

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Albis Nusa Wisata meliputi 7 langkah yaitu : menentukan tujuan komunikasi pemasaran; mengidentifikasi target *audiens*; menentukan pesan yang efektif; memilih saluran komunikasi; mengatur anggaran komunikasi pemasaran; melaksanakan dan mengelola kampanye komunikasi; serta evaluasi dan penyesuaian yang dilakukan setelah pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran.

Dalam pelaksanaannya terdapat 5 langkah yang lebih dominan yaitu: 1) menentukan tujuan komunikasi pemasaran yang dalam hal ini PT. Albis Nusa Wisata memiliki tujuan meningkatkan kepercayaan calon jamaah, 2) dalam menentukan pesan yang efektif PT. Albis Nusa Wisata menyampaikan dalil-dalil dan juga hadist yang relevan dengan target audiens, 3) pemilihan saluran komunikasi yang di lakukan Albis juga mempertimbangkan preferensi media yang sesuai dengan kebutuhan PT. Albis Nusa Wisata, 4) melaksanakan dan mengelola kampanye komunikasi dilakukan secara teratur dan di awasi dengan adanya *controlling* dan *monitoring* yang dilakukan langsung oleh manajemen, 5) evaluasi dan penyesuaian yang dilakukan dengan analisa seberapa efektif strategi komunikasi pemasaran yang sudah dilakukan.

Namun ada 2 langkah yang kurang dalam strategi komunikasi pemasaran yang di lakukan oleh PT. Albis Nusa Wisata yaitu: 1) kekurangan dalam mengidentifikasi target *audiens* dan 2) kurang optimalnya dalam mengatur anggaran komunikasi pemasaran.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi target *audiens*, didalam hal ini PT. Albis Nusa Wisata kurang dalam mengidentifikasi target audiens yang menyebabkan segmentasi pasar yang kurang spesifik dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasarannya maka dari itu PT. Albis Nusa Wisata perlu memfokuskan juga dalam mengidentifikasi target *audiens* agar segmentasi yang dijangkau lebih relevan dengan produk yang dipasarkan oleh Albis.
2. Mengatur anggaran komunikasi pemasaran, dalam mengatur anggaran PT. Albis Nusa Wisata lebih memfokuskan pada pembagian ke arah anggaran kunjungan yang membuat kurangnya anggaran dalam strategi pemanfaatan media sosial, kedepannya PT. Albis Nusa Wisata perlu mengatur anggaran yang lebih bijak agar strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan lebih optimal.