk jasa *breakdance* (*show* dan *beatle*), konsep penampilan yang inovatif dan kreatif yang ditawarkan serta skill yang dimiliki oleh masing-masing anggota komunitas *breakdance Dawn Squad* sehingga menjadi ciri khas bagi penampilannya.
2. ***Price*** **(harga)** yang ditetapkan oleh Manajemen *Wannabe* untuk menggunakan jasa komunitas *breakdance Dawn Squad* dipengaruhi oleh jenis *event* atau keperluan dan biaya akomodasi. Dalam menetapkan harga Manajemen wannabe juga memberikan klasifikasi pilihan harga.

3. ***Place*** **(Distribusi)** yang ditetapkan oleh Manajemen *Wannabe* adalah yang berpotensi untuk menggunakan jasa komunitas *breakdance Dawn Squad* seperti *Event Organizer*, stasiun radio, stasiun TV, *night club*, instansi,hotel dan individu. Tetapi untuk klien maupun target klien tidak hanya yang sudah disebutkan saja yang dapat menggunakan jasa komunitas *breakdance Dawn Squad* adalah siapapun yang berpotensi dan tertarik.
4. ***Promotion*** **(Promosi)** yang dilakukan oleh Manajemen *Wannabe* pada produk jasanya dilakukan ke dalam bentuk *Direct Marketing* dengan media promosi *DVD* dan komunikasi dari mukut ke mulut. Tujuannya yang utama adalah untuk meningkatkan penjualan, mendapatkan *image* yang positif dan dapat mempertahankan eksistensi komunitas *breakdance Dawn Squad.*
5. **Strategi Komunikasi Pemasaran *Team* Manajemen *Wannabe* Dalam Mempertahankan Eksistensi Komunitas *Breakdance Dawn Squad* Di Kota Bandung** pada proses komunikasi pemasaran yang terjadi melibatkan unsure komunikasi pada umumnya (Sumber, pesan, media, penerima dan efek). Agar menudahkan proses komunikasi pemasaran tersebut adalah dengan mengembangkan *Marketing Mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari *product, price, place* dan *promotion* yang diharapkan dari aplikasi *Marketing Mix* tersebut dapat mempertahankan

eksistensi komunitas *breakdance Dawn Squad* di Kota Bandung dan menghadapi persaingan yang terjadi di antara komunitas *breakdance* pada jalur *showbiz.*

5.2 Saran – Saran

5.2.1 Saran untuk Manajemen *Wannabe*

Dalam rangka melakukan penelitian, mahasiswa harus memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan imu pengetahuan, instansi, atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang harus diberikan oleh penulis untuk Manajemen *Wannabe:*

1. Sebaiknya Manajemen *Wannabe* lebih mengoptimalkan media *online* yang tersedia. Hal tersebut untuk saat ini dapat menguntungkan karena banyak orang yang menggunakan media *online* untuk mencari berbagai informasi.
2. Sebaikanya promosi dapat dilakukan dalam bentuk lain, seperti *Road Show* dan juga mengoptimalkan untuk mengadakan *workshop* mengenai produk – produk jasanya ataupun yang berhubungan dengan *Dance.*

5.2.2 Saran untuk Mahasiswa Peneliti Selanjutnya

Adapun peneliti menberikan saran kepada mahasiswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya, berikut saran yang dapat peneliti berikan:

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti dengan kajian yang sama dapat mengembangkan penelitian yang sebelumnya dilakukan.
2. Bagi peneliti selanjutnya dengan fokus penelitian strategi komunikasi pemasaran dapat membahas hingga ke perilaku konsumen sebagai hasil dari komunikasi pemasaran yang telah dilakukan.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai komunitas *breakdance* dapat membahas fenomena *breakdance,* interaksi sosial komunitas *breakdance* dan pandangan dari masyarakat umum tentang keberadaan komunitas *breakdance.*