

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan wawancara, observasi, serta dokumentasi yang telah dilakukan oleh peneliti dengan melihat bagaimana R1 For Men melaksanakan strategi *marketing public relations* PENCILS, ditemukan hasil bahwa *brand* sejak tahun 2024 hingga 2025 telah melaksanakan beragam aktivitas untuk membangun *brand awareness*-nya secara perlahan terutama bagi konsumen di daerah DKI Jakarta. Aktivitas yang dilaksanakan oleh *brand* mayoritas berfokus pada pemberian informasi terkait produk, *event*, maupun *campaign* kepada konsumen. Pemberian informasi tersebut, yang telah dilakukan oleh *brand* dengan mengacu pada strategi MPR PENCILS untuk membangun *brand awareness* pun dibagi menjadi dua jenis kategori media, yaitu media *offline* dan media baru.

Penggunaan media *offline* atau konvensional dalam hal ini dilaksanakan dalam pembentukan aktivitas layaknya *event*, *campaign*, pengadaan lobi dan negosiasi, dan tanggung jawab sosial. Keikutsertaan *brand* dalam *beauty event* menjadi aktivitas utama yang difokuskan dalam penggunaan media *offline*. Pemberian informasi kepada konsumen terutama pria dengan beragam cara layaknya *try on product*, pemberian produk gratis, serta pengadaan *games* turut menjadi fokus *brand* saat menghadiri *beauty event*. Pengadaan *campaign* yang mengajak beberapa anggota tim sukses R1 For Men pun turut menjadi aktivitas dalam media *offline* yang dilaksanakan oleh *brand*. Selain itu, R1 For Men juga bekerja sama dengan media massa dalam pembentukan berita terkait dengan acara *grand launching brand* pada tahun 2024.

Tidak berhenti di situ, R1 For Men juga memanfaatkan media baru dalam pelaksanaan strategi MPR PENCILS-nya. Penggunaan media sosial layaknya Instagram menjadi fokus utama dalam kategori media baru untuk

memberikan informasi dan membangun hubungan dengan konsumen. Terbentuknya kerja sama dengan *Key Opinion Leader* (KOL) di media sosial yang mempromosikan dan memberikan informasi terkait produk *skincare* R1 For Men, juga turut membantu membangun *brand awareness*. R1 For Men, juga memanfaatkan *e-commerce* layaknya Shopee untuk meningkatkan penjualan dan membentuk *review* positif konsumen. Selain itu, pembentukan komunitas dalam media sosial WhatsApp juga dilaksanakan oleh *brand* guna membangun hubungan dengan tim sukses R1 For Men.

Melalui beragam aktivitas yang dilakukan oleh *brand*, tercapai-lah sebuah tingkatan *brand awareness* yaitu *brand recognition*, yang mana tingkatan ini merupakan kondisi dimana konsumen sudah mengetahui kehadiran *brand* namun belum menentukan keputusannya untuk membeli produk. Melihat bagaimana *brand* berusaha untuk memfokuskan pemberian informasi terhadap konsumen, menjadi landasan kuat mengapa tingkatan *brand recognition* dalam hal ini tercapai.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

1. *Brand* diharapkan untuk mengembangkan strategi MPR PENCILS yang baru jika nantinya Ridwan Kamil sebagai pemilik *brand* sudah tidak menjadi *face of the brand* lagi.
2. *Brand* dapat mengembangkan strategi MPR PENCILS dalam komponen *community involvement* dengan membentuk lebih banyak komunitas terutama dengan konsumen, agar dapat menjalin hubungan dan memberikan informasi terkait produk yang lebih efektif.
3. *Brand* dapat lebih aktif menjalin interaksi dua arah dengan konsumen layaknya pemberian *feedback* terhadap pertanyaan maupun testimoni konsumen di media sosial maupun secara langsung guna memperkuat *brand awareness* dan kepercayaan publik.

5.2.2 Saran Akademis

1. Penelitian ini membuktikan bahwa strategi MPR PENCILS oleh Thomas L. Harris relevan digunakan dalam industri *skincare* khusus pria di Indonesia untuk membangun *brand awareness* terutama bagi masyarakat di DKI Jakarta. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengembangan terhadap teori tersebut dengan melakukan penyesuaian komponen PENCILS terhadap budaya serta perilaku konsumen dari berbagai daerah yang lebih beragam.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memilih informan yang menduduki posisi sebagai seorang *marketing* maupun *public relations* guna mendapatkan informasi terkait penelitian yang lebih relevan dan akurat.