



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Tujuan dari dilaksanakannya *event* ini adalah untuk mengetahui strategi *event management* dari *event Volvo Truck Driver Challenge 2019* dalam memperkuat *brand image* dari Volvo Trucks. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, disimpulkan bahwa dalam pelaksanaannya, tahapan perencanaan *event* model Goldblatt telah diimplementasikan dalam *Volvo Truck Driver Challenge 2019*.

Tahapan riset dilakukan dengan melakukan evaluasi dari acara sebelumnya dan dengan melakukan analisis S.W.O.T *event Volvo Truck Driver Challenge 2019* dan tahap perencanaan dengan merencanakan acara dengan matang bukan hanya memikirkan pelaksanaan, namun juga publikasi dan peliputan media sehingga membantu dalam memperkuat *brand image* dari Volvo Trucks bukan hanya bagi peserta dan *customer* namun juga untuk khalayak umum. Selain itu, tahapan desain juga dilaksanakan dengan membuat konsep acara sesuai arahan dari Volvo Global, pihak penyelenggara mampu mengeksekusi desain skema warna, logo dan atribut yang erat kaitannya dengan *brand* Volvo yang juga berperan dalam memperkuat *brand image* Volvo Trucks.

Koordinasi dalam *event* ini banyak melibatkan baik internal perusahaan seperti tim marketing dan *finance*, pihak eksternal perusahaan seperti *driver trainer* dan *dealer*. Bentuk komunikasi yang dilakukan secara transparan dengan media *group whatsapp* yang berisi semua pihak yang terlibat, dan melakukan pertemuan rutin setiap minggu. Evaluasi dilakukan dengan wawancara, sedangkan kuesioner baru direncanakan akan disebar sebagai bahan evaluasi untuk *event* selanjutnya.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Untuk penelitian selanjutnya yang akan mengangkat topik *event management*, diharapkan mampu mengkaji dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh pesan yang disampaikan dalam *event* ini dengan menyebarkan kuesioner kepada para audiens. Untuk penelitian serupa selanjutnya, dapat meneliti dari sudut pandang yang berbeda seperti dari sudut media untuk melihat faktor yang membuat media tertarik untuk memberikan publisitas dan meliput acara ini, dengan mewawancarai beberapa wartawan atau jurnalis dari media yang mempublikasi *Volvo Truck Driver Challenge*.

### 5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, maka ada beberapa saran dalam meningkatkan strategi *event management* yang dapat dipertimbangkan oleh PT. Wahana Inti Selaras:

1. Desain yang digunakan dipertahankan karena desain yang sederhana sesuai dengan target audiens dan sangat identik dengan *brand* Volvo.
2. Evaluasi dilakukan secara lebih mendalam dengan mengukur tingkat keberhasilan acara dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para audiens, berdasarkan tujuan dari penyelenggaraan *event* dan juga melakukan evaluasi dengan pihak yang terlibat.
3. Volvo Trucks melakukan inisiatif lebih besar untuk mengkomunikasikan tujuan dari acara kepada supir, selain mengasah keterampilan dalam mengemudi truck juga melakukan pelatihan *soft skill* lain untuk para supir.
4. Menggunakan *channel* komunikasi yang baik dan tepat untuk mendapatkan *exposure* mengenai ajang ini, bukan hanya untuk *client* dari *business to business* Volvo Trucks, namun juga untuk masyarakat umum.