

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat peneliti simpulkan bahwa peran *public relation* dalam mengelola *brand association nature republic* sangat penting dalam memberikan kebutuhan akan informasi bagi konsumen dengan pemaparan konsep dari *nature republic* yang berfokus pada pemberian dari alam. Bahwa *nature republic* merupakan hadiah dan anugerah dari alam yang bisa digunakan untuk perawatan dan kesehatan kulit.

Ketika industri media kecantikan semakin berkembang *public relation nature republic* mampu menentukan kebutuhan dari para konsumennya melalui “*Journey to Nature*” yang selalu memegang teguh dan konsisten dalam menggunakan bahan alami berkualitas tinggi. Dalam perkembangan produknya perusahaan berupaya menyediakan produk dari bahan-bahan seperti *shea butter*, *argan* dan *aloevera* yang telah disertifikasi oleh budaya sehingga aman digunakan untuk semua jenis kulit termasuk dengan kulit sensitif.

Dalam hal ini, peneliti menemukan terdapat dua peran *public relation* sebagai fasilitator komunikasi membantu dalam membangun hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen dan memfasilitasi komunikasi dengan memberikan informasi melalui *e-commerce* website resmi *nature republic* yaitu *naturerepublic.id* dalam memaparkan produk, tips dan konsultasi. Sehingga memudahkan konsumen dalam memilih produk yang tepat. Hal ini sesuai dengan tujuan dari perusahaan untuk menyebarkan informasi melalui *public relation* untuk disampaikan kepada *receiver* atau konsumen.

Salah satunya, sebagai mediator dalam hubungan dan menjaga saluran komunikasi tetap terbuka. Sehingga keinginan dari konsumen dapat terwujud dari peran dan langkah *public relation* yang bisa menjembatani hubungan antara perusahaan dan konsumen serta kebutuhan akan informasi terpenuhi untuk konsumen, perusahaan juga mendapatkan respon positif dari konsumen berupa

kepercayaan dalam menggunakan produk dengan rasa percaya diri. Sehingga maksud dan tujuan dari perusahaan dapat diterima secara baik oleh konsumen.

Kedua sebagai teknisi komunikasi yang membantu perusahaan memperkenalkan produk baru *nature republic* dengan *event* yang bertemakan *journey to nature playground* mengajak konsumen berperan aktif dalam mengikuti *event* yang digelar. Tidak hanya itu, teknisi komunikasi menyiapkan *event* sebaik mungkin seperti persiapan konsultasi, mengenalkan produk baru dengan rangkaian *beauty series* dan promo khusus bagi konsumen yang membeli produk selama *event* berlangsung.

Teknisi komunikasi dalam menjalankan perannya menggunakan *website* pemasaran produk dengan *naturerepublic.id* dalam mengenalkan produk dan memberikan informasi mengenai produk *nature republic* serta terciptanya tampilan secara *real time* atau *up to date*. Informasi mengenai produk dapat dimanfaatkan secara bersamaan dan maksimal, penyajian data mudah dan cepat dan tampilan yang *user friendly* dan aplikatif atau tepat sasaran.

Public relation dalam menjalankan perannya mengacu kepada nilai dari asosiasi merek yaitu membantu proses penyusunan informasi agar informasi dari perusahaan mengenai produk sesuai dengan kebutuhan dari konsumen serta segala keinginan dan kebutuhan konsumen terpenuhi oleh *nature republic*. Terdapat perbedaan spesifik antara produk *nature republic* dengan kompetitor sejenis yang perlu diperhatikan oleh *public relation* kepada konsumen dalam memperhatikan keunggulan dari kemasan yang *eco friendly* dan konsistensi dalam menggunakan bahan alami dalam setiap produk.

Untuk membangun *brand association* maka *public relation* diharapkan menjadi “mata” dan “telinga” serta “tangan kanan” perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan kualitas terbaik sebagai pemberian dan anugerah dari alam untuk membawa kebahagiaan kepada konsumen, maka pada gilirannya akan berdampak positif terhadap *nature republic* sebagai sebuah *brand global natural cosmetics* dan *skincare*.

5.2. Saran

5.2.1. Saran *Public Relation*

1. Selalu mengutamakan kepentingan konsumen dalam memenuhi kebutuhan akan informasi produk agar perusahaan dapat dengan mudah mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen.
2. Mengoptimalkan penggunaan aplikasi website yang dimiliki *public relation* sebagai interaksi dalam menjaga saluran komunikasi sebagai fasilitas komunikasi.
3. Memberikan ruang bagi para konsumen untuk memberikan saran serta masukan kepada perusahaan *nature republic* agar lebih baik.

5.2.2. Saran Bidang Akademik

Peneliti memiliki saran yang diharapkan dapat membangun dan bertujuan memperbaiki kekurangan yang ada. Untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti secara mendalam mengenai peran *public relation* dalam mengelola *brand association* dengan menggunakan teori sistem fungsi *boundary spanning* sebagai komunikator dalam menjembatani tujuan dan maksud perusahaan kepada konsumen.