

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran Kalila Organizer dapat terbagi menjadi 2 yaitu, strategi komunikasi pemasaran konvensional dan strategi komunikasi pemasaran digital.

Strategi komunikasi pemasaran konvensional yang dilakukan oleh Kalila Organizer yang dapat meningkatkan penggunaan layanan adalah dengan mengikuti sebuah pameran *wedding*, dan melaksanakan *live open booth*. Hasil usaha dari meningkatkan kualitas *crewnya* adalah puasanya klien dengan kinerja tim Kalila. Sedangkan untuk strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan Kalila Organizer adalah melakukan promosi melalui media sosial yaitu Kalila memanfaatkan fitur Instagram *ads* untuk mengiklankan kontennya. Hal ini merupakan bentuk strategi Kalila Organizer dalam meningkatkan penggunaan layanan yang efektif berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan.

Strategi komunikasi pemasaran konvensional dan strategi komunikasi pemasaran digital yang sudah dilakukan oleh Kalila Organizer sama-sama dapat meningkatkan penggunaan layanan, namun strategi komunikasi pemasaran konvensional seperti mengikuti pameran *wedding* dan melaksanakan *live open booth* merupakan bentuk strategi yang dinilai lebih efektif dibandingkan dengan strategi komunikasi pemasaran digital. Hal ini terjadi karena pada usaha jasa,

konsumen akan melakukan pembelian berdasarkan pengalaman yang ada. Pengalaman ini tercipta ketika dapat melihat bagaimana interaksi secara langsung antara penyedia jasa dengan konsumennya, tidak hanya untuk hasil akhir tetapi juga proses saat konsumen menerima layanan jasa tersebut.

Temuan lainnya pada strategi komunikasi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan penggunaan layanan Kalila Organizer adalah *word of mouth*, yang memiliki kekuatan untuk mempromosikan usaha Kalila Organizer melalui klien-klien yang sudah menggunakan layanan jasanya. Hal ini bisa terjadi karena kualitas kinerja crew yang dinilai profesional dalam menjalankan pekerjaannya sehingga klien merasa puas atas layanan yang diberikan dan merekomendasikan Kalila Organizer kepada orang terdekatnya.

## **5.2 Saran**

### **1. Saran Praktis**

Melalui penelitian ini, peneliti menyarankan agar Kalila Organizer meningkatkan penggunaan Instagram, seperti meningkatkan frekuensi unggahan konten, membuat konten interaktif yang dapat membangun hubungan lebih dekat dengan pengikutnya. Sehingga informasi yang ingin disampaikan bisa disebarluaskan lebih jauh. Sejalan dengan hal tersebut, peneliti menyarankan Kalila Organizer untuk terus mengembangkan kualitasnya karena banyaknya persaingan di bidang yang sama. Dalam melakukan promosi usahanya, ada baiknya Kalila Organizer merealisasikan kolaborasinya dengan influencer untuk lebih menjangkau pasar secara luas.

## 2. Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti berharap dalam penelitian ini bisa menjadi referensi untuk menambah pengetahuan mengenai strategi komunikasi pemasaran. Saran untuk penelitian selanjutnya, karena penelitian ini bersifat kualitatif dengan jumlah informan yang terbatas, maka disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif agar dapat mengukur pengaruh atau hubungan antar variabel secara luas dan statistik.