

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti dilakukan, disimpulkan bahwa:

1. Terkait strategi pemasaran bisnis musik di Boni *Entertainment*, ditemukan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Boni *Entertainment* belum dilakukan secara sistematis. kegiatan pemasaran atau promosi yang dilakukan tidak melalui tahapan perencanaan dan analisis. Sebagian kegiatan pemasaran/promosi yang dilakukan oleh Boni *Entertainment* yaitu dengan menggunakan metode *word of mouth* atau penyampaian informasi yang dilakukan oleh satu orang ke orang yang lain dengan menceritakan pengalaman dan kepuasaannya terhadap pelayanan yang diberikan oleh Boni *Entertainment*.
2. Ditemukan faktor penghambat dalam menjalankan kegiatan promosi ataupun pembagian *job* personil yaitu kurangnya SDM yang ada untuk mengisi format musik yang di inginkan. Boni *Entertainment* merasa bahwa kurangnya pemain tersebut menjadi salah satu penghambat untuk mengisi tim grup musik yang akan mengisi *Entertainment* di beberapa event tersebut.

B. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian tentang strategi pemasaran bisnis musik

Boni Entertainment peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Melakukan promosi secara berkala dapat membuat *Boni Entertainment* lebih di kenal luas oleh masyarakat.
2. Pembuatan skema perencanaan promosi dapat dilakukan untuk memudahkan *Boni Entertainment* dalam memasarkan perusahaannya kepada khalayak luas. Hal ini juga dapat memudahkan perusahaan untuk melihat tingkat keberhasilan terkait tujuan promosi yang akan di lakukan.
3. Pembuatan sosial media perusahaan, dengan menggunakan sosial media masyarakat akan lebih mudah untuk mencari informasi tentang *Boni Entertainment* secara mendalam. Melalui sosial media, masyarakat pun dapat melihat aktifitas dan promosi yang dilakukan oleh *Boni Entertainment*.

Penambahan jumlah personil dapat mengurangi hambatan dalam pembagian tim yang akan mengisi di beberapa acara. Penambahan jumlah personil tersebut dapat dilakukan melalui rekrutmen atau rekomendasi dari personil lain yang sudah lama bergabung.

Daftar Pustaka

- Dellyana, Ina, dkk. (2015). *Rencana Pengembangan Industri Musik Nasional 2015-2019*. PT. Republik Solusi: Jakarta.
- KPMI, (2009). *Musisiku 2*. Republika: Jakarta.
- Kotler, Philip, dkk, (2000), *Manajemen Pemasaran*, cetakan Kedua, Gramedia Pusat Utama, Jakarta.
- Kuswarsantyo. (2014). *Dialektika Seni Pertunjukkan*. Bale Seni Condrosimo: Yogyakarta
- Merriam, Alan. P. *The Antropology Of Music*. Nort Western. University Press.
- Puspoprano, S. (2006). *Manajemen Bisnis: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. PPM: Jakarta.
- Sedyawati Edi, (1990), *Pertumbuhan Seni Pertunjukan*, Cetakan kedua, Sinar Harapan, Jakarta.
- S. Supriyanto dan Ernawati, (2010). *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. CV Andi Offset : Yogyakarta.
- Angga Dika Saputra (2018). *Strategi Pembelajaran Musik Kolintang Pada Grup Bapontar Ladies di Sanggar Bapontar Jakarta*. Institut Seni Indonesia: Yogyakarta.

Webtografi

- <https://sheetmusic-free.com/12771/> (the prayer)
- <http://www.everyonepiano.com/Music/down/4100/0004100/Endless-Love-Endless-Love-Theme> (endless Love)
- <https://musescore.com/user/20957031/scores/4267906> (fly me to the moon)
- <https://edoc.site/bryan-adams-barbra-streisand-i-finally-found-someonepdf-pdf-free.html>(i finally found someone)