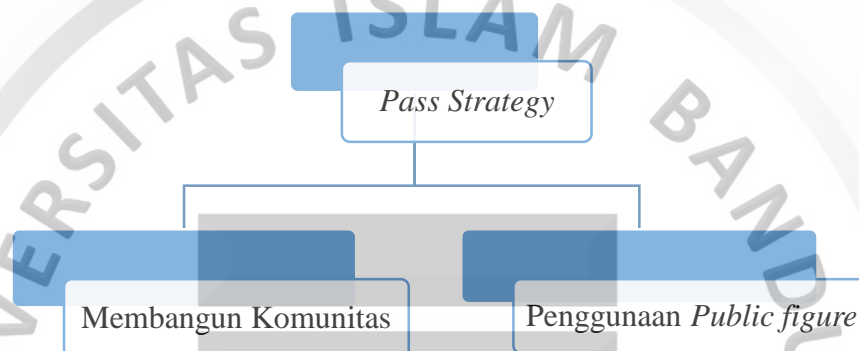


Sumber : [www.facebook.com/Bloodsindustries](http://www.facebook.com/Bloodsindustries)

**Gambar 4.11**  
**Penggunaan *public figure* pada olahraga skateboard**

Dari apa yang telah dijelaskan di atas, bahwa kegiatan *pass strategy* yang dilakukan Bloods Distribution Outlet dalam membangun *brand image* melalui produk baju, berikut adalah bagan kegiatan *pass strategy* yang digunakan :



Sumber : Hasil Penelitian

**Gambar 4.12**  
**Bagan kegiatan *pass strategy* Bloods Distribution Outlet**

**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis penelitian di lapangan berupa observasi, wawancara, dan kajian pustaka mengenai Strategi *Marketing Public Relations Bloods Distribution Outlet* dalam membangun *Brand Image*

melalui Produk Baju dengan menggunakan *three ways strategy* dari Thomas L. Harris *Pull strategy*, *Push strategy*, dan *Pass strategy* maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan *Pull Strategy* dari *Marketing Public Relations* oleh *Bloods Distribution Outlet* dalam membangun *Brand Image* melalui produk baju dilakukan dengan strategi yang di mana bertujuan untuk menarik perhatian konsumen, aspek yang diutamakan *Bloods Distribution Outlet* dalam menarik perhatian konsumen dengan memberikan informasi produk terhadap konsumen, penyampaian informasi produk terhadap konsumen, informasi tersebut disampaikan melalui media *online*, media massa, kegiatan *event* dan *sponsorship* sesuai dengan *image* yang akan diusung oleh perusahaan, yang bertujuan dalam pembangunan *Brand Image*.
2. Kegiatan *Push Strategy* dari *Marketing Public Relations* oleh *Bloods Distribution Outlet* dalam membangun *Brand Image* melalui produk baju dilakukan dengan strategi yang di mana bertujuan untuk mendorong perhatian konsumen, membangun ketertarikan konsumen dengan *design* produk baju yang menarik sesuai karakter konsep *style Bloods Distribution Outlet*. Membangun kerjasama dengan *distro-distro* lain dalam mempromosikan produk dengan tujuan memperluas jangkauan pasar agar *Bloods Distribution Outlet* lebih diketahui banyak masyarakat.

3. Kegiatan *Pass Strategy* dari *Marketing Public Relations* oleh *Bloods Distribution Outlet* dalam membangun *Brand Image* melalui produk baju dilakukan untuk mempengaruhi masyarakat dengan membangun komunitas musik pecinta grup *band Outright* dan komunitas nongkrong dalam memasarkan produk, dan penggunaan *public figure* yang dilakukan kepada grup *band Outright*, hal tersebut karena *public figure* mempunyai *image* yang *positif* dari masyarakat, sehingga akan lebih dikenal produk baju *Bloods Distribution Outlet* dan akan lebih mudah dalam memasarkan produk kepada masyarakat yang bertujuan membangun *brand image* (citra merek) perusahaan *Bloods Distribution Outlet*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Teoritis

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat ditindak lanjuti dengan penelitian-penelitian lain yang masih berhubungan erat dengan *marketing public relations*. Mengingat tidak semua strategi berjalan dengan mulus tanpa hambatan. Oleh sebab itu, diharapkan kedepannya materi *strategi marketing public relations* harus lebih diperbanyak lagi sehingga apabila ada orang lain yang ingin meneliti tentang strategi *marketing public relations* tidak kesulitan untuk mencari materinya.
2. Penulis menyarankan sebaiknya penjelasan mengenai *Three Ways Strategy* untuk dijelaskan lebih mendalam sehingga dapat digunakan

dalam pengembangan keilmuan komunikasi pada umumnya dan *Public Relations* pada khususnya, sehingga referensi tersebut dapat menjadi acuan bagi para peneliti yang membahas mengenai kegiatan *marketing public relations*.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Dari hasil penelitian, penulis menyarankan agar perusahaan *Bloods Distribution Outlet* lebih memperbanyak produksi barang tidak hanya baju saja yang menjadi prioritas namun produksi barang yang lainpun harus diprioritaskan agar masyarakat tidak jenuh dengan konsep *design* yang begitu-begitu saja, mengingat daya saing yang semakin ketat membuat para pelaku usaha *distro* ini semakin inovatif dan kreatif.
2. Penulis menyarankan sebaiknya penggunaan *public figure* dalam aspek *pass strategy* lebih diperbanyak, karena tidak hanya dunia musik saja yang menjadi sorotan masyarakat, namun masih ada artis-artis di televisi atau media elektronik yang akan berdampak lebih besar cakupannya sehingga produk *Bloods Distribution Outlet* akan mempunyai pasar yang sangat banyak dan luas.