

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Saung Angklung Udjo tahun 2023-2024” yang sudah dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil yaitu yang pertama adalah Saung Angklung Udjo menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, Traveloka, Website, dan Whatsapp untuk melakukan komunikasi pemasaran yaitu *promotion mix* berupa *advertising*, *sales promotion*, *public relations*, dan *direct marketing*. Dalam mendukung kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan, Saung Angklung Udjo juga aktif melakukan kolaborasi dengan para *Influencer*, *Travel Agent*, *Tour Guide*, komunitas *online*, bahkan pemerintah untuk meningkatkan mendukung kegiatan komunikasi pemasaran. Kolaborasi tersebut biasanya dilakukan secara *offline* melalui *event* dan secara *online* melalui media sosial yang juga mendukung *trade promotion* Saung Angklung Udjo. Dengan adanya kolaborasi dan *partnership* yang dilakukan ini, banyak masyarakat yang ingin berkunjung ke Saung Angklung Udjo untuk mencoba pengalaman menarik karena melihat unggahan dari para *Influencer* yang berkolaborasi dengan Saung Angklung Udjo. Kolaborasi tersebut membentuk suatu kedekatan antara konsumen dengan *brand*.

Saung Angklung Udjo juga menggunakan konten *marketing* untuk mendukung kegiatan komunikasi pemasaran dan mendorong antusiasme audiens. Konten *marketing* yang dibuat oleh Saung Angklung Udjo cenderung bersifat *soft selling*. Fokusnya adalah melibatkan emosi pelanggan dalam konten tersebut yang dapat memberikan sebuah pengalaman mengesankan bagi audiens. Dari pengalaman tersebut akan terbentuk suatu rasa keterikatan antara konsumen dengan Saung Angklung Udjo. Banyak masyarakat yang senang dan akhirnya saling memberikan rekomendasi untuk berwisata ke Saung Angklung Udjo sebagai destinasi liburan. Saung Angklung Udjo telah berhasil menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang ada. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah kunjungan

masyarakat yang datang ke Saung Angklung Udjo pada tahun 2024 perharinya yaitu minimal adalah 300 pengunjung dan maksimalnya lebih dari 2000 pengunjung.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan membahas lebih lanjut lagi terkait strategi komunikasi pemasaran yang baik dan menarik untuk diterapkan oleh Saung Angklung Udjo, terutama dalam kegiatan *promotion mix* lainnya. Teori atau konsep lainnya yang relevan diharapkan dapat mengembangkan dan menyempurnakan penelitian selanjutnya. Perencanaan seperti melakukan riset terkait dengan budaya dan penerapan komunikasi yang matang dalam melakukan penelitian juga sangat penting untuk dipelajari sebelum melakukan penelitian, khususnya terkait dengan bidang pariwisata budaya agar komunikasi yang terbentuk sesuai dengan latar belakang subjek penelitian. Seperti halnya dalam penelitian ini, informan yang menjadi subjek penelitian merupakan Orang Sunda. Maka dari itu perlu untuk memiliki pengetahuan terkait dengan tata krama, intonasi dan juga bahasa yang digunakan saat berkomunikasi.

5.2.2 Saran Praktis

Saung Angklung Udjo perlu lebih aktif dalam menerapkan bentuk-bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang beragam khususnya dalam promosi penjualan selain pemberian diskon, *giveaway* dan *cashback* kepada para konsumen agar antusiasme konsumen semakin terdorong dan terlibat langsung dengan *brand*. Kegiatan promosi penjualan yang dapat diterapkan yaitu menjadi sponsor acara dalam festival musik atau festival budaya, dan juga membuat program *membership* untuk para konsumen loyal. Konten-konten yang dibuat juga dapat dibuat lebih *hard selling* dan interaktif lagi dengan memanfaatkan fitur media sosial yang ada. Saung Angklung Udjo dapat membuat berbagai *challenge* menarik untuk diikuti oleh masyarakat

luas. Kolaborasi-kolaborasi dengan skala yang lebih besar juga dapat dilakukan oleh Saung Angklung Udjo, seperti kolaborasi dengan pemerintah setempat dalam bentuk kampanye untuk mendukung kegiatan komunikasi pemasaran yang lebih efektif lagi. Dengan adanya kegiatan tersebut, masyarakat luas akan semakin tertarik dan berpotensi untuk menjadi pelanggan yang loyal bagi Saung Angklung Udjo.

