

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari data hasil penelitian yang telah dibahas dan digambarkan dalam bab-bab sebelumnya, penulis menarik kesimpulan terkait dengan judul peneliti mengenai strategi komunikasi pemasaran *Jepara Ourland Park* di masa pandemi *covid 19* sebagai berikut;

1. Setelah vakum lebih dari 1 tahun lamanya, kini *Jepara Ourland Park* perlahan menunjukkan progress yang cukup bagus. Pemasaran melalui media *digital* merupakan sebuah wadah yang dominan digunakan dan dimanfaatkan *Jepara Ourland Park* dalam melakukan aktivitas komunikasi pemasaran di masa pandemi *covid 19*.
2. Tampilan konten yang menarik dengan konsep, eksekusi pengambilan gambar atau video serta editing yang dilakukan merupakan cara JOP dalam menarik kunjungan wisatawan.
3. Upaya dalam menimbulkan sebuah rangsangan terhadap calon konsumen, JOP menerapkan sebuah promo potongan harga atau diskon yang diberikan.
4. Kegiatan sosial (vaksinasi massal) dan bekerjasama kembali dengan agen wisata merupakan upaya JOP dalam melebarkan sayapnya dalam menarik kunjungan wisatawan di masa pandemi *covid 19*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Jepara Ourland Park, maka peneliti memberikan saran kepada pihak terkait dengan harapan adanya penelitian ini memberikan manfaat yang positif bagi program komunikasi pemasaran dari *Jepara Ourland Park*. Berikut saran dari peneliti ;

1. Sebaiknya manajemen dari *Jepara Ourland Park* lebih memanfaatkan media sosial lainnya (sedang *trend*) sebagai aktivitas komunikasi pemasaran dari *Jepara Ourland Park*. Media sosial tersebut yakni *tiktok*.
2. Dalam pemanfaatan media sosial hendaknya *Jepara Ourland Park* lebih konsisten dalam pengelolaan media sebagai kegiatan komunikasi pemasaran. Hal tersebut dikarenakan JOP lebih dominan dalam penggunaan media sosial *instagram* yang dijadikan sebagai wadah kegiatan dalam menyebarkan informasi.
3. Dalam aspek penjualan personal hendaknya dengan situasi dan kondisi saat ini yang lebih kondusif, sebaiknya *Jepara Ourland Park* melakukan *sales visiting* ke sebuah instansi ataupun ke sekolah dan lainnya untuk memperluas pasar. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh fasilitas JOP yang tidak hanya menyediakan tempat hiburan, akan tetapi JOP juga menyediakan atau memfasilitasi dengan sebuah gedung yang bisa dijadikan sebuah tempat kegiatan *meeting*, acara pernikahan, *workshop* atau acara lainnya.