

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai strategi komunikasi pemasaran Darmaheswara *wedding organizer* melalui media sosial Instagram pada masa pandemi COVID-19, peneliti menyimpulkan adanya tujuan yang spesifik dari strategi yang dibuat Darmaheswara dalam menghadapi masa pandemi COVID-19. Yang pertama adalah posisi Darmaheswara sebagai *wedding organizer* yang stabil. Hal ini dilakukan dengan sebisa mungkin menghindari kerugian dan mengutamakan kualitas daripada kuantitas acara client, sehingga promosi tidak dilakukan besar-besaran untuk mendapatkan client sebanyak-banyaknya, namun dilakukan sesuai momentum. Promosi dilakukan dengan cara mengunggah konten di Instagram sesuai momen yang tepat secara teratur untuk mempertahankan konsistensi pengunggahan konten. Kegiatan ini dilakukan dengan memanfaatkan fitur-fitur di Instagram, contohnya selain mengunggah di feeds, adalah fitur highlight Instagram story untuk live report para client.

Selanjutnya Darmaheswara juga ingin menumbuhkan rasa kepercayaan para calon client dan clientnya. Beberapa strategi yang dibuat untuk mencapai tujuan ini adalah menggunakan foto para crew sebagai konten di Instagram, sehingga para followers akan mengenal siapa-siapa saja yang nanti akan bekerja di acara pernikahannya. Darmaheswara juga tanggap akan keadaan pandemi COVID-19

yang memberi banyak peraturan protokol kesehatan, sehingga foto pelaksanaan protokol kesehatan seperti penggunaan penggunaan trap dan masker juga menjadi konten di Instagram Darmaheswara agar dapat meyakinkan followers mengenai keamanan event yang dijalankan Darmaheswara.

Dalam mengunggah konten di feeds, Darmaheswara memberikan caption dengan konsep story telling. Tujuannya adalah untuk menunjukkan kepada followers mengenai cerita dibalik masing-masing event, sehingga acara pernikahan yang sebagian besar prosesinya hampir sama ditampilkan dengan beda di Instagram Darmaheswara. Selain berkomunikasi dengan para followers, Darmaheswara juga mempertahankan hubungan yang baik dengan para vendor acara pernikahan dan aktif dalam organisasi Hastana Jawa Timur. Dua pihak ini juga turut andil dalam kegiatan strategi pemasaran Darmaheswara.

Darmaheswara membuat program *bundling* dengan berbagai vendor acara pernikahan seperti busana, MUA, dokumentasi, dan lain lain. Para vendor ini nantinya juga akan merekomendasikan Darmaheswara pada para clientnya. Selain vendor, Darmaheswara aktif di Hastana Jawa Timur dengan tiga crew Darmaheswara memiliki jabatannya di Hastana yaitu Zulkifli, Vio, dan Mutmainatul.

Program lain yang dibuat Darmaheswara selama masa pandemi COVID-19 adalah program *internship*. Program ini dibuat untuk membuat sistem recruitment yang lebih efektif bagi Darmaheswara dan menghasilkan kualitas SDM yang lebih baik. Para crew dan intern juga memiliki peran dalam strategi komunikasi

pemasaran yang dilakukan Darmaheswara, yaitu turut andil merepost konten promosi melalui akun Instagram pribadinya masing-masing.

Berbagai strategi dan program yang telah dibuat Darmaheswara dalam menghadapi masa pandemi COVID-19 melalui Instagramnya ini telah terbukti berhasil. Beberapa client Darmaheswara mengetahui *wedding organizer* ini melalui akun Instagramnya, dan memanfaatkan kontennya sebagai referensi untuk acaranya. Hal ini menunjukkan akun Instagram Darmaheswara telah memenuhi tujuan yang diinginkan. Setelah mengalami kerugian di awal masa pandemi COVID-19, Darmaheswara mengalami kenaikan jumlah client mencapai 50% di tahun ini dan masih terus bertambah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran yang diharapkan berguna bagi pembaca, yaitu sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan kontribusi bagi peneliti-peneliti lainnya agar dapat dijadikan referensi sebagai ide dan pengetahuan terutama di bidang komunikasi pemasaran. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mampu menganalisis strategi komunikasi pemasaran dengan metode analisis yang lain agar hasil penelitian dapat lebih akurat dan jelas.

2. Saran Praktis

Saran yang dapat ditunjukan untuk Darmaheswara *wedding organizer* agar strategi komunikasi pemasaran dapat dijalankan dengan lebih baik lagi,

yaitu membuka kolaborasi dan *bundling* dengan vendor yang lebih bervariasi. Selain itu diharapkan adanya konten-konten dengan konsep lain yang di unggah secara berkala agar antusiasme pengikut Instagram masih konsisten terhadap Darmaheswara.