



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

5.1. Simpulan

Menurut hasil studi pustaka, observasi, dan hasil wawancara dengan para narasumber yang telah peneliti lakukan berdasarkan teori menurut Wallace (2012, h. 127) untuk melakukan studi kelayakan, proses penetapan ide *event*, dan proses penyaringan ide *event*, peneliti dapat menarik simpulan dari Strategi *Brand Activation* PT Sadhana Ekapraya Amitra dalam *Event* SIAL Interfood 2018 yaitu penentuan konsep yang matang menghasilkan Pameran Sadhana yang memuaskan yang dapat dilihat dari respon yang cukup baik dari pengunjung yang datang ke *Booth* Pameran Sadhana seperti antusiasme mengikuti beberapa aktivasi yang diimplementasikan saat pameran berlangsung, angka penjualan yang meningkat, mendapatkan data-data baru calon customer, followers Instagram yang meningkat, dan tentunya *brand* Sadhana lebih dikenal oleh banyak masyarakat luas dari sebelumnya. Selain itu juga *teamwork* dan riset menjadi hal penting dalam mempersiapkan Pameran Sadhana.

Sedangkan penggunaan media sosial adalah salah satu alat yang digunakan Divisi Marketing Communication untuk menyebarkan berbagai informasi. Instagram Ads dan Facebook Ads menjadi senjata PT SEA untuk

lebih mencakup khalayak yang lebih luas. Strategi kuis dengan lintas konten juga berguna untuk mempengaruhi khalayak agar tidak hanya mengetahui informasi melalui satu jenis media sosial perusahaan.

Peneliti setuju bahwa teori dari Wallace mengenai *event / brand activation* dapat menjadi acuan untuk melaksanakan Pameran Sadhana, dan penggunaan media sosial adalah salah satu jalan pintas PT SEA untuk mendapatkan *awareness* lebih dari sebelumnya.

5.2. Saran

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini yang disebabkan oleh keterbatasan penelitian. Maka dari itu peneliti mengajukan sejumlah saran yang diharapkan dapat memperbaiki penelitian ini dan juga mengembangkan penelitian ini menjadi lebih baik lagi.

5.2.1. Saran Akademis

Saran akademis yang diajukan oleh peneliti kepada pihak universitas dan juga rekan akademisi lain dari hasil simpulan yang telah dijelaskan di atas, peneliti berharap dapat dilakukan penelitian lebih mendalam dengan metode kuantitatif untuk pengaruh *brand activation* PT SEA terhadap *brand awareness* PT Sadhana Ekapraya Amitra pada Event SIAL Interfood di waktu mendatang.

5.2.2. Saran Praktis

Saran praktis menurut peneliti dari hasil simpulan yang telah dijelaskan di atas, bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada evaluasi namun juga melakukan uji coba kelayakan konsep demi mengetahui bagaimana respon dari eksternal perusahaan. Selain itu, *tools promotion mix* juga dapat diaplikasikan untuk lebih meningkatkan penjualan maupun *brand awareness* PT SEA pada sebelum pameran, saat pameran maupun sesudah pameran.

