

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian dapat disimpulkan bahwa yang dapat diambil dari upaya komunikasi PR @Intanghazll_ dalam mendapatkan *endorsement* melalui beberapa tahap.

Tahap pertama yaitu tahap perencanaan komunikasi PR yang dilakukan oleh @Intanghazll_ dengan rencana awal melakukan riset mengenai identifikasi atau latar belakang pengikutnya seperti apa agar bisa dijadikan acuan untuk langkah Intan selanjutnya dalam menentukan produk yang akan Intan *endorse* sesuai atau tidaknya dengan kriteria audiens. Rencana kedua yaitu informasi produk, Intan sebagai *micro influencer* harus mengetahui dan memahami produk yang akan dipromosikan seperti nama produk, bahan yang digunakan, dan juga ukuran yang tersedia. Dari informasi produk tersebut dapat mempermudah Intan untuk membuat pesan informasi untuk disampaikan ke audiensnya. Rencana ketiga yaitu membuat pesan menarik, dalam sebuah usaha untuk menentukan keberhasilan dan mencapai tujuan, dalam membuat pesan ada kuncinya, karena audiens akan tertarik apabila pesan yang disampaikan bagus dan menarik, jadi tugas Intan adalah bagaimana cara ia menyampaikan pesan mengenai informasi produk yang akan dipromosikan agar terlihat menarik. Rencana keempat yaitu menentukan media dengan pemilihan media yang akan digunakan untuk terhubung dengan audiensnya.

Tahap kedua yaitu tahap implementasi strategi atau upaya komunikasi PR yang dilakukan @Intanghazll_ dalam menyampaikan informasi produk untuk menarik perhatian audiens sudah sesuai dengan perencanaan yang sudah dibuat oleh Intan sebagai *micro influencer*. Dalam implementasi dari perencanaan tersebut memerlukan media untuk terhubung dengan audiensnya agar penyampaian informasi produk yang dipromosikan berhasil. Media yang digunakan yaitu media sosial Instagram dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti Video Reels, Story, dan Feed.

Tahap ketiga yaitu tahap penentuan keberhasilan strategi atau upaya komunikasi PR yang dilakukan @Intanghazll_ dalam kegiatan *endorsement* sudah berhasil mendapat respon positif, kepuasan dari pihak usaha, dan menimbulkan efek *viewers* untuk membeli produk tersebut.

5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian, pelaksanaan upaya komunikasi PR yang dilakukan Intan sebagai *micro influencer* sudah cukup baik, tetapi akan lebih baik lagi untuk mencoba menambahkan strategi yang lain agar kualitas kegiatan *endorsement* yang dilakukan dapat terus meningkat seiring dengan peningkatan kemampuan yang dia miliki
2. Peneliti melihat dari hasil penelitian bahwa hampir semua produk yang Intan promosikan yaitu produk-produk fashion. Jadi peneliti mengharapkan Intan sebagai *micro influencer* untuk mencoba mempromosikan produk lain seperti kosmetik, makanan, dan masih banyak lainnya.
3. Pada hasil penelitian ini, peneliti juga mengharapkan pada penelitian selanjutnya untuk mengembangkan ruang lingkup penelitian, seperti personal branding yang dimiliki Intan sehingga pihak usaha memiliki kepercayaan untuk memakai jasa *endorsement* dirinya.