



### **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.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang sudah dirancang yaitu melihat apakah ada pengaruh antara *brand ambassador* Dian Sastro terhadap *brand image* dan juga meneliti besar pengaruhnya. Untuk menjawab tujuan penelitian pertama, hasil penelitian menunjukkan bahwa :

1. Terdapat pengaruh positif dari pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image*. Konten promosi Instagram bukan hanya berupa informasi tetapi juga persuasi kepada khalayak. Penggunaan *endorser* dapat memperkuat persuasi tersebut. Bila dikaitkan dengan teori, pengemasan konten promosi tersebut harus disampaikan sesuai dengan *ego* dari khalayak atau *target market* yang sudah ditentukan. Penggunaan *endorser* yang sesuai juga dapat meningkatkan tingkat penerimaan khalayak akan pesan yang disampaikan oleh *brand*.
2. Untuk menjawab tujuan penelitian kedua, yaitu seberapa besar pengaruh *brand ambassador* terhadap *brand image* dari Samsung s10, peneliti sudah menganalisis hasil kuesioner dari responden yang menunjukkan pengaruh dari variabel X terhadap Y sebesar 51,2% dengan 48,8% lainnya merupakan

faktor diluar hal tersebut. Artinya tingkatan tersebut sudah cukup signifikan untuk citra perusahaan.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, ada beberapa saran akademis dan praktis yang dapat diberikan penulis atas penelitian ini yaitu :

### **5.2.1 Saran Akademis**

Setelah melakukan penelitian tentang pengaruh *brand ambassador* diastastro terhadap *brand image* Samsung S10, saran yang dapat diberikan bagi peneliti selanjutnya adalah melakukan penelitian terhadap faktor yang mempengaruhi terciptanya *brand image* seperti misalnya gaya Bahasa atau *gimmick* yang dilakukan pada promosi Samsung sehingga khalayak lebih dapat memahami semua pesan yang ingin disampaikan oleh Samsung.

Saran kedua adalah peneliti selanjutnya dapat meneliti apa saja yang dapat mempengaruhi *brand image* melalui pesan yang disampaikan oleh *brand ambassador* karena masih banyak respon dari khalayak yang kurang setuju dengan identiknya fitur-fitur Samsung S10 terhadap *brand image* Samsung itu sendiri.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang disusun, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada tim komunikasi Samsung untuk kedepannya dalam melakukan *gimmick* melalui brand ambassador seperti :

1. Mengurangi penggunaan istilah yang sulit dan kurang mudah diingat oleh khalayak karena hal tersebut dapat mempengaruhi bagaimana pandangan masyarakat tentang citra dari fitur-fitur yang ditawarkan oleh Samsung S10
2. Untuk para brand yang ingin menggunakan *endorser* harus mempertimbangkan kecocokan sosok duta tersebut terhadap pesan yang ingin disampaikan oleh *brand* .Tentunya tidak lupa untuk mengemas konten promosi tersebut dengan baik.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA