Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah didapatkan, dapat disimpulkan bahwa Watsons Indonesia dalam menjalankan kegiatan *campaign* yang dilakukan menggunakan konsep strategi perencanaan MPR milik Thomas L Harris dan Patricia T Whalen yaitu 7 *steps strategic planning process*. Implementasi kegiatan yang dilakukan mulai dari situasi analisis hingga evaluasi sesuai dengan konsep tersebut.

Strategi dan taktik yang dilakukan oleh Tim *Marketing* Watsons Indonesia dalam *campaign* Watsons Try Me Love Me, antara lain:

1. Penggunaan media *offline* seperti *mailer, flyer* serta materi promosi yang berhubungan dengan rangkaian *campaign* Watsons Try Me Love Me.
2. Penggunaan media sosial khususnya Instagram yang merupakan *platform* terbesar untuk Watsons Indonesia.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Analisis strategi marketing..., Linda Fitria, FIK UMN, 2019

3. Mengadakan program *redeem point* agar pelanggan melakukan pembelian serta menggunakan terus-menerus produk dari Watsons *brand* sehingga meningkatkan penjualan terhadap Watsons *brand*.
4. Mengadakan aktivitas kuis *Which one is Watsons brand* untuk menciptakan *experience* serta lebih mendekatkan antara pelanggan dengan Watsons *brand* sehingga menimbulkan rasa keterikatan diantara keduanya.
5. Penggunaan logo Try Me Love Me di setiap materi yang ada sebagai idetintas *campaign*.
6. Membuat konten yang berhubungan dengan *key message* yaitu Try Me Love Me baik visual maupun *caption* yang digunakan serta #watsonstrymeloveme.
7. Membuat seluruh *store* selaras dalam implementasi yang sudah di *brief* sebelumnya sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian melalui aktivitas dan promosi apa saja yang sedang berjalan selama *campaign* berlangsung.

Evaluasi akhir yang dilakukan dalam *campaign* ini adalah yang pertama dengan melakukan *tracking* terhadap jumlah transaksi produk Watsons *brand* setiap bulannya, kedua melihat jumlah pelanggan yang berpartisipasi dalam aktivitas *redeem point* dan kuis, ketiga jumlah *likes, comment, share, reach* serta interkasi yang diberikan disetiap unggahan konten mengenai Watsons Try Me Love Me di sosial media.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Hasil akhir yang didapatkan dari *campaign* Watsons Try Me Love Me adalah sangat positif dan dapat dikatakan berhasil karena sudah sesuai dan melampaui dari target yang dituju melalui strategi dan taktik yang dilakukan. Selain itu, hasil yang didapatkan juga sesuai dengan *objectives* yang diinginkan yaitu untuk lebih meningkatkan penjualan terhadap produk Watsons *brand*. Hal tersebut dapat terlihat dari peningkatan penjualan di setiap bulannya serta tingginya antusias pelanggan terhadap aktivitas *redeem point*, kuis dan jumlah *likes, comment, share, reach* mengenai konten *campaign* ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan ilmu tambahan mengenai *Marketing Public Relations* bagi para mahasiswa yang ingin melakukan penelitian mengenai *Marketing Public Relations*. Khususnya terhadap perusahaan yang berekspansi di industri ritel serta menjadikan penelitian ini sebagai penelitian lanjutan kedepannya. Selain itu, diharapkan penelitian dengan topik ini semakin berkembang karena aktivitas *Marketing Public Relations* juga semakin berubah mengikuti perkembangan jaman sekarang ini sehingga topik penelitian ini akan terus berkembang dan disesuaikan dengan situasi jaman yang semakin berkembang.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

5.2.2 Saran Praktis

Berikut beberapa saran yang ditujukan untuk perusahaan, antara lain:

1. Untuk memperluas penggunaan media promosi yang sifatnya lebih *mass* seperti iklan di radio, televisi, koran dsb sehingga informasi tersebut dapat menyasar audiens secara lebih luas lagi karena melihat Watsons Indonesia yang semakin berkembang.
2. Membuat konten yang disesuaikan dengan karakteristik dari masing-masing media sosial karena perbedaan karakteristik tersebut dapat memengaruhi bagaimana pesan tersebut dapat diterima dengan baik dan jelas oleh audiensnya.
3. Lebih memperluas lagi terhadap konsep serta pelaksanaan aktivitas yang berhubungan dengan *experience* seperti membuat video *competition* sehingga reaksi yang diberikan juga lebih terlihat dan membuat timbulnya *word of mouth* yang lebih luas serta akan memberikan kesan yang lebih mendalam pada audiens.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA