

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa PT Unicam Digital Pictvres menerapkan *Marketing Mix (7P)* sebagai strategi komunikasi pemasaran dalam membangun *Brand Awareness*. PT Unicam Digital Pictvres menggunakan seluruh elemen *Marketing Mix (7P)*. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Marketing Mix (7P)* sebagai strategi komunikasi pemasaran efektif dan saling berkaitan dalam membangun *Brand Awareness*, terutama elemen *Product* (Produk), *People* (Orang) dan *Promotion* (Promosi) yang paling efektif. Tidak seluruh elemen berperan sama kuat tetapi juga saling melengkapi. Elemen *Product* (Produk), *People* (Orang) dan *Promotion* (Promosi) menjadi elemen yang paling efektif dalam membangun *Brand Awareness* PT Unicam Digital Pictvres, karena jasa layanan yang ditawarkan berbeda dengan kompetitor yaitu, jasa layanan video berbasis *AI (Artificial Intelligence)*, yang di mana PT Unicam Digital Pictvres merupakan *Production House* pertama di Jogja yang menyediakan jasa layanan video berbasis *AI*. *Service* yang *friendly* dan *after sales* yang diberikan mampu menarik klien untuk kembali menggunakan jasa layanan PT Unicam Digital Pictvres bahkan hingga merekomendasikannya ke pihak lain. Untuk itu, jasa video *AI* dan *service* PT Unicam Digital Pictvres menjadi keunggulan dibanding kompetitor sehingga mampu membangun *Brand Awareness*. Elemen *Price* (Harga), *Process* (Proses) dan elemen *Physical Evidence* (Bukti Fisik) juga turut mendukung dalam membangun *Brand Awareness* karena menawarkan harga yang kompetitif, proses yang sudah terstruktur alur pelayanannya mulai dari awal hingga *project* selesai serta sudah memiliki banyak portofolio dengan klien besar, namun elemen *Place* (Tempat) menjadi elemen yang kurang optimal karena lokasi kantor produksinya yang masih berpindah-pindah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran praktis bagi PT Unicam Digital Pictvres sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

1. PT Unicam Digital Pictvres diharapkan lebih mengembangkan dan mengoptimalkan strategi promosi digital agar selaras dengan strategi promosi *Inbound Marketing* dan memperluas jangkauan audiens.
2. PT Unicam Digital Pictvres diharapkan untuk lebih menonjolkan inovasi jasa layanan video berbasis *AI (Artificial Intelligence)* sebagai keunggulan utama dibanding kompetitor.

5.2.2 Saran Akademis

1. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk meneliti strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran 7P pada PT Unicam Digital Pictvres, tetapi dengan fokus yang lebih mendalam pada elemen *Promotion*.
2. Bagi peneliti selanjutnya juga dapat mengkaji tingkat *Brand Awareness* klien PT Unicam Digital Pictvres secara lebih luas dengan melibatkan lebih banyak responden, sehingga *Brand Awareness* dapat terlihat lebih menyeluruh.