

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka ditarik kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan, antara lain:

1. Dream Studio Padang telah menerapkan berbagai aktivitas komunikasi pemasaran untuk membangun dan mempertahankan basis pelanggan. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok menjadi strategi utama untuk menyebarkan informasi jasa, harga, serta portofolio, yang memungkinkan jangkauan luas dan tampilan visual yang menarik. Selain itu, peran admin sebagai garda terdepan dalam interaksi awal pelanggan sangat krusial, berfungsi sebagai titik kontak personal yang mampu menjawab keraguan dan membangun kesan pertama yang positif. Komitmen studio terhadap kualitas layanan yang menyeluruh, dari awal hingga akhir kerja sama, serta pendekatan personal dan berkesinambungan bahkan setelah transaksi selesai, juga menjadi pilar penting. Upaya menjalin silaturahmi ini berpotensi mengubah pelanggan menjadi promotor sukarela melalui pemasaran dari mulut ke mulut, yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi Dream Studio tidak hanya fokus pada akuisisi, tetapi juga pada pembentukan pengalaman pelanggan yang dihargai dan hubungan jangka panjang.
2. Meskipun telah menerapkan berbagai aktivitas komunikasi, Dream Studio menghadapi beberapa hambatan komunikasi yang dapat mempengaruhi upaya mereka mempertahankan loyalitas pelanggan. Hambatan teknis, seperti

keterbatasan durasi Instagram *Story*, dapat menyebabkan pelanggan melewatkan informasi, sehingga memerlukan strategi lanjutan. Hambatan semantik muncul dari penggunaan bahasa promosi yang kurang rinci, menimbulkan kebingungan pada pelanggan. Secara psikologis, pengaruh pandangan orang lain dan pengalaman kekecewaan masa lalu dapat mengurangi responsivitas dan kepercayaan pelanggan, yang diatasi dengan evaluasi kapasitas internal. Hambatan organisasional teridentifikasi dari potensi ketidakselarasan antara admin dan tim produksi di lapangan atau *editing*, yang memerlukan koordinasi komunikasi internal yang baik. Terakhir, hambatan sosial dan budaya, seperti perbedaan preferensi atau selera yang bersifat subjektif, menuntut kemampuan adaptasi studio dalam menerima masukan pelanggan. Berbagai hambatan ini menunjukkan kompleksitas dalam mengelola komunikasi pemasaran yang efektif, di mana konsistensi pesan dan pengalaman pelanggan adalah kunci untuk mencegah erosi loyalitas.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa saran untuk berbagai pihak, antara lain:

1. Dream Studio dan pelaku usaha serupa disarankan untuk mengoptimalkan strategi komunikasi yang lebih komprehensif guna memperkuat loyalitas pelanggan. Ini mencakup pengembangan strategi di berbagai media untuk mengatasi hambatan teknis, memastikan konsistensi pesan di seluruh platform digital seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok, serta memanfaatkan fitur-fitur unik setiap media. Penyempurnaan pesan promosi juga krusial; mengatasi

hambatan semantik dapat dilakukan dengan menyusun materi promosi yang lebih jelas dan rinci, terutama untuk penjelasan paket layanan, yang dapat dilengkapi dengan penyediaan FAQ (*Frequently Asked Questions*). Dalam menghadapi hambatan organisasional, peningkatan koordinasi dan komunikasi internal antara tim admin, produksi lapangan, dan *editing* sangat dianjurkan. Ini akan memastikan bahwa ekspektasi pelanggan yang dibangun oleh admin dapat dipenuhi secara konsisten di seluruh proses layanan. Terkait hambatan psikologis dan sosial-budaya yang muncul dari umpan balik negatif atau preferensi subjektif, Dream Studio perlu memperkuat manajemen ekspektasi melalui konsultasi awal yang lebih mendalam, kesediaan untuk adaptasi dan revisi dengan pikiran terbuka, serta memiliki mekanisme respons cepat dan efektif terhadap keluhan. Pengelolaan kapasitas tim secara realistis dan proaktif dalam *recovery service* juga merupakan langkah penting untuk membangun kembali dan memelihara kepercayaan pelanggan.

2. Bagi peneliti, disarankan untuk senantiasa mempertahankan objektivitas yang ketat dalam setiap tahapan penelitian, mulai dari interpretasi data hingga penyajian temuan. Penting untuk mengemas hasil observasi dan wawancara dalam bahasa yang netral dan analitis, menghindari bias atau kesan berpihak pada subjek penelitian. Fokus utama harus selalu pada "apa yang diobservasi dan dianalisis" berdasarkan data dan kerangka teoritis, bukan pada penilaian subjektif terhadap kinerja subjek. Selain itu, dalam penyusunan bab pembahasan selanjutnya, peneliti dapat mempertimbangkan pembatasan lingkup teori secara lebih presisi untuk setiap bagian, seperti yang telah dibahas

sebelumnya mengenai pemisahan konsep komunikasi pemasaran umum dan *Integrated Marketing Communication* (IMC), guna menciptakan alur analisis yang lebih terstruktur.

3. Penelitian di masa mendatang dapat memperkaya temuan dengan memperluas cakupan sumber data. Ini dapat mencakup penambahan jumlah responden pelanggan yang lebih besar melalui survei kuantitatif untuk meningkatkan generalisasi hasil, serta melibatkan perspektif dari pihak pesaing Dream Studio untuk memahami dinamika industri yang lebih luas. Melakukan studi komparatif antara Dream Studio dan studio foto/video lainnya di Kota Padang juga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai praktik komunikasi pemasaran yang efektif dan hambatan yang umum di industri ini. Selain itu, disarankan untuk mengintegrasikan metode pengukuran loyalitas pelanggan yang lebih spesifik guna mendapatkan data kuantitatif yang lebih kuat tentang hubungan antara aktivitas komunikasi dan tingkat loyalitas.

