

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui elemen *co-branding* dan jenis strategi pesan yang digunakan dalam konten *posts* di Instagram @dearmebeauty yang terkait dengan kolaborasi Dear Me Beauty dan KFC. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, elemen *co-branding* dan jenis strategi pesan yang digunakan dalam konten kolaborasi Dear Me Beauty dan KFC di Instagram @dearmebeauty adalah sebagai berikut.

- 1) Elemen iklan yang digunakan dalam konten kolaborasi Dear Me Beauty dan KFC di Instagram @dearmebeauty adalah *creative units*, *words*, *picture*, dan *music*. Elemen *creative units* terkait dengan konten memiliki berapa *pages* dalam satu *post*. Elemen *words* terkait dengan konten menggunakan huruf yang tidak terduga. Elemen *picture* terkait dengan penggunaan warna pada gambar karena memainkan peran yang lebih penting dalam mendapatkan perhatian dari pada kata-kata. Elemen *music* terkait dengan konten tersebut menggunakan musik atau tidak.
- 2) Strategi pesan yang digunakan dalam konten *posts* Instagram @dearmebeauty adalah strategi pesan kognitif dan afektif. Strategi pesan kognitif terkait dengan tahapan memengaruhi konsumen dengan manfaat produk atau keunggulan produk. Strategi pesan afektif terkait dengan emosi dan sikap konsumen yang dipengaruhi oleh pesan atau konten yang ditampilkan.

Dear Me Beauty dan KFC merupakan dua *brand* dari kategori yang berbeda. Dear Me Beauty merupakan brand kecantikan yang menghadirkan produk *skincare* dan *make up*, sedangkan KFC merupakan *brand* restoran makanan cepat saji. Kedua *brand* tersebut dapat dikatakan memiliki reputasi yang baik dan kolaborasi kedua

*brand* dinilai unik sehingga mengundang perhatian dari masyarakat. Hal tersebut dapat dibuktikan dari banyaknya komen dan *likes* pada setiap konten mengenai kolaborasi Dear Me Beauty dan KFC di Instagram @dearmebeauty.

## **5.2. Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Berdasarkan dari hasil penelitian, saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut.

- 1) Penelitian selanjutnya dapat menganalisis *co-branding* dan strategi pesan lainnya yang dilakukan oleh dua *brand* atau lebih.
- 2) Penelitian selanjutnya dapat meneliti *co-branding* dan strategi pesan berdasarkan respon konsumen yang terdapat pada komen dan *likes* setiap konten *posts* di Instagram.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan dari hasil penelitian, saran yang dapat diberikan untuk pihak Dear Me Beauty dan KFC mengenai kolaborasi kedua *brand* supaya lebih menarik dalam hubungan *cross category*, tidak hanya dengan tujuan memperkenalkan *make up* dan *skincare* yang *unisex* tetapi juga dihubungkan dengan produknya. Misalnya pada produk hasil kolaborasi Dear Me Beauty dan KFC seperti *lip tint*, saat digunakan ada aroma seperti sedang di outlet KFC.