

## Bab V

### Kesimpulan Dan Saran

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah dalam melakukan *brand activation* dan *event* adalah penting untuk membuat strategi dan perencanaan yang matang. Dengan menggunakan strategi komunikator, menetapkan target sasaran, penyusunan pesan, memilih media, dan efek pengaruh. Membuat *event* berjalan sesuai apa yang diinginkan para perusahaan. Dalam menerapkan *brand activation* perusahaan dari *event organizer* memilih untuk menggunakan strategi marketing *event activation*. Yang mana mengadakan sebuah *event* untuk bisa lebih dekat kepada para pelanggannya Wallace (2012). Media yang dipilih untuk membuat *event* tersebut dengan *Virtual event*. Keberhasilan brand activation dilihat dari keberhasilan dalam pembuatan event dan berlangsung dengan lancar.

Dengan strategi yang diterapkan ada beberapa perbedaan yang dilakukan. Perbedaannya ialah terdapat dari strategi komunikator, diantara 3 *event* tersebut komunikatornya berbeda – beda. Target audiencenya berbeda di setiap *event* jadi ada perbedaan. Setelah itu perbedaan yang lain terdapat dalam penyusunan pesan, Pesan yang disampaikan untuk *event* BJB mengarah kepada UMKM. Untuk *event* OJK “Sosialisasi Implementasi Sektor Jasa Keuangan” mengarah ke Pelaku Umum Jasa Keuangan. Sedangkan untuk *event* Dialog Kebangsaan mengarah kepada para penegak hukum. Perbedaan selanjutnya terdapat dalam efek pengaruh. Dikarenakan para peserta yang mengikuti berbeda dan kapabilitas setiap masing masing peserta yang berbeda.

Begitu juga dari *brand activation*nya, *Brand activation* untuk *Event* BJB dengan menggunakan *Direct Marketing Activation* dan *Marketing Event Activation*. Dikarenakan pada *event* tersebut ada pesan yang bersifat komersial. Mengajak para peserta untuk menggunakan produk tersebut. Sedangkan untuk *event* lainnya menggunakan *Marketing Event Activation* saja. Lalu persamaanya terdapat dalam strategi media yang digunakan ialah

dengan media *online event* dan targetnya kepada *event – event online* dikarenakan biaya produksinya yang murah dan tenaga kerjanya yang sedikit.

Lalu konsep yang digunakan sudah sesuai dari apa yang diinginkan pihak *Client*. Terlihat dari point why,when,where,who,what dan how, Dalam pembuatan konsep pihak *event organizer* harus memahami pesan yang diinginkan dari *Client* ke para peserta. Berdasarkan konsep yang sudah didiskusikan oleh pihak *Client* dan sudah berjalan acara, Tetap ada masukan dari pihak *Client*. Masukan tersebut menjadikan motivasi kedepannya untuk dari *event organizer* KitaVisual. Dengan adanya masukan tersebut membuat pihak *event organizer* lebih ditingkatkan lagi dan tetap konsisten dengan apa yang sudah dilakukan. Untuk berjalannya acara berhasil dengan baik pada setiap *event* tersebut. Dengan adanya strategi tersebut dan konsep tersebut bisa menjadi referensi untuk para *event organizer* lainnya dalam membuat *event* dan menyusun *event*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta penjelasan yang telah peneliti sampaikan di atas maka terdapat saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran terkait strategi komunikasi *event organizer* dalam menerapkan *brand activation* dan konsep yang digunakan dalam pembuatan *event*. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya terkait *event* dan *brand activation*. Selain itu untuk penelitian selanjutnya di harapkan dapat meneliti lebih dalam tidak hanya sebatas *brand activation* namun dapat meneliti tentang brand image sampai dengan brand loyalty.

### 5.2.2 Saran Praktis

Dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak *Event Organizer* KitaVisual untuk mengkaji lebih dalam serta melakukan evaluasi untuk mengambil langkah kedepannya yang lebih maksimal. Supaya kegiatan *event* yang lainnya dapat dikembangkan lagi dan lebih efektif. Peneliti menyarankan untuk menambahkan

strategi dalam pembuatan *event* dan konsep yang digunakan harus lebih efektif. Sehingga pesan – pesan yang disampaikan kepada setiap *event* tersampaikan dan mendapatkan hasil yang maksimal.