

BAB V

SIMPULAN SARAN

5.1 Simpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari karya ini adalah aktivitas MPR bisa digunakan pada program EGGA dalam kampanye *Auteentic* dengan melibatkan anggota EGGA pada setiap program komunitas EGGA dan Emina agar EGGA terlibat dengan mengembangkan dirinya dalam menemukan jati diri sesungguhnya dengan menunjukkan keotentikan dirinya hingga mendorong *customer engagement* EGGA. Strategi MPR telah berhasil dilakukan dari 20 Agustus - 4 Desember 2023, seluruh program telah dilaksanakan dengan baik dan telah menerima beberapa respon baik dari anggota EGGA.

Seluruh model perancangan aktivitas MPR ini melalui *framework strategic planning* dari Smith (2017) dengan *tools* MPR yang menghasilkan 4 acara besar dengan melibatkan aktivitas EGGA yakni EGGA *photoshoot as talent* Emina, *photoshoot per area*, *empower* EGGA menjadi tim Emina yakni tim MOTS, dan EGGA menjadi partisipasi dalam *visit booth* dan merasakan aktivitas di *booth* Emina, 2 *experiential marketing* dengan 2 *print* yakni *stamp card* dan *poster* EGGA MOTS, 3 *podcast*, 3 *merchandising* dalam satu PR Package yakni EGGA Box, gantungan kunci, *sticker*, dan majalah EGGA, dan pembuatan 2 media sosial yakni Instagram dan Tiktok.

Sehingga dapat disimpulkan dalam setiap program yang dilaksanakan telah menampakkan keterlibatan EGGA, hal ini menunjukkan *customer engagement* mereka dengan berpartisipasi melakukan program EGGA dan target Instagram dan Tktok pun tercapai. Dari indikasi keberhasilan kampanye yang telah mencapai target dapat disimpulkan bahwa kampanye *Auteentic* pada program EGGA melalui aktivitas MPR dapat dikatakan berhasil serta dapat mendorong *customer engagement* EGGA dengan melibatkan anggota EGGA untuk berpartisipasi dalam program EGGA dan kampanye *Auteentic* Emina Cosmetics.

5.2 Saran

Setelah menjalankan kampanye *Auteentic* pada EGGA, saran yang dapat diberikan dan bermanfaat yang tertulis sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Dari sisi akademis diharapkan dapat memperbanyak serta menganalisis program-program tentang komunitas merek dalam kampanye merek, karena sebenarnya banyak mahasiswa yang belum banyak menganalisis tentang komunitas merek di dunia kecantikan. Penambahan materi-materi pada beberapa mata kuliah yakni pendalaman materi terkait menentukan goal dan objektif yang jelas dan pengukuran keberhasilan kampanye pada mata kuliah *Integrated Brand Campaign* dan strategi menggunakan komunitas merek pada mata kuliah *Community Relations and Engagement*. Adanya praktik pembuatan luaran publikasi seperti majalah pada mata kuliah *Creative Media Production*, dan materi tentang aktivitas MPR pada komunitas merek yang bisa dipakai pada mata kuliah *Marketing Public Relations*.

5.2.2 Saran Praktis

Dari sisi praktis setelah membuat program EGGA, diharapkan dalam setiap program kampanye *Auteentic*, EGGA dapat terlibat untuk berpartisipasi dalam setiap programnya. Diharapkan juga program EGGA terus diikuti pada setiap EGGA agar mereka tergerak untuk saling *support* dan mengembangkan diri mereka. Kemudian, diharapkan program yang dilakukan bisa dikembangkan lagi atau dilanjutkan oleh pihak Emina Cosmetics untuk meningkatkan *customer engagement*.

5.2.3 Saran Mahasiswa

Diharapkan mahasiswa yang ingin membuat penelitian mengenai aktivitas MPR guna dalam menjalankan kampanye merek yang dijalankan pada komunitas, mempelajari terlebih dahulu tentang kampanye merek, komunitas merek, dan strategi MPR serta turunan dari strategi komunikasi secara mendalam karena sangat banyak teori dan konsep yang bisa dipakai. Dalam hal ini mahasiswa bisa belajar dan mengambil mata kuliah *Integrated Brand Campaign*, *Creative Media Production*, dan *Marketing Public Relations*.