

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian strategi *word of mouth* yang dilakukan oleh komunitas Sahabat Museum Konperensi Asia Afrika Bandung maka dapat disimpulkan diantaranya yaitu:

1. *Word of Mouth* yang dilakukan komunitas Sahabat Museum Konperensi Asia Afrika Bandung dalam menyampaikan pengalaman positif ke public. strategi *word of mouth* yang mereka lakukan yaitu dengan melakukan hal-hal yang positif sehingga pengunjung museum KAA memiliki pengalaman baru saat mengunjungi museum KAA.
2. *Word of Mouth* yang dilakukan komunitas Sahabat Museum Konperensi Asia Afrika Bandung dalam menyampaikan rekomendasi mengenai museum kepada public sudah terealisasi dengan baik. strategi *Word of mouth* yang SMKAA gunakan adalah dengan merekomendasikan museum KAA kepada teman-teman terdekatnya sehingga teman atau kerabat dekatnya sudah memiliki pengalaman sendiri saat mengunjungi museum.
3. Strategi persuasi yang dilakukan SMKAA mengenai event-event museum public sudah dilakukan. SMKAA selalu mengadakan event-event ya untuk menarik perhatian pengunjung agar mampir ke museum ini. salah satu motivasi Museum KAA membentuk Sahabat Museum karena meraka mitra kami buat ada dibawah kami tetapi meraka mitra kami jembatan kami dan kami bersama-sama untuk membangun museum ini.
4. Berdasarkan data yang telah dianalisis, peneliti dapat memberikan kesimpulan bahwa komunikasi pemasaran melalui *word of mouth* dapat berjalan dengan lancar karena adanya kerjasama antara kedua belah pihak yaitu MKAA dan SMKAA. Selain itu dalam komunikasi pemasaran *word of mouth* yang dilakukan terdapat *talkers, topics, tools taking parts* dan *tracking*. Kegiatan tersebut mempermudah SMKAA untuk menarik perhatian anak-anak muda di Bandung. Selain itu

pemilihan komunitas sebagai sarana komunikasi *word of mouth* museum membuat peluang penyebaran informasi berkembang lebih luas. Melalui komunitas SMKAA yang telah memiliki pengalaman kerjasama dalam hal kolaborasi maupun dukungan pada *event* yang diberikan penyebaran informasi akan lebih di percayai karena banyaknya cerita pengalaman yang dapat di bagikan. Melalui dukungan yang diberikan, KAA dapat dengan mudah memantau *word of mouth* yang dilakukan oleh komunitas guna mengantisipasi terjadinya *word of mouth* yang negatif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

1. Dapat menginspirasi peneliti selanjutnya terkait penelitian studi ilmu komunikasi yang lebih dalam, diharapkan peneliti selanjutnya fokus E-WOM (*Electronic Word of Mouth*). yang dilakukan oleh Komunitas Sahabat Museum Konferensi Asia Afrika Dengan demikian penelitian ini bisa dijadikan kontribusi dalam penelitian dan perkembangan ilmu komunikasi.

5.2.2 Saran Praktis

1. Tetap menjaga hubungan baik dengan komunitas karena melalui dukungan yang diberikan tersebut, secara tidak langsung akan berdampak cukup besar.
2. Tetap menciptakan ide-ide kreatif lainnya dalam melakukan kegiatan strategi komunikasi pemasaran supaya jangkauannya pasarnya semakin luas.