

BAB IV SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan, data yang didapatkan dari angket atau kuesioner yang telah penulis sebarakan kepada penggemar Sakurazaka46 yang berada didalam komunitas dan responden yang didapat melalui akun penggemar/*fanbase Idol Group Sakurazaka46* dari tanggal 10 Juli 2022 sampai dengan tanggal 16 Juli 2022. jumlah responden yang didapat dalam kurun waktu tersebut berjumlah 158 orang/responden. Dari hasil analisis tersebut penulis menarik kesimpulan bahwa perubahan nama atau *rebranding* memiliki dampak pada perubahan frekuensi penggemar dalam penggunaan media-media, menonton konser, menonton *variety show*, dan daya konsumtif. Setelah berubah nama menjadi Sakurazaka46 frekuensi para penggemar dalam penggunaan media seperti YouTube, Twitter, Instagram maupun Website Official *Idol Group Sakurazaka46* dan frekuensi penggemar dalam menonton konser dan *variety show* mengalami penurunan.

Daya konsumtif para penggemar juga mengalami perubahan dimana saat *Idol Group* tersebut masih bernama Keyakizaka46 mayoritas dari para penggemar dapat mengeluarkan uang dengan kisaran kurang dari satu juta, namun setelah berubah nama atau *rebranding* menjadi Sakurazaka46 mayoritas dari para penggemar mengeluarkan uang mereka dengan kisaran kurang dari lima ratus ribu.

Walaupun mengalami mengalami penurunan dalam hal penggunaan media, menonton konser, menonton *variety show*, mengakses blog, dan daya konsumtif. Para penggemar masih memiliki minat yang cukup tinggi terhadap *Idol Group Sakurazaka46*. Persentase yang didapat dari hasil angket atau kuesioner menyatakan bahwa para penggemar mayoritas masih tetap mengikuti *Idol Group Sakurazaka46*. selain itu berdasarkan persentase daya konsumtif, dapat dikatakan bahwa walaupun *Idol Group Keyakizaka46* berubah menjadi Sakurazaka46 para penggemar masih tetap ingin membeli merchandise *Idol Group Sakurazaka46*. Persentase sering dan sering sekali dalam penggunaan media, menonton konser, menonton *variety show*, mengakses blog member dan daya konsumtif dapat

dikatakan juga cukup tinggi. Walaupun memang persentase yang didapat tidak sebesar ketika *Idol Group* ini masih bernama Keyakizaka46. Namun berdasarkan persentase yang didapatkan dari para penggemar ketika *Idol Group* ini menjadi Sakurazaka46, dapat disimpulkan bahwa para penggemar masih memiliki minat yang cukup tinggi dan masih menantikan perjalanan dari *Idol Group* Sakurazaka46 yang baru saja lahir kembali dengan nama baru, konsep baru, dan logo baru.

