

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh mengenai strategi komunikasi pemasaran oleh Paprika Wedding maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam upaya pemasaran perusahaan Paprika Wedding menerapkan 5 jenis IMC (*integrated marketing communication*) yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung.
2. Penerapan strategi IMC yang memiliki Strength (Kekuatan) berdasarkan hasil analisis adalah Advertising (Periklanan) dan Sales Promotion (Promosi Penjualan). Dalam periklanan dan promosi penjualan Paprika Wedding melalui media online seperti Instagram sedangkan media cetak seperti brosur, yang membantu meningkatkan kesadaran merek dan menarik minat pengunjung potensial. Selain itu, Paprika Wedding juga mampu memanfaatkan media sosial Instagram untuk promosi penjualan, termasuk mengadakan promosi berupa potongan harga dan cash back.
3. Kelemahan Paprika Wedding dalam penerapan IMC yaitu pada Direct Marketing (pemasaran langsung) kurangnya fokus pada pemasaran langsung dan ketergantungan yang tinggi pada pemasaran online. Hal ini dapat mengakibatkan rendahnya tingkat respons dan interaksi konsumen, serta keterbatasan dalam memberikan pengalaman langsung dan membangun hubungan personal dengan calon pengunjung. Terlebih lagi, keterbatasan dalam upaya pemasaran langsung juga membatasi jangkauan promosi terutama bagi mereka yang tidak terhubung secara online.
4. Pada penelitian ini terdapat 5 Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) yang diterapkan oleh Paprika Wedding yaitu :

Iklan (*advertising*) Dalam implementasi periklanan, Paprika Wedding telah mengadopsi pendekatan IMC (Integrated Marketing Communications) yang efektif. Mereka menggunakan berbagai media dan saluran komunikasi, baik offline maupun online, untuk mencapai tujuan pemasaran mereka. Melalui

pemanfaatan media cetak, seperti brosur, mereka dapat memberikan informasi lengkap tentang fasilitas dan harga paket pernikahan kepada calon konsumen. Kolaborasi dengan vendor lain dalam iklan media sosial Instagram juga memperluas jangkauan pemasaran mereka. Dengan pendekatan ini, Paprika Wedding menciptakan iklan menarik yang mampu menjangkau target pasar yang lebih luas. Melalui penerapan IMC, Paprika Wedding berhasil memanfaatkan kekuatan media cetak untuk menyebarkan informasi kepada pihak venue atau orang secara langsung. Mereka juga memanfaatkan media sosial Instagram untuk mencapai audiens yang lebih luas dan memperkuat hubungan dengan vendor lainnya. Namun, perlu diperhatikan bahwa penggunaan media cetak dapat memiliki keterbatasan dalam hal jangkauan dan frekuensi iklan. Selain itu, dalam era digital yang penuh dengan informasi, perusahaan harus tetap berinovasi dalam strategi periklanan mereka agar pesan promosi mereka tetap efektif dan tidak terlewatkan.

Melalui pemasaran langsung, Paprika Wedding mengirimkan informasi secara personal kepada konsumen berdasarkan database yang dimiliki, sehingga pesan yang disampaikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing konsumen. Selain itu, Paprika Wedding juga menggunakan media sosial WhatsApp untuk memberikan daftar harga kepada konsumen. Pendekatan ini memungkinkan konsumen untuk langsung berinteraksi dengan perusahaan, menanyakan rate harga, dan memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Dalam wawancara, Paprika Wedding menyatakan bahwa konsumen biasanya mengetahui Instagram perusahaan melalui rekomendasi dari kerabat atau teman. Setelah melihat akun Instagram, konsumen yang tertarik langsung mengirimkan direct message (DM) untuk menanyakan harga. Kemudian, Paprika Wedding memberikan nomor WhatsApp agar konsumen dapat menghubungi perusahaan. Perusahaan ini mampu memberikan berbagai pilihan harga sesuai dengan kebutuhan konsumen, mulai dari harga terendah hingga tertinggi.

Pemasaran langsung yang dilakukan oleh Paprika Wedding bertujuan untuk membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dan mendapatkan respon

langsung dari mereka. Melalui interaksi langsung dan personal, perusahaan dapat menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dengan menerapkan strategi pemasaran langsung secara efektif, Paprika Wedding berhasil mencapai target yang ditetapkan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan adanya pemasaran langsung, perusahaan dapat memperoleh umpan balik langsung mengenai produk jasa yang ditawarkan, membantu dalam evaluasi dan peningkatan kualitas layanan.

Secara keseluruhan, pemasaran langsung yang dilakukan oleh Paprika Wedding melalui media sosial Instagram dan WhatsApp telah berhasil mengimplementasikan konsep IMC (Integrated Marketing Communication). Dengan menggunakan pendekatan ini, Paprika Wedding dapat memberikan informasi yang tepat kepada konsumen, membangun hubungan yang kuat, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

5. Pada penelitian ini terdapat hasil analisis SWOT yang menunjukkan bahwa, Secara kesimpulan, Paprika Wedding memiliki kekuatan yang kuat dalam memanfaatkan media offline dan online untuk keperluan periklanan, termasuk iklan yang informatif dan promosi penjualan yang efektif melalui media sosial Instagram. Mereka dapat mencapai audiens yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan kesadaran merek serta keterlibatan konsumen. Namun, ada kelemahan terkait penjualan personal yang terbatas dalam jangkauan dan mungkin kurangnya kedekatan emosional dengan konsumen dalam interaksi online. Terdapat pula peluang dalam menjalin kerjasama dengan vendor dan memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, ada ancaman terkait risiko pesan promosi terlewat atau diabaikan oleh konsumen, serta potensi pandangan negatif terhadap pemasaran langsung. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, Paprika Wedding dapat meningkatkan strategi pemasaran mereka dan memperkuat hubungan dengan konsumen untuk mencapai kesuksesan dalam industri pernikahan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti yang hendak melakukan penelitian mengenai Integrated Marketing Communication di media social lainnya.

5.2.2 Saran Praktis

1. Selain mengandalkan media online seperti Instagram, Paprika Wedding perlu mempertimbangkan penggunaan saluran komunikasi lainnya seperti YouTube, blog, atau platform media sosial lainnya yang relevan dengan pasar target mereka. Diversifikasi saluran komunikasi akan membantu mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek.
2. Paprika Wedding dapat mengoptimalkan potensi kerjasama dengan vendor lain di industri pernikahan. Membentuk kemitraan yang kuat dengan vendor seperti make-up artist, dekorasi, atau vendor lainnya dapat memberikan keuntungan saling menguntungkan dalam hal pemasaran dan merekam pangsa pasar yang lebih besar.