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

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Launching *Guess Connect* menggunakan strategi *Marketing Public relations* (MPR) karena ingin menciptakan minat beli *customer* dengan special *product* dari *Guess Watches*. Oleh karena itu, tim *Marketing Communication Guess Watches* akan berperan penting dalam eksekusi dan pemilihan taktik dalam aktivitas MPR *Guess Connect* melalui *Event* untuk menciptakan minat beli *customer*.

Dalam kasus ini, peneliti melihat kekuatan MPR dalam menciptakan minat beli cukup efektif karena aktivitas MPR *Guess Connect* ini memang ditujukan untuk meningkatkan penjualan di mana pada industri ritel penjualan merupakan aspek yang penting dalam menunjang keberlangsungan industri tersebut. Alasan penggunaan MPR karena memiliki strategi menyeluruh dalam mempromosikan sebuah produk. Selain memotong biaya untuk iklan, aktivitas MPR juga menciptakan nilai berita yang berguna untuk *branding*. Penggunaan strategi MPR juga mengisi sisi pengetahuan tentang produk yang dibutuhkan oleh *customer* dan dapat digunakan sebagai sarana untuk membangun relasi yang baik dengan *customer* apalagi industri ritel bersinggungan langsung dengan *customer*.

Peluncuran *Guess Connect* ini menggunakan strategi utama *event* dimana dalam *event* tersebut terdapat dua taktik yaitu *customer event* dan *experiential table.* Dua taktik ini bertujuan untuk memberikan knowledge kepada customer

Analisis Strategi Marketing..., IVENA VALENCIA, FIKOM UMN, 2018

tentang produk *Guess Connect*. Kedua, strategi yang mendukung terciptanya minat beli adalah publisitas, adanya *event* ini menciptakan nilai berita sehingga peluncuran *Guess Connect* ini dipublikasikan oleh media. Strategi ketiga adalah penggunaan third party endorsement dimana Guess Connect menggunakan dua influencer untuk mempromosikan produk. Strategi yang terakhir adalah pemasangan iklan dan penggunaan *social media*. Kedua strategi terakhir ini merupakan strategi pendukung yang bertujuan untuk menciptakan *awareness* kepada *event* peluncuran *Guess Connect*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut adalah saran yang peneliti sampaikan dari sisi akademis dan praktisnya:

1.2.1 Saran Akademis

Penulis berharap penelitian selanjutnya mampu mengkaji dan melihat bagaimana brand *Guess* secara *image* dan reputasinya di Indonesia serta mengkaji evaluasi dari setiap *event* yang dilakukan oleh *Guess Watches*, sehingga penelitian ke depan mampu memberikan sumbangsih yang komprehensif bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya Marketing Public Relations.

1.2.2 Saran Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi analisis evaluatif bagi PT. Gilang Agung Persada, terutama Guess Watches. PT. Gilang Agung Persada ketika melakukan sebuah aktivitas MPR harus melakukan semua

Analisis Strategi Marketing..., IVENA VALENCIA, FIKOM UMN, 2018

tahap dalam strategi Marketing Public Relations. Bagi sebuah perusahaan melakukan riset merupakan hal yang sangat penting untuk mendapatkan gambaran awal dan cara yang dilakukan bisa menggunakan survey atau FGD. Kemudian dalam menentukan MPR objectives, tentukan objectives secara detail dan terukur. Taktik yang dilakukan harus mendukung strategi MPR yang dibuat. Yang terakhir, PT. Gilang Agung Persada sebaiknya melakukan tahap evaluasi guna mengukur keberhasilan strategi MPR yang dilakukan.

Analisis Strategi Marketing..., IVENA VALENCIA, FIKOM UMN, 2018