

BAB 5

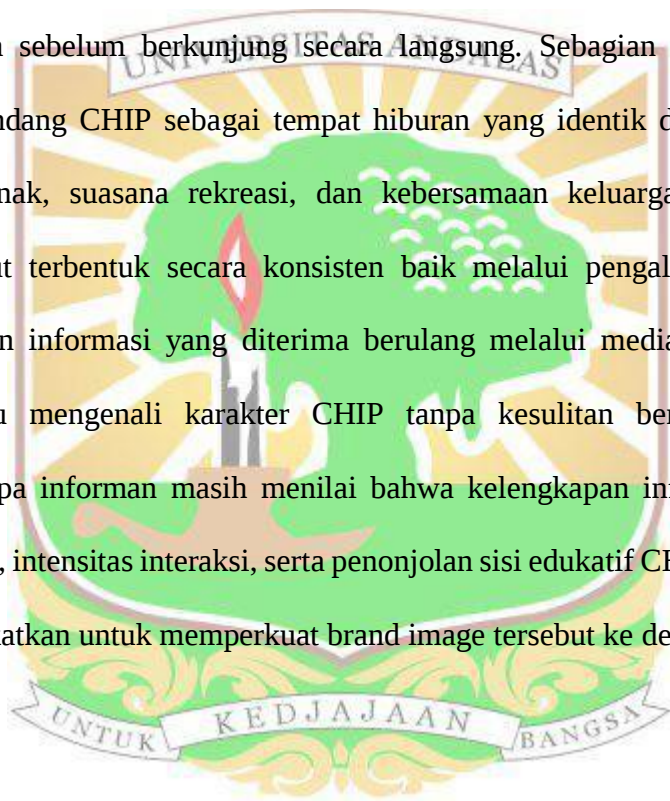
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Christine Hakim Idea Park (CHIP) dalam Membangun Brand Image, maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Christine Hakim Idea Park (CHIP) dirancang secara terpadu melalui beberapa elemen *Integrated Marketing Communication*, yaitu *advertising*, *word of mouth*, *sales promotion*, *public relations*, *event and experience*, dan *interactive marketing*. *Advertising* melalui media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, menjadi elemen yang paling dominan, dengan konten yang sengaja dirancang menonjolkan suasana dan aktivitas keluarga, bukan bersifat promosi langsung. Penawaran khusus disesuaikan dengan momen tertentu seperti libur sekolah dan hari besar keagamaan, sementara kerja sama dengan sekolah maupun komunitas dijalankan sebagai bagian dari upaya membangun hubungan jangka panjang dengan lingkungan sekitar, bukan semata-mata untuk kepentingan promosi. CHIP juga memfasilitasi kegiatan khusus seperti perayaan ulang tahun anak dan kunjungan kelompok sekolah, serta berupaya merespons interaksi publik di media sosial, meskipun upaya tersebut belum sepenuhnya konsisten. Secara keseluruhan, strategi komunikasi CHIP dirancang dengan mempertimbangkan target audiens utama, yaitu keluarga dengan anak-anak, sebagai dasar penentuan bentuk dan saluran komunikasi yang digunakan.

2. Temuan penelitian menunjukkan bahwa publik memandang strategi komunikasi CHIP tersebut secara positif dan berkontribusi dalam membentuk *brand image* CHIP sebagai tempat hiburan keluarga di Kota Padang. Media sosial menjadi sarana yang paling banyak digunakan publik untuk mengenal CHIP, baik secara langsung maupun melalui rekomendasi teman dan keluarga, dengan informasi mengenai suasana, aktivitas pengunjung, dan fasilitas membantu publik memahami karakter CHIP bahkan sebelum berkunjung secara langsung. Sebagian besar informan memandang CHIP sebagai tempat hiburan yang identik dengan aktivitas anak-anak, suasana rekreasi, dan kebersamaan keluarga, dengan citra tersebut terbentuk secara konsisten baik melalui pengalaman langsung maupun informasi yang diterima berulang melalui media sosial. Publik mampu mengenali karakter CHIP tanpa kesulitan berarti, sekalipun beberapa informan masih menilai bahwa kelengkapan informasi, variasi konten, intensitas interaksi, serta penonjolan sisi edukatif CHIP masih dapat ditingkatkan untuk memperkuat *brand image* tersebut ke depannya.



5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Christine Hakim Idea Park (CHIP), diharapkan dapat mempertahankan konsistensi komunikasi yang selama ini telah dilakukan melalui media sosial. Penyampaian informasi mengenai fasilitas, kegiatan, maupun promosi sebaiknya dibuat lebih lengkap dan mudah dipahami oleh publik. Pengelola juga dapat meningkatkan interaksi dengan audiens melalui

berbagai fitur media sosial agar komunikasi yang terjalin tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga lebih interaktif. Selain itu, sisi edukatif yang dimiliki oleh CHIP perlu lebih ditonjolkan dalam berbagai konten komunikasi sehingga dapat menjadi nilai tambah sekaligus pembeda dari tempat hiburan lainnya.

2. Bagi Masyarakat atau Pengunjung, diharapkan dapat memanfaatkan berbagai informasi yang tersedia melalui media sosial CHIP untuk memperoleh gambaran mengenai fasilitas, kegiatan, dan layanan yang tersedia. Pengunjung juga dapat memberikan ulasan maupun pengalaman positif setelah berkunjung sehingga dapat membantu memperluas penyebaran informasi mengenai Christine Hakim Idea Park kepada masyarakat yang lebih luas.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi Christine Hakim Idea Park serta persepsi publik terhadapnya dalam pembentukan brand image, dengan melibatkan informan dari sisi audiens maupun pihak internal CHIP. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan mengkaji efektivitas strategi komunikasi yang dilakukan oleh CHIP secara lebih terukur, menganalisis pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung masyarakat, atau membandingkan strategi komunikasi CHIP dengan destinasi hiburan keluarga sejenis di Kota Padang. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas keragaman informan dari sisi audiens, misalnya dengan melibatkan pengunjung dari luar Kota Padang atau kelompok usia yang lebih bervariasi, guna memperoleh sudut pandang yang lebih luas.