



### **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

Strategi *event management* yang dilakukan MyRepublic Indonesia guna membangun *brand awareness* sudah sesuai dengan konsep yang dibuat oleh A. J. Bowdin. Dalam aplikasinya, adanya perencanaan yang matang dapat mempermudah dalam pembuatan *planning* selanjutnya (*conceptualizing the event*). Adanya *experience* dalam *roadshow* ini, membuat para pengunjung dapat merasakan langsung produk dari MyRepublic Indonesia (*the planning function*). Mengoptimalkan seluruh sumber daya manusia dalam perusahaan, menggunakan EO (*Event Organizer*) dan bekerja sama dengan media, merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam *event* ini (*human resources management and events*).

Guna memperkuat *brand awareness* dalam beriklan dan mempromosikan kegiatan maupun produknya, MyRepublic Indonesia menggunakan media digital. Untuk menarik pengunjung datang ke *booth*, dibuat kegiatan yang menarik dan membagikan hadiah bagi pengunjung yang beruntung (*strategic marketing for events*). Tidak hanya itu, *event* ini menyasar seluruh segmen dari anak-anak hingga orang dewasa. Hal ini sejalan dengan fungsi internet sendiri sebagai media komunikasi untuk semua kalangan.

Agar para pengunjung hanya fokus dengan produk MyRepublic Indonesia, pihaknya tidak menggunakan sponsor melainkan menggandeng partner seperti ASUS dan Smartfren (*sponsorship of events*).

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Praktis

1. Mengundang minimal satu media di setiap kota yang diadakan *roadshow mall to mall*, agar para media tidak hanya menulis berita tentang MyRepublic Indonesia melainkan dapat merasakan dan melihat secara langsung apa saja keunggulan dari produk tersebut.
2. Dalam hal *sponsorship*, sebaiknya dalam melakukan *event roadshow* ini MyRepublic menggandeng sponsor karena dapat menghemat *budget*. Dalam pemilihan sponsor tentunya harus dipilih sebaik mungkin agar tidak mengganggu *branding* dari produk MyRepublic Indonesia.
3. Untuk selanjutnya, sebaiknya MyRepublic Indonesia membuat *event* di mana hadiah yang disediakan lebih beragam, *games* yang dibuat lebih berhubungan dengan internet, dan menggunakan *public* figur untuk mengisi acara maupun menjadi *brand representative* agar *event* tersebut mengundang perhatian banyak khalayak.

### 5.2.2 Saran Akademis

Penelitian ini belum sempurna, di tahap berikutnya ada baiknya dilakukan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas dari kegiatan *roadshow mall to mall* di mata para pelanggan MyRepublic Indonesia.

