

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan terhadap iklan MAC *Glow Play Blush* dan juga kepada para penggemar Lalisa Manoban dan penggemar *girl group Blackpink* dalam membahas peran Lalisa Manoban sebagai *brand ambassador* dan juga tentang iklan MAC *Glow Play Blush* maka dapat diambil kesimpulan. Kesimpulannya adalah :

1. Penggemar Lalisa Manoban (*LILIES & BLINK*) berpendapat bahwa Lalisa Manoban berperan dalam membangun *brand awareness* akan *brand* kosmetik MAC, tetapi MAC *cosmetics* bukan sebuah *brand* yang tidak mereka ketahui atau *brand* yang asing bagi mereka, namun dengan adanya Lalisa Manoban sebagai *brand ambassador* MAC, mereka lebih *aware* terhadap MAC *Glow Play Blush*. Tetapi tingkat *awareness* para penggemar Lalisa Manoban belum mencapai tingkat tertinggi dalam *brand awareness* yaitu *top of mind* karena mereka tidak menyebutkan MAC sebagai *brand kosmetik* pertama yang ada pada benak mereka.
2. Penggunaan Lalisa Manoban yang merupakan anggota *girl group Blackpink* untuk menjadi *brand ambassador* MAC dapat dinilai sebagai keputusan yang tepat karena Lalisa Manoban memiliki citra yang baik dan juga telah dipercaya untuk menjadi *ambassador* oleh *brand-brand* ternama kelas dunia. Penggunaan sosial media instagram dalam memasarkan produk juga dapat dinilai sangat baik karena Lalisa Manoban memiliki pengikut yang cukup banyak di akun sosial medianya yakni 45,6M atau 45,6 juta pengikut. Dari iklan instagram ini banyak penggemar Lalisa Manoban yang *aware* akan iklan ini.

## 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka peneliti akan memberikan saran kepada mahasiswa yang ingin menjadikan penelitian ini sebagai referensi dan juga kepada perusahaan agar dapat membantu dalam meningkatkan promosi produk yang dikelola oleh sebuah perusahaan. Berikut saran-saran yang akan diberikan :

1. Bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dengan konsep yang sama diharapkan untuk melakukan wawancara lebih mendalam lagi agar dapat mengkaji lebih luas tentang periklanan maupun tentang *brand awareness*, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam lagi mengenai konteks penggunaan brand ambassador bagi perusahaan yang menggunakan *brand ambassador* terhadap produk yang digunakan
2. Kepada perusahaan yang ingin menggunakan penelitian ini sebagai bahan untuk referensi dalam mempromosikan produk dengan menggunakan metode yang sama dengan yang diteliti oleh penelitian ini, para perusahaan hendaklah mengkaji informasi tentang seseorang yang akan dijadikan *brand ambassador* untuk perusahaan, apakah seseorang tersebut memiliki kriteria dan reputasi yang sesuai dengan ciri seorang brand ambassador atau tidak.