

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

1. Keterlibatan peran @anak_bebek sebagai *brand ambassador women series* Eiger telah sesuai dan memenuhi syarat. Abex dianggap mampu mewakili *women series* Eiger, dikarenakan berdasarkan pesan yang unggah di media Instagram dianggap oleh pengikutnya yang sebagian besar adalah pendaki gunung dan penggiat alam perempuan memiliki kemampuan dan pengalaman. Dari sisi indikator (syarat) *brand ambassador transference, congruence/* kesesuaian, *kredibilitas*, daya tarik dan *power* semua telah terpenuhi. *Personal branding* Abex yang dipancarkan oleh menjadi keunggulannya dalam menunjang iklan produk *women series* Eiger. Kesesuaian antara latar belakang dengan produk yang diiklankan, kredibilitas *brand ambassador* dalam kegiatannya terkait produk, daya tarik *brand ambassador* yang menarik perhatian follower, serta kekuatan *brand ambassador* dapat dilihat dari foto, video serta *caption* dalam setiap unggahan membuat *follower* sangat *aware* terhadap produk yang diiklankan.
2. Dari hasil penelitian juga dapat disimpulkan bahwa peran *brand ambassador* menurut Royan (2004) seperti memberikan kesaksian dan testimoni, memberikan dorongan dan penguatan, bertindak sebagai aktor dalam iklan yang diwakilinya dan bertindak sebagai juru bicara

perusahaan semua peran juga dapat dijalankan dengan baik oleh selebgram @anak_bebek. Kemampuan komunikasi yang baik dari @anak_bebek, kekuatan dari foto dan video yang menarik, *caption* yang mudah dipahami oleh para pengikutnya serta edukasi yang sangat bermanfaat tentang tema obyek yang berkaitan dengan produk menjadi penunjang bagi peranan *brand ambassador*. Eiger berada ditahap *Top of mind* atau puncak pikiran yang mengacu pada merek yang muncul pertama kali dibenak konsumen saat memikirkan kategori produk *out door*. @anak_bebek telah menjalankan perannya dengan baik dan berhasil untuk memberikan kesadaran bagi pengguna dalam mengingat *brand women series* Eiger melalui keterlibatan Abex i media Instagram.

B. Saran

1. Saran Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberi tambahan kajian dan ilmu pengetahuan mengenai masalah yang terkait dengan *brand ambassador* dan *brand awareness* serta memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh selama proses perkuliahan dan dapat lebih memperdalamnya. Untuk penelitian selanjutnya bagi mahasiswa atau dosen yang ingin meneliti dengan obyek peran *brand ambassador* diharapkan dapat meneliti dengan sudut pandang yang berbeda atau dari segmen usaha yang berbeda pula.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan juga tambahan referensi dikalangan akademik dalam melakukan penelitian sejenis dan mengembangkannya dimasa yang akan datang.

2. Saran Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, saran, maupun masukan bagi Eiger dalam menentukan strategi bisnis di masa yang akan datang. Strategi promosi yang dilakukan Eiger saat ini telah mengikuti perkembangan digitalisasi. Karena pangsa pasar Eiger adalah sebagian besar adalah gen z, maka diharapkan Eiger lebih aktif lagi dalam memenuhi keinginan pasar. Karena dari hasil penelitian ini saran dari pengguna women series Eiger adalah dalam mengeluarkan produk women series Eiger diharapkan mengeluarkan size besar seperti XL sampai XXL karena tidak semua wanita di Indonesia berbadan kecil.