



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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi kampanye Anak Bangsa Bisa dapat meningkatkan *brand awareness* perusahaan GOJEK saat Asian Games 2018. Untuk menjawab penelitian tersebut, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada tiga informan yang memiliki keahlian di bidangnya masing-masing.

Berdasarkan hasil dari BAB sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa dari penjabaran pola antara konsep dengan apa yang dilakukan GOJEK saat menjalankan kampanye Anak Bangsa Bisa memiliki persamaan, dan hasilnya memperkuat validitas internal studi kasus penelitian ini. Dipaparkan pada BAB sebelumnya dilakukan oleh GOJEK secara bertahap, mengikuti langkah-langkah yang benar seperti yang dijelaskan di bagian konsep. Konsep *public relations*, strategi perencanaan *public relations*, *brand awareness*, serta yang paling akhir adalah kampanye *public relations* ke empatnya digunakan oleh GOJEK. Strategi kreatif kampanye Anak Bangsa Bisa menjadi jawaban dari masalah yang dihadapi oleh GOJEK yaitu saat tidak terpilih menjadi sponsor utama Asian Games 2018 dan berdasarkan hasil wawancara kepada tiga informan memiliki hasil bahwa kampanye Anak Bangsa Bisa GOJEK berhasil meningkatkan *brand awareness* sampai pada tahap *brand recall*.

Adapun saran yang diusulkan penulis antara lain:

1. Untuk analisis situasi, sebaiknya GOJEK lebih memperhatikan juga apa yang menjadi hambatan dalam segala aspek, baik dari *competitor*, publiknya, dan tren yang ada, tidak hanya memperhatikan apa yang menjadi kesempatan.
2. *Special events* seharusnya banyak diadakan sehingga apabila adanya *event* besar, GOJEK bisa menjadi sponsor utama dan kegiatan program *Off Air* seperti *radio promotion* juga banyak diadakan karena lebih meningkatkan *awareness* publik terhadap GOJEK.
3. Untuk evaluasi seharusnya GOJEK melakukan evaluasi tersebut secara berkala dan dijadwalkan waktu evaluasinya, sehingga bisa meningkatkan efektivitas dan kualitas setiap *events* nya.

