

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi interpersonal berperan dalam membangun loyalitas *member* Marsgym Indonesia melalui proses hubungan yang berkembang secara bertahap. Komunikasi dimulai sejak kontak awal ketika calon *member* memperoleh informasi mengenai *membership*, fasilitas, program latihan, dan kelas yang tersedia. Setelah *member* bergabung, hubungan tersebut berkembang melalui interaksi berulang dengan *personal trainer*, *staff front desk*, instruktur, *staff marketing communication*, dan *staff* kebersihan dalam berbagai situasi pelayanan.

Dimensi keterbukaan terlihat melalui penyampaian informasi layanan, kesempatan *member* mengajukan pertanyaan, serta kesediaan *member* menyampaikan tujuan, kondisi fisik, kebutuhan, dan kendala selama menggunakan layanan. Keterbukaan membantu *member* memahami layanan yang tersedia sekaligus mengurangi ketidakpastian dalam mengikuti program latihan. Ketika informasi yang diberikan sesuai dengan pengalaman pelayanan, keterbukaan tersebut mendukung berkembangnya rasa nyaman dan kepercayaan terhadap pihak Marsgym.

Dimensi empati terlihat ketika *personal trainer* dan *staff* berupaya memahami kondisi, kemampuan, kebutuhan, serta keterbatasan *member* sebelum memberikan *respons*. Penyesuaian program latihan berdasarkan mobilitas, daya tahan, pola istirahat, tujuan latihan, dan kondisi fisik menunjukkan bahwa *member* tidak diperlakukan secara seragam. Pengalaman merasa dipahami membuat *member* lebih nyaman menyampaikan kondisinya dan memperkuat kepercayaan dalam hubungan pelayanan.

Dimensi sikap mendukung muncul melalui pemberian arahan, koreksi gerakan, motivasi, bantuan pelayanan, dan *respons* ketika *member* menghadapi kesulitan. Kasus Informan BL yang memperoleh pertolongan ketika mengalami gangguan kondisi fisik menunjukkan bahwa dukungan tidak hanya disampaikan melalui kata-kata, tetapi juga melalui tindakan langsung. Sikap mendukung

memberikan rasa aman karena member mengetahui bahwa pihak Marsgym bersedia memberikan bantuan ketika dibutuhkan.

Dimensi sikap positif terlihat melalui sapaan, keramahan, pujian, motivasi, penerimaan, dan suasana interaksi yang tidak kaku. Sementara itu, dimensi kesetaraan terlihat ketika *member* diberi ruang untuk bertanya, menyampaikan pendapat, memberikan masukan, dan berinteraksi secara lebih santai dengan *staff* maupun *personal trainer* tanpa menghilangkan batas profesional. Kedua dimensi tersebut mendukung berkembangnya rasa diterima, dihargai, dan menjadi bagian dari lingkungan Marsgym.

Kelima dimensi tersebut tidak bekerja secara terpisah, tetapi membentuk dinamika komunikasi yang saling berkaitan. Keterbukaan membangun pemahaman, empati membantu pihak Marsgym menyesuaikan *respons*, sikap mendukung menciptakan rasa aman, sikap positif membentuk pengalaman yang menyenangkan, dan kesetaraan membuat hubungan terasa lebih dekat serta tidak terlalu berjarak. Ketika pengalaman tersebut berlangsung secara konsisten melalui interaksi berulang, kenyamanan dapat berkembang menjadi kepercayaan dan kedekatan antara member dengan pihak Marsgym.

Loyalitas *member* dalam penelitian ini tercermin melalui keinginan untuk tetap menggunakan layanan, memperpanjang *membership*, mengikuti program atau kegiatan, serta merekomendasikan Marsgym kepada pihak lain. Komunikasi interpersonal tidak diposisikan sebagai satu-satunya penyebab loyalitas karena keputusan *member* juga dipengaruhi oleh fasilitas, harga, lokasi, jenis program, hasil latihan, dan kebutuhan pribadi. Namun, komunikasi interpersonal berperan memperkuat kualitas hubungan dan pengalaman pelayanan sehingga *member* memiliki alasan relasional untuk mempertahankan keterlibatannya dengan Marsgym Indonesia.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam proses pemilihan informan karena sebagian calon informan diperoleh melalui rekomendasi kolega atau pihak yang memiliki akses terhadap Marsgym Indonesia. Kondisi tersebut berpotensi membuat informan yang terlibat memiliki hubungan baik atau pengalaman yang cenderung positif terhadap Marsgym. Meskipun peneliti telah menggunakan pertanyaan

terbuka, triangulasi sumber, serta menggali pengalaman yang kurang positif, kemungkinan bias seleksi dan bias kesopanan tidak dapat dihilangkan sepenuhnya. Selain itu, penelitian belum banyak melibatkan mantan *member*, *member* yang tidak memperpanjang keanggotaan, atau *member* yang pernah menyampaikan keluhan secara serius. Oleh karena itu, temuan penelitian lebih banyak menggambarkan pengalaman informan yang masih terlibat dengan layanan Marsgym Indonesia dan tidak dapat digeneralisasikan kepada seluruh *member*.

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan pada komposisi informan. Dari tujuh informan, dua orang merupakan *member* aktif, sedangkan lima lainnya berasal dari pihak Marsgym Indonesia. Komposisi tersebut memungkinkan penelitian memperoleh variasi perspektif dari berbagai peran pelayanan, tetapi menyebabkan pengalaman *member* sebagai pengguna layanan belum tergambarkan secara luas. Keterbatasan tersebut penting karena loyalitas merupakan pengalaman yang terutama dirasakan dan ditentukan oleh *member*. Dua informan *member* belum dapat mewakili variasi masa keanggotaan, intensitas penggunaan fasilitas, keikutsertaan dalam kelas, penggunaan *personal trainer*, pengalaman menyampaikan keluhan, maupun keputusan memperpanjang atau menghentikan *membership*.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian, kajian komunikasi interpersonal dalam layanan kebugaran perlu dikembangkan dengan memperhatikan hubungan komunikasi yang melibatkan berbagai aktor pelayanan, bukan hanya hubungan antara *personal trainer* dan *member*. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman komunikasi *member* juga dibentuk melalui interaksi dengan *staff front desk*, instruktur kelas, *staff marketing communication*, dan *staff* kebersihan dalam situasi pelayanan yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan kajian komunikasi interpersonal multiaktor untuk menjelaskan bagaimana keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan terbentuk secara berbeda pada setiap hubungan pelayanan.

5.3.2 Saran Praktis

Marsgym Indonesia disarankan menyusun standar komunikasi pelayanan yang dapat digunakan secara konsisten oleh *personal trainer*, *staff front desk*, instruktur, *staff marketing communication*, dan *staff* kebersihan ketika berinteraksi dengan *member*. Standar tersebut dapat mencakup cara menyambut dan menyapa *member*, menjelaskan informasi *membership* dan program latihan, menggali kondisi serta kebutuhan *member*, memberikan koreksi dan motivasi tanpa menghakimi, merespons keluhan, serta memberikan bantuan ketika *member* mengalami kesulitan fisik selama latihan. Marsgym juga perlu melaksanakan briefing komunikasi secara berkala dan menyediakan mekanisme pencatatan kebutuhan maupun keluhan *member* agar informasi penting tidak berhenti pada satu *staff*, tetapi dapat dikoordinasikan kepada pihak yang berkaitan. Selain itu, kegiatan seperti *Weekly Challenge*, *Workout Challenge*, dan kelas kebugaran perlu tetap dikembangkan sebagai ruang interaksi, tetapi pelaksanaannya harus disertai arahan yang jelas, pendampingan sesuai kemampuan peserta, dan kesempatan bagi *member* untuk memberikan evaluasi.

5.3.3 Saran bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji aspek komunikasi organisasi yang mendukung konsistensi komunikasi interpersonal antara *staff* dan *member*, seperti standar operasional prosedur pelayanan, kegiatan briefing, pelatihan komunikasi, budaya organisasi, koordinasi antarbagian, serta cara manajemen menyampaikan dan mengawasi standar komunikasi kepada *staff*. Penelitian berikutnya juga perlu melibatkan informan *member* dengan jumlah dan karakteristik yang lebih beragam, misalnya berdasarkan lama keanggotaan, frekuensi latihan, penggunaan *personal trainer*, jenis kelas yang diikuti, pengalaman memperpanjang atau tidak memperpanjang *membership*, serta *member* yang pernah menyampaikan keluhan. Variasi tersebut diperlukan agar penelitian tidak hanya menggambarkan pengalaman *member* yang memiliki penilaian positif, tetapi juga dapat mengungkap perbedaan pengalaman komunikasi dan alasan *member* mempertahankan atau menghentikan keanggotaannya.