

BAB V

KESIMPULAN

V.I KESIMPULAN

Berdasarkan data di lapangan dengan didukung oleh konsep dimana penelitian ini bertujuan mengetahui strategi *frontliner* dalam membangun *brand awareness* Re.Juve ialah dengan kegiatan *juicetalk* dan menggunakan media sosial internet kegiatan ini dinyatakan berhasil oleh *frontliner* karena keefektifan kegiatan tersebut mencapai angka delapan puluh persen (85%) dengan sepenuh hati dengan cara mengedukasi orang mengenai Re.Juve dalam membangun *brand awareness* dan selain strategi *juicetalk* dalam membangun *brand awareness* konsumen Re.Juve, Instagram merupakan media yang selalu dilakukan dengan konsistensi diri untuk menjaga *brand* dibenak masyarakat dan menjadi *frontliner* yang ideal untuk selalu menjalin hubungan baik antara kedua belah pihak dan tidak adanya kendala serta keefektifan *company campaign* dalam kegiatan Re.Juve, maka menjadi satu keberhasilan menjadi *frontliner* yang baik dan ideal.

kegiatan *juicetalk* sebagai kegiatan bukan hanya sekedar *company campaign* tapi juga sebagai wadah edukasi untuk memiliki gaya hidup sehat dengan mengonsumsi makanan dan minuman yang sehat. Selain itu mereka mengimplementasikan prinsip mereka ke dalam dirinya bahwa mereka tidak merasa adanya kendala dalam strategi membangun *brand awareness* Re.Juve. Sehingga hal ini dapat dipelajari oleh orang yang bekerja di bidang *branding*.

Menurut hasil dari penelitian dan jawaban dari para informan mengenai strategi dalam membangun *brand awareness* konsumen Re.Juve melalui kegiatan *juicetalk* bukan hanya sebagai membangun *brand awareness product* tetapi juga sebagai wadah edukasi sehingga konsumen mendapatkan pengetahuan mengenai hidup yang lebih sehat.

V.2 SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis dalam fenomena *frontliner company campaign* dalam membangun *brand awareness* konsumen Re.Juve, penulis memberikan saran sebagai berikut:

- Bagi pihak Re.Juve harus memperkuat *brand image* dengan terus memberikan informasi mengenai *cold – press juice* Re.Juve
- Dalam kegiatan *juicetalk frontliner* harus lebih terorganisir sehingga tidak banyaknya daftar tunggu untuk mengikuti kegiatan tersebut.
- Pihak Re.Juve harus memperhatikan media *below the line*, karena customer mencakup semua kalangan bukan hanya orang yang memiliki gaya hidup sehat saja.

