

## BAB IV

### KESIMPULAN & SARAN

#### IV.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan selama melaksanakan kerja praktik di Widya Mandala Hall, dapat disimpulkan bahwa aktivitas komunikasi pemasaran memiliki peran penting dalam membentuk citra dan meningkatkan visibilitas gedung di kalangan masyarakat. Penulis menemukan bahwa strategi promosi yang dijalankan Widya Mandala Hall berpusat pada pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, sebagai kanal utama untuk membangun *brand awareness* dan menarik calon klien.

Dari segi pengelolaan media sosial, ditemukan bahwa setiap platform memiliki pendekatan komunikasi yang berbeda. Instagram digunakan untuk menampilkan sisi profesional dan visual estetik dengan konten foto dan video berkualitas tinggi, sedangkan TikTok difokuskan pada pendekatan *soft selling* melalui konten yang ringan, lucu, dan mengikuti tren. Kombinasi kedua strategi ini terbukti efektif dalam memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan *engagement*.

Selain itu, penulis menemukan bahwa pesan broadcast berperan sebagai bentuk *direct marketing* yang efisien dalam menyebarkan informasi promosi, seperti event *Wedding Fair*. Media visit juga menjadi sarana strategis untuk memperkuat hubungan dengan pihak media, meningkatkan peluang publikasi, serta memperluas jaringan profesional. Sementara itu, partisipasi dalam *Wedding Fair*

terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi langsung antara tim marketing dan calon klien, sekaligus memperkenalkan fasilitas serta keunggulan Widya Mandala Hall secara personal.

Secara keseluruhan, hasil temuan menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi pemasaran Widya Mandala Hall terletak pada konsistensi dalam menjaga citra merek, pemanfaatan media digital secara maksimal, serta kemampuan tim marketing dalam menggabungkan pendekatan online dan offline. Melalui kegiatan ini, penulis memperoleh pemahaman nyata mengenai bagaimana teori komunikasi pemasaran diimplementasikan secara strategis untuk mendukung tujuan promosi dan meningkatkan daya saing perusahaan.

## **IV.2 Saran**

Setelah menjalani kerja praktik di Widya Mandala Hall, berikut merupakan saran yang penulis berikan bagi Widya Mandala Hall:

1. Untuk memperluas eksposur dan memperkuat daya tarik brand, Widya Mandala Hall dapat menjalin kerja sama dengan influencer, misalnya melalui kampanye bersama atau penyelenggaraan acara khusus di Widya Mandala Hall yang melibatkan figur publik tersebut.
2. Widya Mandala Hall perlu menyusun *content planning* serta kalender produksi konten mingguan agar proses pembuatan, pengelolaan, dan publikasi konten dapat berjalan lebih sistematis, konsisten, dan selaras dengan tujuan pemasaran.