



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

Simpulan dari penelitian ini adalah Baran Energy telah melakukan strategi *branding* meliputi identitas merek dan komunikasi merek sebagai merek EBT di Indonesia. Baran Energy memiliki berbagai identitas merek mulai dari nama, logo, warna, dan *tagline*. Namun, dalam membangun identitas merek terdapat tahapan proses yang belum dilakukan secara maksimal oleh Baran Energy. Tahapan proses yang dimaksud mulai dari riset hingga pengelolaan aset identitas merek yang kurang maksimal.

Selanjutnya mengenai komunikasi merek yang dilakukan Baran Energy melalui *public relations*, promosi penjualan, *events*, media sosial dan media *online*. Berbagai komunikasi merek yang dilakukan terdapat *event* mitra Baran Energy, media sosial berupa *Instagram*, *facebook*, *youtube* dan media *online* yaitu *website* perusahaan merupakan yang paling efektif. Sebab media-media tersebut membutuhkan biaya yang minim dan memiliki jangkauan kepada target yang sudah ditentukan. Jadi, secara keseluruhan strategi *branding* Baran Energy sudah dilakukan dengan baik karena mencakup elemen-elemen yang ada, akan tetapi masih terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan secara maksimal.

5.2 Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, memiliki beberapa saran akademis dan praktis, sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

Pada penelitian ini memiliki saran akademis, sebagai berikut.

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya khususnya mengenai strategi *branding* untuk merek hijau atau merek EBT lainnya.
- b. Penelitian ini membahas mengenai EBT yang masih jarang dilakukan oleh mahasiswa dari jurusan Ilmu Komunikasi sehingga diharapkan bisa dilakukan penelitian lebih mendalam, tidak hanya terkait objek penelitian strategi *branding* saja. Misalnya, objek penelitian mengenai kesadaran merek, citra merek atau lainnya yang berkaitan dengan kajian Ilmu Komunikasi.

5.5.2 Saran Praktis

Terdapat beberapa saran praktis dari penelitian ini, sebagai berikut.

- a. Saran untuk PT Aldebaran Rekayasa Cipta (Baran Energy) adalah pihak perusahaan dapat melakukan tahapan dalam membangun identitas merek secara maksimal sehingga dapat memperkuat merek dari Baran Energy itu sendiri.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pengembangan komunikasi perusahaan yang bergerak di merek hijau (*green business*) untuk diterapkan dalam membentuk merek yang baru.