



### **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

Dalam meningkatkan awareness dari sebuah perusahaan, *event* dapat menjadi salah satu alat untuk dipergunakan. *Event* sendiri itu terdapat berbagai macam jenis yang salah satunya ialah *special event*. Jika *event* dapat dilaksanakan dengan persiapan yang matang dan target yang sesuai, maka akan menciptakan sebuah publisitas (*publicity*) yang akan berdampak pada *brand awareness* perusahaan melalui publikasi. *Event* yang dibuat pun tentunya harus bisa menarik perhatian masyarakat untuk datang serta ikut berpartisipasi dalam *event* tersebut. Dalam *event* itu juga harus ada pesan yang ingin disampaikan dan dapat diingat oleh masyarakat setelah *event* tersebut berakhir.

Bukan hanya pesan dan kesan yang harus diciptakan setelah *event* itu berakhir, tetapi pemilihan media untuk datang menghadiri *event* tersebut juga menjadi sangat penting. Jika media yang dipilih tidak sesuai dengan konten dan lingkup yang sesuai dengan target market yang ingin dituju oleh perusahaan, maka *event* tersebut tentunya akan tidak berhasil dalam mendapatkan publisitas atau *news value*.

Dalam meningkatkan *brand awareness* perusahaan, bukan hanya *event* dan media yang penting, akan tetapi para tamu undangan yang akan hadir dalam *event* tersebut akan menjadi satu elemen yang sangat penting. Tamu undangan yang hadir dalam sebuah *event* harus bisa membawa dampak kepada perusahaan

tentunya dalam hal *brand awareness*. Pentingnya tamu undangan ini akan terlihat setelah *event* berlangsung dalam bentuk testimoni, kesan dan pesan, *mouth to mouth*, dll. Oleh karena itu, dalam meningkatkan *brand awareness* sebuah perusahaan diperlukan sebuah sistem yang terintegrasi dengan baik seperti pembuatan *event* , pemilihan media serta penyebaran tamu undangan yang tepat pada sasaran.

Melalui rancangan *event* yang dibuat untuk PT. Strongholdz Barbell Club, *event* “Kartini *Workout Day*” yang dilaksanakan mendapatkan cukup banyak publikasi melalui media online dan juga media cetak. Namun, *event* ini akan lebih menarik jika promosi yang dibuat lebih menarik dan perusahaan memberikan promo – promo yang lebih banyak untuk *event* ini. Selain itu, *event* ini juga akan lebih baik jika dilakukan kerja sama dengan beberapa universitas terdekat seperti Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Prasetya Mulya, dan Universitas Pelita Harapan untuk berpartisipasi dalam *event* ini guna untuk meningkatkan *awareness* dari “*Strongholdz For Woman*”.

## **5.2. Saran**

### **5.2.1 Saran untuk Universitas**

Pembelajaran serta materi – materi yang disediakan oleh universitas sudah terbilang baik. Namun, sebagai mahasiswa ilmu komunikasi, dalam melaksanakan sebuah *event*, perlu diperbanyak ilmunya terutama dalam hal praktik. Selain itu, dalam pembuatan sebuah *event* secara individu perlu ditambah. Diharapkan kedepannya

pihak Universitas mampu memberikan materi – materi lebih mengenai tata cara pembuatan *event* khususnya bagaimana cara melaksanakan sebuah *event* secara individu.

### 5.2.2 Saran untuk Perusahaan

Ada baiknya jika perusahaan lebih sering melakukan *event* sejenis ini sebagai upaya untuk meningkatkan *brand awareness* dari perusahaan itu sendiri. Selain itu, untuk meningkatkan *brand awareness* juga diharapkan perusahaan bisa lebih aktif dalam memaksimalkan *media social activation* seperti melakukan promosi berupa potongan harga agar bisa menarik masyarakat untuk menjadi member baru.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA