



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi kampanye PR yang dilakukan Femina Group “*Bringing Indonesia to the World*” Jakarta Fashion Week 2014 sesuai dengan 12 tahap perencanaan strategis kampanye PR Anne Gregory.

Seluruh program yang diselenggarakan Femina Group dalam rangkaian Jakarta Jakarta Fashion Week 2014 sudah tepat sasaran. Program-program yang diselenggarakan telah dirancang dengan baik, sehingga dapat memenuhi kebutuhan *stakeholders*.

Femina Group juga telah berhasil membangun kesadaran publik internasional (*public awareness*) pada tahap ke-dua dan ke-tiga dalam tahap *pembentukan brand awareness*, yaitu tahap *brand recognition* dan *brand recall* dengan melakukan *media relations*, *partnership*, dan *celebrity endorsement*.

Meskipun demikian, Femina Group belum melakukan tahap riset dan evaluasi secara komprehensif. Riset yang dilakukan masih berupa gambaran umum mengenai industri mode tanpa data yang akurat dan penjabaran secara lengkap, serta belum mencakup riset mengenai aspek-aspek lain di luar industri mode yang dapat mempengaruhi perkembangan industri mode Indonesia di kancah internasional. Selain itu, evaluasi yang dilakukan Femina Group berupa

media monitoring belum dilakukan secara sistematis, serta belum mencakup respon (*feedback*) publik terhadap program-program Jakarta Fashion Week 2014 .

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai penyelenggaraan Jakarta Fashion Week dari sisi *event management* atau *nation branding*.

5.2.2 Saran Praktis

Femina Group hendaknya melakukan riset yang lebih mendalam mengenai industri mode Indonesia dan internasional yang disertai data yang akurat, serta riset terhadap kondisi politik, ekonomi, sosial, budaya, dan teknologi yang dapat mempengaruhi perkembangan industri mode Indonesia di kancah internasional. Femina Group juga hendaknya melakukan evaluasi secara sistematis dan menyeluruh. Selain melakukan evaluasi melalui media monitoring, hendaknya juga Femina Group juga melakukan evaluasi terhadap respon (*feedback*) publik terhadap program-program Jakarta Fashion Week 2014 .