



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

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan fakta dan data yang ditemukan di lapangan, kemudian dihimpun dalam hasil penelitian dan pembahasan, peneliti dapat mengambil kesimpulan. Kesimpulan yang diperoleh mengacu pada tujuan dan fokus penelitian. Strategi *event launching the first Melissa flagship store* dibuat agar mencapai tujuannya menciptakan *awareness* di Indonesia. *Marketing Public Relations* yang dimana menjadi ketua penyelenggara *event* ini berperan penting dan bertanggung jawab penuh dari awal pembentukan konsep *event* hingga pelaksanaannya.

Pada pembentukan konsep *event launching the first Melissa flagship store* di Indonesia, mencakup pertanyaan *five W's* dari Goldblatt yaitu *why, who, when, where* and *what* yang di mana kelima jawabannya saling berkesinambungan yang satu sama lain memberikan kontribusi untuk mencapai tujuan *event launching* tersebut, yaitu *awareness*.

Untuk *strategic event planning*, Melissa sadar bahwa *strength* dari *brand*-nya adalah produknya itu sendiri, sehingga produk Melissa yang kebetulan pada

saat *event launching* itu adalah koleksi kolaborasi pertama Melissa dengan desainer fesyen terkenal Karl Lagerfeld. Hal ini menjadi *added value* dari *event launching* tersebut. Selain itu, tema Melissa yang saat itu adalah *Ice Cream*, hal ini menambah keunikan pada *event* karena Melissa menyediakan dan mendekor agar para tamu undangan yang datang merasakan suasana dari tema *ice cream*.

Mendatangkan beberapa selebriti Indonesia yang dijadikan sebagai *brand representative* Melissa, lalu membuat *event* ini *private* dengan membagikan undangannya khusus melalui kuis membuat *event* ini menyajikan sesuatu yang menghibur dan memberikan *excitement* khusus bagi para tamu yang datang. Sehingga memberikan para target audiens alasan kuat untuk meninggalkan rumahnya hanya untuk sekedar hadir ke *event launching the first Melissa flagship store*.

Hal lain yang mendukung matangnya sebuah *strategic event planning* adalah pengembangan operasional yang terdiri dari *resource management* dan *event marketing* dan juga *finance*. *Event launching the first Melissa flagship store* yang termasuk dalam skala kecil jika dilihat dari jumlah tamu undangan, membuat Melissa menggunakan manajemen PT Zapatria sebagai penyelenggara acara yang dibawah pimpinan Windy Janet selaku *Marketing Public relations Manager* Melissa yang dibantu oleh tim Melissa Indonesia.

Untuk *event marketing*, untuk mempromosikan acara ini, Melissa hanya menggunakan kekuatan *social media*-nya yaitu *facebook*, *twitter* dan *instagram*. Selain itu, Melissa memberikan perhatian khusus kepada media karena *brand* ini

tidak melakukan *advertising*. Melissa meyakini bahwa pemberitaan media akan jauh lebih efektif dan *cost efficient* jika dibandingkan oleh iklan berbayar. Promo yang diadakan untuk media pun cukup besar yaitu potongan harga sebesar 50% jika dibandingkan oleh promo untuk tamu undangan yang hanya 20%.

Event launching the first Melissa flagship store di Indonesia merupakan acara yang wajib dilaksanakan sebagai salah satu program *Marketing Public Relations* sehingga tidak membutuhkan dana sponsor dari pihak lain. Hal ini juga dipertimbangkan karena dikhawatirkan dengan adanya *brand* lain akan mengurangi *brand awareness* Melissa.

5.2 Saran

Adapun saran yang diberikan berupa saran akademis dan praktis. Saran akademis yang diberikan penulis adalah agar dilakukannya penelitian kuantitatif untuk mengukur efektivitas strategi *event planning the first Melissa flagship store* di Indonesia.

Sedangkan saran praktis yang diberikan penulis berdasarkan hasil penelitian adalah:

1. Meskipun kekuatan terdapat pada produknya terutama yang berkolaborasi dengan Karl Lagerfeld. Jika dilihat dari industri fesyen lain yang mengadakan acara *launching* seperti yang dibahas pada latar belakang, acara Melissa ini termasuk ke dalam acara yang sederhana. Diharapkan

agar dapat memberikan *entertainment*, *excitement* dan *enterprise* yang lebih menarik lagi pada *event*.

2. Mencoba bekerjasama dengan *sponsors* yang sesuai dengan *brand*. Selain *cost efficient*, bekerjasama dengan sponsor juga dapat membantu meraih *awareness*, hanya saja sebagai *Marketing Public Relations* yang diaman pada penelitian ini adalah penyelenggara acara, harus teliti dalam pemilihan sponsornya agar tidak mengganggu *branding* produk sendiri.



UMN