

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal terkait strategi komunikasi pemasaran Mawa Wedding Syar'I Planner dalam membangun *brand image* serta dalam menyebarkan konsep *wedding syar'I*. Terdapat dua poin penting yang menjadi prinsip Mawa Wedding Syar'I Planner dalam membangun *brand image* yang baik yaitu edukasi dan dokumentasi dengan menggunakan enam elemen sebagai sarana penyampaian pesan. Ke enam elemen tersebut antara lain *advertising, sales promotion, public relation, word of mouth, event and experience dan internet*. Masing masing elemen memiliki fokus tujuan yang berbeda tetapi pada akhirnya baik secara langsung maupun tidak langsung setiap elemen akan berpengaruh dalam membangun hubungan dengan konsumen, meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra sampai dengan menciptakan penjualan.

Pertama, *advertising* yang dilakukan oleh Mawa Wedding Syar'I Planner melalui iklan Instagram sangat efektif dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan *brand awareness*. Kedua, *word of mouth* berupa testimoni yang ditampilkan pada media sosial Instagram sangat berpengaruh untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Ketiga, internet sebagai sarana untuk membangun *engagement* dengan calon konsumen dengan membuat konten interaktif sehingga tercipta komunikasi dua arah. Keempat, *sales promotion* yang dilakukan dengan membuat promo, give away dan diskon pada waktu tertentu, kurang efektif dalam meningkatkan penjualan. Kelima, *event and experience* dengan tujuan memperluas relasi, membangun kerja sama dengan komunitas hijrah di Bandung serta membangun *brand awareness*. Keenam, *public relation* sangat berperan dalam membangun citra baik secara langsung, melakukan pendekatan serta

memberikan pemahaman mengenai wedding syar'i melalui acara yang diadakan berupa kelas online pra nikah dan kelas bisnis wedding organizer syar'I. Selain itu, *public relation* juga sangat berperan dalam proses difusi inovasi *wedding syar'I*.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini masih memiliki kekurangan untuk itu peneliti akan memberikan evaluasi dan saran secara teoritis maupun praktis yang diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan.

1. Saran Praktis

Pada penelitian ini Mawa Wedding Syar'I Planner sudah menggunakan berbagai macam strategi komunikasi pemasaran tetapi peneliti berharap Mawa Wedding Syar'I Planner dapat lebih mengoptimalkan kegiatan atau strategi komunikasi pemasaran yang sudah dilakukan dengan membuat timeline atau jadwal rutin sehingga dapat lebih memberikan dampak yang lebih besar lagi. Selain itu dari hasil wawancara dengan *followers* diharapkan Mawa Wedding Syar'I Planner juga dapat rutin memberikan konten konten edukasi seputar pernikahan baik dalam bentuk feeds maupun reels Instagram.

2. Saran Teoritis

Pada penelitian ini peneliti menemukan beberapa kesulitan yaitu berkaitan dengan kebanyakan penelitian yang fokus pada strategi komunikasi pemasaran tidak menggunakan teori penelitian hanya menggunakan konsep penelitian yaitu *integrated marketing communication* atau bauran pemasaran maka untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan teori yang relevan atau berkaitan pada penelitian yang fokus pada strategi komunikasi pemasaran.