

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DREAM STUDIO PADANG
UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas



Disusun Oleh:
Farhan Putra Ilham
1810862003

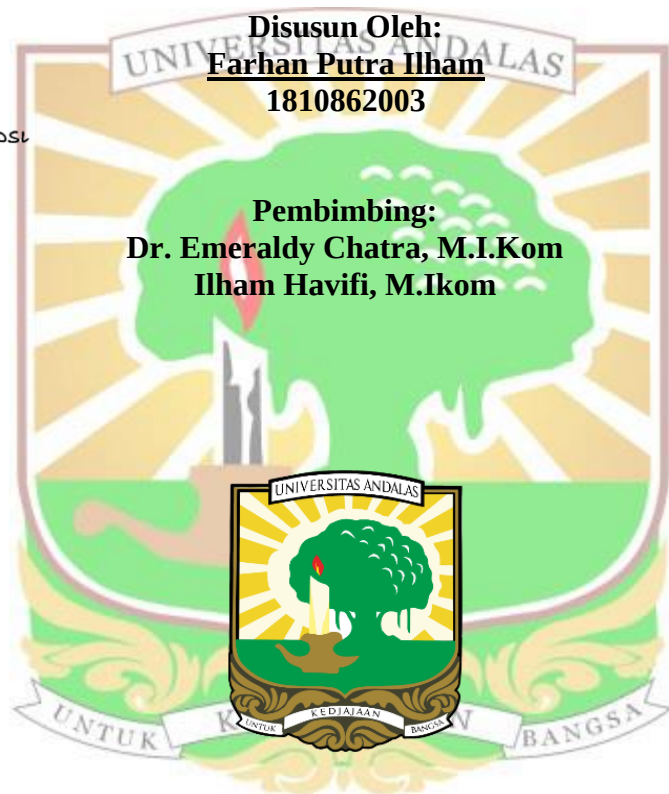
**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
2025**

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DREAM STUDIO PADANG
UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas


Acc Ujian Skripsi
Pembimbing I
3 Juli 2025




Acc Semhas
Pbb 2.
6/6-2025.

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
2025**

ABSTRAK

AKTIVITAS KOMUNIKASI DREAM STUDIO PADANG UNTUK MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

Oleh:

Farhan Putra Ilham

1810862003

Pembimbing:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

Ilham Havifi, M.I.Kom

Penelitian ini menganalisis aktivitas komunikasi pemasaran Dream Studio Padang. Latar belakang penelitian ini adalah tingginya persaingan yang ada di industri fotografi dan videografi yang menuntut pelaku usaha untuk mampu menjaga hubungan baik jangka panjang dengan pelanggan. Komunikasi yang efektif dan holistik menjadi salah satu faktor utama dalam membangun loyalitas dan keterikatan emosional pelanggan terhadap sebuah merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode deskriptif. Data diperoleh peneliti melalui wawancara mendalam dengan pihak internal dan beberapa pelanggan yang memiliki pengalaman yang berbeda terhadap layanan yang diberikan. Teknik analisis data yang digunakan adalah model interaktif dari Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pihak Dream Studio Padang menerapkan komunikasi pemasaran terintegrasi (*Integrated Marketing Communication*) melalui kombinasi media sosial, komunikasi personal, dan komunikasi langsung. Strategi ini memiliki peran penting dalam membangun dan menjaga loyalitas pelanggan, terutama pada komunikasi personal dan interaksi dua arah. Namun peneliti juga menemukan beberapa hambatan untuk Dream Studio seperti keterbatasan sumber daya manusia dan ketidaksesuaian hasil layanan dengan ekspektasi pelanggan, yang hal ini dapat memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan itu, dapat disimpulkan bahwa aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dream Studio telah mencerminkan prinsip-prinsip yang ada pada IMC, meskipun masih memerlukan beberapa peningkatan dalam aspek konsistensi komunikasi, preferensi pelanggan, dan pengelolaan harapan pelanggan.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan, *Integrated Marketing Communication* (IMC), Dream Studio Padang

ABSTRACT

COMMUNICATION ACTIVITIES OF DREAM STUDIO PADANG IN MAINTAIN CUSTOM LOYALTY

By:

Farhan Putra Ilham

1810862003

Supervisors:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

Ilham Havifi, M.I.Kom

This study analyzes the marketing communication activities of Dream Studio Padang. The background of this research lies in the intense competition within the photography and videography industry, which requires business actors to maintain long-term relationships with customers. Effective and holistic communication becomes one of the main factors in building customer loyalty and emotional attachment to a brand. This research employs a descriptive qualitative approach using a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews with internal parties and several customers who had varying experiences with the services provided. The data analysis technique used is the interactive model of Miles and Huberman, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings show that Dream Studio Padang implements Integrated Marketing Communication (IMC) through a combination of social media, personal communication, and direct communication. This strategy plays an important role in building and maintaining customer loyalty, especially through personal communication and two-way interactions. However, the researcher also identified several challenges faced by Dream Studio, such as limited human resources and discrepancies between service outcomes and customer expectations, which can affect customer satisfaction and loyalty. Therefore, it can be concluded that the marketing communication activities carried out by Dream Studio reflect the principles of IMC, although improvements are still needed in aspects of communication consistency, customer preferences, and expectation management.

Keyword: Marketing Communication, Customer Loyalty, Integrated Marketing Communication (IMC), Dream Studio Padang