

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Kefi Studio dalam Membangun *Brand Awareness*, dapat disimpulkan bahwa Kefi Studio telah menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang terintegrasi atau *Integrated Marketing Communication* (IMC) secara sinergis. Strategi ini dijalankan dengan mengombinasikan berbagai elemen komunikasi pemasaran, seperti iklan digital (*paid ads*), promosi penjualan, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, *event & experience*, pemasaran *online*, serta pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Selain itu, Kefi juga mengoptimalkan strategi *search engine optimization* (SEO) untuk memudahkan *customer* dalam menemukan informasi mengenai studio. Seluruh elemen tersebut dijalankan secara terkoordinasi dan konsisten untuk membangun citra, menarik perhatian, serta menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Sebagai pelaku baru di industri fotografi, *brand awareness* Kefi Studio saat ini telah berada pada tahap *brand recognition*. Konsumen sudah mulai mengenali nama, logo, atau produk Kefi ketika melihatnya. Hal ini menunjukkan bahwa Kefi telah berhasil membangun pengenalan awal terhadap merek, meskipun belum mencapai tahap *top of mind*. Penerapan strategi komunikasi pemasaran yang menyeluruh dan terintegrasi telah membantu Kefi Studio membangun *brand awareness* secara signifikan pada tahap kedua yaitu *brand recognition*. Kefi Studio telah berhasil memperkuat *positioning* Kefi Studio sebagai *self photo studio* yang modern, estetik, berkualitas, dan terjangkau, serta mampu bersaing dengan *brand-brand* sejenis yang telah lebih dahulu hadir di pasar.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Secara akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi studi tentang penerapan *Integrated Marketing Communication* dalam industri kreatif, khususnya pada sektor *self photo studio* yang masih tergolong baru. Penelitian ini juga dapat dijadikan dasar untuk pengembangan studi lanjutan yang lebih luas, seperti perbandingan strategi komunikasi pada berbagai jenis industri kreatif atau eksplorasi hubungan antara elemen IMC tertentu dengan tingkat *brand awareness*.

5.2.2. Saran Praktis

1. Kefi Studio dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui konten interaktif. Berdasarkan temuan dari penelitian penulis, disarankan agar Kefi Studio menghadirkan konten yang lebih interaktif di media sosial, seperti *giveaway*, kuis, atau games yang melibatkan *followers*. Konten seperti ini dinilai mampu meningkatkan keterlibatan pelanggan, memperkuat hubungan emosional dengan audiens secara organik. Selain menarik perhatian calon pelanggan baru, konten interaktif juga dapat membantu membangun komunitas yang loyal terhadap merek, yang pada akhirnya turut memperkuat *brand awareness* Kefi Studio di kalangan audiens digital.
2. Kefi Studio dapat memperluas jangkauan komunikasi dan lokasi. Saat ini Kefi Studio baru memiliki dua cabang utama, hal ini menjadi tantangan tersendiri untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, disarankan untuk meningkatkan ekspansi layanan secara geografis melalui *booth* tambahan atau kerja sama dengan tempat-tempat publik lainnya. Dengan memperluas titik layanan, *brand awareness* dapat ditingkatkan di berbagai wilayah.