

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

a. Penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Produksi Ivisual Indonesia dapat dikatakan berhasil di terapkan pada era pandemi covid 19. Pada penelitian ini, strategi komunikasi pemasaran tersebut ditelaah menggunakan teori AIDA. Penerapan model AIDA dalam strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Produksi Ivisual dalam penelitian kali ini dapat di jabarkan sebagai berikut :

- *Attention* untuk menarik perhatian calon klien dengan berbagai cara terutama mengelola media sosial Instagram dan juga mengikuti kegiatan seperti bakti sosial.
- *Interest* dilakukan dengan cara memaksimalkan iklan melalui media sosial Instagram dan memberikan diskon beserta promo harga terutama kepada tenaga kesehatan.
- *Desire* merupakan tahap untuk menarik sisi keinginan dari calon klien dan Ivisual mengemasnya dengan melakukan lomba membuat video agar mengetahui bagaimana yang diinginkan oleh klien untuk ke depannya.
- *Action* yang dilakukan oleh Ivisual lebih ke sisi teknis terutama terkait penyediaan layanan yang harus melibatkan kerja sama dengan pihak lain seperti tata rias dalam paket *wedding*.

b. Strategi yang digunakan oleh Ivisual selama pandemi covid 19 adalah dengan lebih gencar melakukan promosi di media sosial, melakukan kerja sama dengan vendor *wedding* yang lain hingga kurang lebih mencakup 13 vendor untuk bekerja sama,

membuat banyak promo dan diskon, peningkatan *skill editing* dan kamera, dan penambahan fasilitas dokumentasi seperti *virtual wedding* dan *live report*. Akhirnya pendapatan Ivisual pada Maret 2020 dengan Maret 2021 memiliki perbedaan yang cukup signifikan yakni sebesar Rp 83.500.000. Peningkatan pendapatan pada Maret 2021 yang melebihi target menunjukkan strategi komunikasi pemasaran yang digunakan ivisual dikategorikan berhasil dan dapat diterapkan dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan proses dari penelitian yang dilakukan pada strategi komunikasi pemasaran ivisual di era pandemi covid-19 dan penarikan kesimpulan, terdapat beberapa saran yang peneliti ajukan, diantaranya :

- Sebagai rumah produksi yang bergerak pada bidang kewirausahaan, Ivisual diharapkan dapat konsisten untuk terus berinovasi seperti yang sudah dilakukan sebelumnya dengan membuat *virtual wedding*, *live wedding*, dan beberapa paket wedding lainnya terutama yang bersangkutan dengan vendor lain. Semoga inovasi tersebut terus berjalan seiring perkembangan jaman.
- Mengadakan dan atau mengikuti pelatihan *upgrade skill* agar terus dapat mengikuti perkembangan pasar dalam dunia dokumentasi baik secara teknik maupun editing. Salah satu pelatihan yang dapat diadakan adalah pelatihan dan seminar perihal pendokumentasian baik itu video atau foto terutama terkait *virtual* dan *live wedding*.
- Peneliti selanjutnya diharapkan lebih siap dalam proses pengambilan dan pengumpulan data sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan baik. Peneliti selanjutnya juga diharapkan didukung dengan wawancara dengan narasumber yang berkompeten dalam melakukan komunikasi bisnis.