

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan pokok masalah, hasil penelitian serta sebuah pembahasan pada bab sebelumnya. Pada bab ini penulis memaparkan kesimpulan serta saran sebagai jawaban terhadap masalah dalam penulisan skripsi ini.

5.1 Kesimpulan

Pemasaran terpadu atau *Integrated marketing communication* ialah sebuah strategi komunikasi pemasaran dalam sebuah perusahaan. Dengan strategi *IMC*, proses memasarkan produk, barang, atau jasa dari sebuah perseroan dapat berjalan dengan maksimal sehingga dapat meningkatkan keproduktifan dan *income*. Berdasarkan kesimpulan data yang diuraikan oleh penulis serta hasil dari deduksi sebuah data yang sudah didapatkan dari berbagai macam sumber, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi *integrated marketing communication* / pemasaran terpadu nextart.id dalam mendistribusikan musik digital di instagram, menggunakan beberapa *tools* *IMC* yaitu 1) *Advertising*, yang digunakan nextart.id melakukan promosi ialah Instagram. yang dimana menjadi bagian penting dalam menjangkau berbagai macam target market guna mempromosikan nextart.id itu sendiri 2) *Personal Selling*, nextart.id juga menghadiri beberapa event atau mengikuti sebuah pameran guna melakukan promosi dan memberikan edukasi kepada khalayak. Serta merupakan alat yang digunakan untuk mendongkrak nilai jual membantu personal selling untuk memberikan

segala informasi tentang nextart.id. 3) *Public Relations*, pada nextart.id tidak bertugas serta merta hanya seorang PR yang menjaga citra perusahaan, akan tetapi juga memantau keseluruhan media digital 4) *Direct Marketing*, nextart.id menggunakan media yang bernama Whatsapp dalam proses *direct marketing* yang dilakukan, memberikan informasi secara personal dan bisa melakukan interaksi secara personal apabila khlayak kurang memahami cara mendistribusikan musik digital.

Hasil dari penggunaan strategi pemasaran terpadu *IMC* tersebut menampilkan adanya sebuah pencapaian cukup memenuhi ekspektasi kantor. Pencapaian ini dapat diyakinkan dari berapa banyak jumlah *Catalog* / jumlah *User* dari nextart.id cukup signifikan meningkat, serta follower dan jumlah view konten instagram cukup baik. penulis menyimpulkan terkait strategi *Integrated Marketing Communication* yang dijalankan Nextart.id cukup baik, walaupun masih tahap pengembangan disegala aspek.

5.2 Saran

Berdasarkan pada statistik penelitian tersebut, penulis menyimpulkan serta menambahkan sebuah saran, agar strategi *integrated marketing communication* nextart.id untuk terus berimprovisasi dari segi digital maupun secara langsung. Di era saat ini media digital sangat sangat berdampak besar bagi individu maupun perusahaan tergantung bagaimana kita mengelola dan konsisten terhadap segala yang dilakukan.

Penulis pun terbuka kepada peneliti selanjutnya untuk penelitian selanjutnya dalam melakukan evaluasi jika ada kesalahan dengan penelitian ini. ada beberapa point yang akan penulis sampaikan kepada Nextart.id untuk strategi IMC yang harus tingkatkan dan di tambahkan dimedia sosial instagram:

1. Menurut kesimpulan dari wawancara oleh keyinforman dan informan, penulis menyimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh nextart.id semata-mata hanya dari sebuah media sosial instagram yang diutamakan, alangkah baiknya lebih cepat melakukan sebuah transisi ke platform lain seperti tiktok, twitter dsb tanpa meninggalkan intagram.
2. Harus membuat sebuah terobosan yang lebih extream, seperti bekerja sama dengan influencer yang cocok dengan nextart.id dan mempunyai traffic bagus dalam endorse. Dengan cara tersebut membuat para market influencer tersebut menambah penasaran apa itu distributor musik digital.
3. Lebih tingkatkan kualitas serta service dan pelayanan nextart.id kepada para User dan juga masyarakat