

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang mencari ada atau tidak adanya pengaruh variabel X (independen) berupa pelanggaran oleh duta merek (*brand ambassador transgression*) Biore yakni selebritis Adhistry Zara terhadap variabel Y (dependen) berupa citra merek (*brand image*) Biore. Kasus pelanggaran yang dikaji dalam penelitian ini adalah kasus video asusila yang secara tidak sengaja terunggah ke Instagram Story Adhistry Zara (@zaraadhistry) pada Agustus 2020. Dengan status Adhistry Zara sebagai *brand ambassador*, beberapa iklan Biore dibintanginya. Instagram Adhistry Zara juga sering dijadikan tempatnya mempromosikan Biore. Pasca terunggahnya video asusila tersebut, Biore memutuskan hubungan kerjasamanya dengan Adhistry Zara sebagai mitra. Artinya pasca kejadian tersebut, Adhistry Zara tidak lagi berstatus sebagai *brand ambassador* Biore.

Melihat tidak lanjut berupa pemutusan hubungan kerjasama tersebut, penelitian ini ingin melihat pengaruh kasus *brand ambassador transgression* oleh Adhistry Zara terhadap *brand image* Biore pasca kasus *transgression* tersebut. Penelitian ini menghasilkan simpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh sangat lemah terhadap kasus *transgression* oleh Adhistry Zara selaku *brand ambassador* Biore terhadap *brand image* (citra merek) Biore di mata konsumen hanya sebesar 27,6%. Pasca kasus *transgression* yang diketahui oleh konsumen Biore sebagai responden

dalam penelitian ini, kualitas produk dari *brand* Biore tetap dinilai baik. Artinya, persepsi konsumen tentang citra dan kualitas produk Biore di ingatan konsumen tidak berubah memburuk akibat kasus *brand ambassador transgression* oleh Adhistry Zara.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Praktis

Berdasarkan penelitian yang disusun, memang pengaruh dari kasus pelanggaran oleh duta merek (*brand ambassador transgression*) terhadap citra merek (*brand image*) menunjukkan nilai yang sangat lemah yaitu 27,6%. Artinya, kasus asusila yang sempat secara tidak sengaja dilakukan oleh Adhistry Zara melalui akun Instagram-nya tidak mengubah pandangan konsumen Biore tentang citra dan kualitas Biore menjadi lebih buruk. Namun sebagai pembelajaran dari penelitian, disarankan beberapa hal berikut:

1. Selebritis yang dipercayakan sebagai duta merek atau *brand ambassador* baiknya senantiasa bertanggung jawab sesuai status yang dipercayakan perusahaan atau merek, baik dengan mematuhi perjanjian iklan atau dengan sikap berhati-hati di media sosial. Apalagi kini, akun Instagram personal selebritis ikut dijadikan sebagai medium iklan/promosi produk brand oleh ambassador. Melihat kasus dalam penelitian ini, video asusila yang tersebar di media sosial awalnya terunggah oleh Adhistry Zara sendiri dalam Instagram Story akun personalnya @zaraadhistry. Padahal, akun tersebut juga digunakan oleh brand Biore sebagai medium promosi lewat brand ambassador-nya.

2. Selebritis yang dipercayakan sebagai duta merek atau *brand ambassador* sebaiknya bisa dengan lebih bijak memisahkan konten yang layak diunggah di akun Instagram-nya dengan konten yang sifatnya privasi. Untuk itu diperlukan kehati-hatian dan kepekaan agar hal yang sifatnya privasi tidak secara tidak sengaja tersebar di Instagram. Tersebar nya konten privasi tersebut berpotensi berdampak buruk bukan hanya untuk citra personal selebritis, tapi juga citra merek perusahaan yang menaunginya sebagai duta.
3. Akun personal Instagram milik selebritis yang dipercayakan sebagai *brand ambassador* sebaiknya diatur secara jelas penggunaannya, terutama berhubungan dengan fungsinya sebagai alat promosi *brand* yang menaungi, misalnya dengan adanya peraturan dan perjanjian antara brand dan selebritis sebagai mitra. Dari penelitian ini dapat melihat, akun Instagram selebritis sebagai *brand ambassador* sangatlah krusial sehingga kesalahan sedikit saja bisa berdampak besar pada citra personal selebritis, bahkan memutuskan hubungan kerjasama dengan *brand* yang menaungi.
4. *Brand* atau perusahaan baiknya menyikapi dengan tegas kasus pelanggaran yang dilakukan oleh *ambassador*-nya untuk meminimalkan risiko menurunnya kepercayaan konsumen dan perubahan citra produk brand di ingatan konsumen. Dari penelitian ini, melihat tindakan tegas yang dilakukan oleh Biore sebagai upaya memulihkan citranya (*recovery efforts*) di mata konsumen dan upaya menanggulangi krisis komunikasi agar tidak semakin buruk. Meskipun pasca kasus *transgression* yang terjadi citra Biore di mata konsumen tetap baik,

konsumen tetap menilai bahwa kasus *transgression* yang dilakukan secara tidak sengaja oleh *brand ambassador* Biore Adhity Zara adalah hal yang fatal.

5.2.2. Saran Akademis

Dalam mengerjakan penulisan karya ini masih terdapat banyak hal yang perlu dilengkapi. Dengan begitu dari segi akademis, oleh penelitian ini menyarankan beberapa hal berikut:

1. Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian terhadap faktor lain yang membentuk *transgressions* yang dapat memengaruhi seperti reputasi perusahaan karena penelitian ini tidak memfokuskan ke reputasi perusahaannya dan penelitian lain dengan topik *transgression* dalam strategi perusahaan dalam menanggulangi krisis yang dilakukan *brand ambassador*, mengingat penelitian ini masih terbilang sedikit.
2. Dari hasil penelitian yang ada pengaruh independent variabel menunjukkan nilai yang sangat lemah yaitu 26,7% yang artinya sisanya sebanyak 73,3% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka dari itu untuk penelitian selanjutnya mencari faktor yang dapat mempengaruhi lemahnya tingkat pengaruh dari *transgression brand ambassador* terhadap *brand image* Biore.
3. Sumber referensi materi tentang pelanggaran (*transgression*) oleh *brand ambassador* sebaiknya diperbanyak. Dalam mengerjakan penelitian ini sempat terhambat karena sedikitnya sumber penjelasan tentang *brand ambassador transgression*.

4. Melihat pentingnya kasus *transgression* dan potensi dampaknya baik untuk *brand ambassador* sendiri atau untuk *brand*, penelitian tentang *brand ambassador transgression* sebaiknya diperbanyak, atau bisa dijadikan referensi topik penelitian ilmu komunikasi di lain kesempatan.