

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Strategi komunikasi pemasaran galeri Lokananta dalam mengembangkan wisata yang ada di kota Surakarta telah berhasil mentransformasikannya menjadi destinasi wisata musik bersejarah. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Galeri Lokananta bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap sejarah musik Indonesia melalui IMC serta meningkatkan angka kunjungan galeri. Lokananta menggunakan berbagai elemen komunikasi pemasaran mulai dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, hingga media sosial. Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah penggunaan konten media sosial terutama Instagram dan TikTok yang disesuaikan dengan segmentasi pasar galeri Lokananta yaitu kelompok usia 19-35 tahun dengan mayoritas pengunjung perempuan.

1. Galeri Lokananta menggunakan delapan jenis IMC dengan menggabungkan antara strategi pemasaran digital dengan strategi pemasaran konvensional. Pemasaran konvensional dari galeri Lokananta seperti *advertising* dengan menggunakan media luar ruangan, *sales promotion* dengan memberikan diskon untuk menarik lebih banyak pengunjung, *event and experience* dengan membuat acara internal ataupun eksternal, serta *personal selling* dan *direct selling* dengan sistem *door-to-door*.

2. Galeri Lokananta juga menggunakan media online dalam kegiatan pemasarannya melalui media sosial. Kegiatan pemasaran ini melalui online dan *social media marketing*, *mobile marketing*, serta *direct and database marketing* yang menggunakan database konsumen.
3. Penelitian ini juga menemukan pada proses kegiatan pemasaran galeri Lokananta yang menunjukkan bahwa terdapat penggabungan kegiatan Public Relations dan Marketing dalam kegiatan pemasaran galeri Lokananta.
4. Dampak dari kegiatan pemasaran galeri Lokananta ini adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sejarah musik Indonesia. Lokananta tidak hanya mampu menarik minat generasi muda akan tetapi juga membangun reputasi sebagai tempat yang menggabungkan hiburan dan pendidikan sehingga memperkuat posisinya dalam industri seni dan budaya.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan untuk perkembangan pada penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Dalam Pengembangan Wisata Sejarah Galeri Lokananta di Kota Surakarta :

1. Melakukan penelitian lebih lanjut untuk dapat memahami lebih dalam terkait strategi komunikasi, memperluas cakupan objek, serta fokus pembahasan yang lebih dalam.

2. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti lainnya sebagai referensi dan melakukan pengembangan dengan metode serta fokus pembahasan yang lebih luas.
3. Evaluasi dan pengembangan program pemasaran bagi pihak pengusaha untuk dapat meningkatkan kreativitas dan kualitas usaha.