

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian “Pengaruh Pesan Kampanye *Public Relations* #RespectMyBody terhadap *Brand Awareness Bodycare Somethinc* (Survei pada *Followers* Akun Instagram @somethincofficial)” melalui analisis pengolahan data SPSS versi 25 dan mengaplikasikannya dengan teori kepustakaan serta keseluruhan dari hasil penelitian, maka didapatkan kesimpulan:

1. Pesan Kampanye *Public Relations* #RespectMyBody

Hasil pengukuran Pesan Kampanye *Public Relations* #RespectMyBody yang didasari oleh dimensi Struktur Pesan, Konten Pesan, *Framing*, Bahasa, dan Daya Tarik Emosional, serta diikuti dengan indikator-indikatornya sebesar 3,66 (Tabel 4.34). Diantara kelima dimensi Pesan Kampanye *Public Relations*, dimensi Struktur Pesan yang memperoleh nilai/efektivitas tertinggi, yaitu sebesar 3,69. Hal ini menunjukkan bahwa Struktur Pesan yang digunakan Somethinc dalam menyampaikan pesan kampanye #RespectMyBody bisa ditangkap dengan baik oleh khalayak. Hal ini dilihat dari isu yang diangkat dalam kampanye menarik, karena menjadi perhatian banyak kalangan, terutama kalangan perempuan. Selain itu juga narasi dan visual pesan yang disampaikan dalam kampanye disajikan secara singkat, padat, dan jelas.

2. *Brand Awareness Bodycare Somethinc*

Pengukuran pada *Brand Awareness* yang memiliki empat dimensi yaitu *Brand Recall*, *Brand Recognition*, *Purchase Decision*, dan *Consumption* mendapatkan hasil sebesar 3,64 (Tabel 4.35). Diantara keempat dimensi *Brand Awareness*, *Brand Recall* memiliki nilai/efektivitas tertinggi, yaitu sebesar 3,68. Sedangkan dimensi terendah

adalah *Consumption* yaitu sebesar 3,57. Yang menjadikannya terendah adalah Somethinc bukan *brand* pertama yang diingat ketika membahas produk *bodycare* lokal, nilai pengukurannya sebesar 3,52 (Tabel 4.33). Hal ini membuktikan bahwa Somethinc merupakan *brand* lokal yang sudah cukup dikenal banyak orang, produk dari Somethinc bervariasi mulai dari *skincare* dan *bodycare*. Namun untuk kategori *bodycare*, Somethinc belum menjadi *brand* yang unggul karena masih banyak *brand* lain yang lebih terkenal dalam kategori *bodycare*.

3. Pengaruh Pesan Kampanye *Public Relations* #RespectMyBody terhadap *Brand Awareness Bodycare Somethinc*

Pengaruh antara Pesan Kampanye *Public Relations* terhadap *Brand Awareness* dinyatakan berpengaruh. Hal ini dikarenakan *RSquare* sebesar 0,623 atau 62,3% dan angka tersebut dapat diartikan memiliki pengaruh tinggi atau kuat antara Pesan Kampanye *Public Relations* terhadap *Brand Awareness*. Sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Selain itu hal yang membuktikan bahwa adanya pengaruh Pesan Kampanye *Public Relations* terhadap *Brand Awareness*, terdapat pula uji hipotesis dengan menggunakan rumus uji t, diperoleh thitung $20,326 > t_{tabel} 1,661$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti ada pengaruh yang terbukti signifikan antara Pesan Kampanye *Public Relations* #RespectMyBody Terhadap *Brand Awareness Bodycare Somethinc*.

PR Somethinc telah berhasil membuat Pesan Kampanye *Public Relations* #RespectMyBody dengan baik, karena hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengatakan bahwa pesan kampanye yang dibuat oleh Somethinc bisa diterima dan dipahami dengan baik.

5.2. Saran

Berdasarkan dari pengkajian hasil penelitian maka penulis bermaksud memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya, yaitu meskipun *Brand Awareness Somethinc* dapat dikatakan tinggi, namun terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan. Somethinc memiliki produk dalam kategori *skincare* dan *bodycare*, saat ini *awareness* khalayak terhadap Somethinc lebih besar ke *skincare*. Dilihat dari rata-rata variabel (Y) “Pengaruh Pesan Kampanye *Public Relations #RespectMyBody* terhadap *Brand Awareness Bodycare Somethinc*” dapat dilihat bahwa indikator Y13 yaitu “Somethinc adalah *brand* pertama yang responden ingat ketika membahas produk *bodycare* lokal” memiliki nilai terendah 3,52 dibanding indikator lainnya.

Maka disarankan Somethinc terus mempromosikan produk *bodycare* yang mereka miliki supaya lebih unggul dibanding *brand* lainnya. Mungkin bisa mengangkat BA lokal maupun non-lokal seperti yang dilakukan dalam mempromosikan serum Somethinc yang mengangkat BA dari Korea Selatan. Selain itu, penulis juga menyarankan supaya Somethinc melanjutkan kampanye *#RespectMyBody*, mengingat durasi kampanye tersebut relatif singkat untuk sebuah kampanye. Hal ini bertujuan untuk memperluas segmentasi pasar *bodycare* Somethinc.