

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dalam penelitian “Strategi *Community Relations* Komunitas Nike Dunk Indonesia dalam Meningkatkan *Brand Engagement*” adalah sebagai berikut:

1. Strategi yang diterapkan oleh Komunitas *Nike Dunk* Indonesia selaras dengan teori dan konsep terkait dalam meningkatkan *brand engagement* terhadap *Nike Dunk*. Dengan mengimplementasikan strategi *public relations* yang terstruktur, komunitas ini menciptakan komunikasi yang tidak hanya berfokus pada transaksi jual-beli, melainkan juga membangun ikatan emosional dan kognitif yang mendalam dengan konsumen. *Nike Dunk* Indonesia memanfaatkan berbagai *platform* seperti *Discord*, *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Instagram*, untuk memperluas interaksi dan menciptakan ruang untuk berkomunikasi lewat berbagai kegiatan dan program, serta berbagi informasi mengenai produk, langkah ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan untuk anggota, tetapi juga untuk orang di luar komunitas. Bagi anggota komunitas, *Nike Dunk* bukan hanya sepatu, tetapi bagian dari identitas dan gaya hidup mereka, selain itu keunikan desain produk dan harga yang kompetitif menjadi faktor penunjang dalam meningkatkan *brand engagement* produk ini.
2. Dampak dari strategi *community relations* yang diterapkan oleh komunitas *Nike Dunk* Indonesia terhadap *brand engagement* cukup signifikan. Dampak positif dari strategi *community relations* dapat dilihat dari partisipasi anggota dalam kegiatan komunitas, serta interaksi di media sosial, keberhasilan membangun hubungan yang kuat ditunjukkan dengan pemahaman anggota terhadap produk, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas terhadap *brand*. Komunitas ini tidak hanya menciptakan pengalaman positif dan berkesan bagi anggotanya, tetapi juga memastikan bahwa *Nike Dunk* tetap relevan di kalangan konsumen.

Dengan terus berinovasi dan menjaga interaktif yang aktif bersama komunitas dan *brand* lain, komunitas ini berperan sebagai jembatan yang menghubungkan *brand*, dengan konsumen dan para mitra lainnya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada di atas, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dilakukan dengan fokus yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor lain yang *mempengaruhi brand engagement*, seperti analisis terhadap perilaku konsumen dan pengaruh tren global *sneaker* di Indonesia. Penelitian lanjutan juga dapat mengkaji perbandingan antara komunitas NDI dengan komunitas lainnya untuk mendapatkan wawasan yang lebih luas mengenai dinamika industri *sneaker* di Indonesia.

### 5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan untuk komunitas NDI untuk mengembangkan strategi *community relations* yang lebih inovatif, seperti menyelenggarakan acara *offline* dan kerjasama yang lebih banyak. Dengan menjaga interaksi yang aktif serta terus membangun rasa kebersamaan, komunitas NDI dapat memastikan *brand engagement* yang dibangun akan makin kuat dan berkelanjutan. Melalui saran ini, diharapkan NDI dapat memperkuat posisi merek dalam pasar *sneaker* dan kepuasan anggota.