

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Kidsplay Suroboyo Carnival Park menggunakan konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC). Adapun yang menjadi faktor penunjang dalam strategi komunikasi pemasaran adalah penerapan elemen-elemen komunikasi pemasaran secara maksimal diantaranya adalah Promosi penjualan yang dilakukan oleh Kidsplay Suroboyo Carnival Park, promo dengan harga yang menarik akan bisa mendapat ketertarikan pengunjung. Demi keberhasilan berjalannya promo yang diadakan, Kidsplay melakukan periklanan agar masyarakat mengetahui adanya promo yang sedang dijalankan. Tidak hanya dengan periklanan, Kegiatan pemasaran interaktif dilakukan dengan cara mangajak dan memasarkan ke orang lain melalui media sosial. Event merupakan cara agar Kidsplay Suroboyo Carnival Park bisa meningkatkan penjualan tiket secara meluas. Event juga memberikan dampak positif agar menarik pengunjung yang sebelumnya belum mengetahui tentang adanya Kidsplay. Lalu dalam penjualan personal adalah komunikasi pemasaran tatap muka antara penjual dan pembeli.

Penjualan personal ini dilakukan pada saat kegiatan penjualan Kidsplay dalam bentuk sales trip / sales call yang dimana mendatangi sekolah – sekolah. Kegiatan ini juga dilakukan dengan sebar brosur yang sudah sering dilakukan.

Publisitas Kidsplay juga membagikan informasi terkini di website resmi kidsplay dan juga *official* media sosial Instagram dan juga Facebook yang dikelola oleh Kidsplay, yang bertanggung jawab untuk selalu membagikan informasi adalah marketing pada bagian sosial media. Publisitas yang dilakukan juga dibantu oleh blogger – blogger dengan bertemakan pariwisata.

Kegiatan Hubungan masyarakat yang dilakukan oleh Sales marketing Kidsplay bukan untuk kegiatan kehumasan antar perusahaan akan tetapi kegiatan yang merujuk kepada kemasyarakatan sekitar, Kidsplay juga memiliki media partner tersebut dilakukan dengan sistem iklan berbayar agar promosi yang sedang dijalankan akan diiklankan di media tersebut. Strategi komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan oleh Kidsplay yaitu dari elemen-elemen IMC. Dari elemen-elemen tersebut sangat berkaitan, sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang dapat dilaksanakan Kidsplay oleh yaitu:

1. Untuk mengatasi berkurangnya pengunjung perlu dibuat rencana promosi produk yang terjadwal dan sesuai dengan anggaran promosi yang tersedia.
2. Agar masyarakat mengetahui adanya Kidsplay, lebih ditingkat penjualan personal dengan cara sebar brosur ke daerah yang lebih luas lagi.