

## BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dari tugas akhir atau skripsi dan hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Aspek informasi menurut Standar BPOM RI pada suatu produk kecantikan mengenai aspek informasi perhatian dan peringatan yang tidak terpenuhi di dalam kemasan, dapat terpenuhi dengan adanya penyampaian informasi melalui *content marketing official account* serta *beauty influencer* untuk memenuhi kekurangan informasi tersebut.
2. Kualitas informasi yang disampaikan oleh *beauty influencer* berpengaruh terhadap respon audiens , dimana kualitas informasi yang disampaikan mendorong audiens yang menerima informasi produk kecantikan untuk adanya interaksi.
3. *Beauty influencer* yang menyampaikan aspek informasi produk, tips, testimoni dan perhatian maupun peringatan di media sosial bagi para *followersnya* memiliki karakteristik masing – masing diantaranya :
  - a. Penyampaian aspek informasi mengenai BPOM, umur, bumil dan busui approved menjadi karakteristik Abel Cantika
  - b. Penyampaian aspek informasi lebih mendetail Cara Penggunaan
4. *Engagement Rate* yang diperoleh pada *content marketing* produk Somethinc Niacinamide Serum yang dilakukan oleh *official account* dan *beauty influencer* sebesar 2,9% dimana *viewers* maupun *followers* ikut terlibat di dalam *content* dengan memberikan respon berupa pertanyaan terhadap sebuah produk seperti kandungan di dalam produk maupun pengalaman yang dialami oleh *viewers* maupun *followers* menunjukkan adanya awareness terhadap produk tersebut.
5. *Engagement rate* yang diperoleh pada *content marketing* produk MS Glow Acne Daily Bb Cream, produk Somethinc AHA BHA PHA Peeling Solution, dan Produk Scarlett Whitening yang dilakukan oleh *official account* dan *beauty influencer* < 1%, hal ini dapat dikarenakan beberapa faktor seperti *content* yang mungkin tidak menarik perhatian *followers* ataupun *viewers*, informasi produk yang telah diketahui oleh audiensnya, namun masih adanya respon positive berupa pertanyaan terhadap sebuah produk , manfaat, kandungan, maupun perhatian apakah aman untuk digunakan oleh

ibu hamil dan menyusui, maupun pengalaman yang dialami oleh *viewers* maupun *followers* menunjukkan adanya awareness terhadap produk tersebut.

## 5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat diusulkan berdasarkan simpulan diatas adalah sebagai berikut :

1. Produk kecantikan yang memulai untuk melakukan *digital marketing* dapat memilih menerapkan *beauty influencer* sebagai strategi untuk membangun maupun meningkatkan *brand awareness*.
2. Aspek informasi yang disampaikan di dalam *content marketing* perlu diperhatikan terlebih informasi yang belum tercantum di dalam kemasan produk, dapat disampaikan mendetail melalui *campaign* untuk menciptakan content marketing yang interaktif dan ramah terhadap audiens.