

BAB V

KESIMPULAN

Pada Bab V ini penulis akan menguraikan mengenai hasil akhir penelitian dari tahap pra lapangan hingga pasca lapangan, dan observasi penelitian yang dilakukan oleh penulis sesuai dengan pertanyaan penelitian, dan tujuan penelitian yang telah dibuat.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis di perusahaan *Inilah Koran* dengan judul “**Brand Activation Inilah Koran dalam Memperkenalkan Merek**”, penulis menyimpulkan:

5.1 Kesimpulan

1. Proses pelaksanaan kegiatan *brand activation* yang dilakukan oleh *Inilah Koran* melalui event “Tanda Cinta Untuk Warga” tersebut dibagi menjadi 3 bagian, yaitu proses pelaksanaan sebelum kegiatan, proses pelaksanaan saat kegiatan, dan proses pelaksanaan sesudah kegiatan.

Pertama, proses pelaksanaan sebelum kegiatan event “Tanda Cinta Untuk Warga” ini terdiri dari berbagai perencanaan yang dibuat dan ditetapkan oleh pihak perusahaan *Inilah Koran* sebagai pelaksana. Perencanaan tersebut dimulai dari pembentukan tim inti dan tim umum, hingga mendata pihak yang akan menjadi sponsor dalam event tersebut.

Kedua, pada proses pelaksanaan kegiatan *brand activation* yang dilakukan oleh *Inilah Koran* dalam event “Tanda Cinta Untuk Warga” ini merupakan hasil realisasi perwujudan secara nyata atas apa yang diharapkan, dan

diinginkan oleh semua pihak yang turun tangan ikut campur dalam event tersebut.

Pada pelaksanaan event ini juga, pihak pelaksana yaitu *Inilah Koran* melibatkan pemerintah. Melibatkan dalam hal ini, yaitu memadukan dengan kegiatan pemerintah.

Ketiga, proses pelaksanaan sesudah kegiatan event “Tanda Cinta Untuk Warga” ini berlangsung, yaitu *Inilah Koran* sebagai pihak pelaksana mengadakan survei atau pendataan langsung saat kegiatan masih berlangsung kepada beberapa masyarakat sasaran tentang saran, dan pengalaman mereka setelah mengikuti event tersebut. Selanjutnya mengadakan evaluasi bersama, dan membuat laporan-laporan.

2. Cara *Inilah Koran* untuk membentuk kerjasama tim dalam mewujudkan event “Tanda Cinta Untuk Warga” ini, yaitu dengan membangun suasana kekeluargaan dalam tim, membuat rapat koordinasi tim secara rutin, mengadakan *outbound* atau *gathering*, mengadakan rapat di luar selain di perusahaan agar tidak terasa jenuh suasananya, melibatkan seluruh karyawan dalam event ini tidak hanya divisi promosi saja, serta saling membantu sama lain tanpa memandang jabatan agar event tersebut dapat berjalan lancar dan sukses sesuai harapan.
3. Bentuk keterlibatan calon konsumen dalam event “Tanda Cinta Untuk Warga” ini terdiri dari 3 kegiatan utama yang sangat bermanfaat, dan menarik seluruh perhatian warga yang ada di event tersebut. Kegiatan

tersebut, yaitu mengikuti kampanye penanganan sampah yang baik, penanaman bibit pohon di polybag, dan gerakan atau aksi pungut sampah. Selain itu juga, mereka juga bisa mengunjungi stand-stand yang telah ada, karena *Inilah Koran* juga bekerjasama dengan perusahaan lainnya yang ingin mengikuti event, dan membuka stand di event tersebut. Baik itu dari sektor lingkungan sendiri atau lainnya, contohnya ibu-ibu PKK atau mahasiswa yang membuat karya seni dari daur ulang sampah, karya seni yang ramah lingkungan, hingga stand-stand makanan, dan minuman.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai *brand activation* yang dilakukan *Inilah Koran* dalam memperkenalkan merek, maka penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

1. Penelitian ini hanya untuk mengetahui proses *brand activation* yang dilakukan oleh *Inilah Koran* dalam memperkenalkan mereka saja, diharapkan penelitian selanjutnya meneliti lebih dalam lagi tentang *brand activationnya* tidak hanya dalam memperkenalkan merek saja.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan memperbanyak, dan mendalami sumber dalam pengumpulan data, tidak hanya turun langsung ke lapangan, observasi dan data yang dimiliki oleh perusahaan saja.

5.2.2 Saran Praktis

1. Dalam pelaksanaan event “Tanda Cinta Untuk Warga” sebagai proses *brand activation* ini diharapkan *Inilah Koran* membuat event sendiri tanpa memadukan dengan kegiatan pemerintah.
2. Dalam proses *brand activation* ini *Inilah Koran* harus membentuk tim atau divisi riset, sehingga memudahkan untuk proses evaluasi nantinya, dan untuk mengetahui *brand activation* yang disampaikan oleh *Inilah Koran* sudah sampai ke khalayak sasaran atau belum.

