

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini telah membahas proses perencanaan serta pelaksanaan strategi *community relations* melalui sebuah relasi komunitas untuk membangun *brand awareness*. Hal ini memberikan dampak bagi Higround Coffee untuk membangun *brand awareness* yang secara tidak langsung mendapatkan *customer engagement* yang lebih.

Peneliti berfokus kepada strategi yang dilakukan Higround Coffee, strategi *community relations* dilakukan berdasarkan tahapan pada konsep yang telah disebutkan di atas. Pertama, tahapan awal ini merupakan *defining the problem*, di mana Higround Coffee melakukan identifikasi dengan melihat riset *database customer* dan mencari momentum tepat untuk membuat sebuah komunitas yang sesuai dengan tujuan *market* bisnis perusahaan. Dari internal perusahaan menemukan bahwa strategi ini paling efektif dan relevan bagi perusahaan karena lingkup *target audience* yang kecil, sedangkan dari sisi eksternal, publik merasa lebih percaya dan perusahaan tidak menginginkan anggota komunitas pergi dengan berusaha memberikan layanan penuh pada kegiatan komunitas. Selanjutnya, tahap *planning and programming*, Higround Coffee tentunya membuat kegiatan berdasarkan keinginan dan kebutuhan komunitas. Dilanjutkan dengan tahap *taking action and communicating*, Higround Coffee menggunakan media *online* Instagram untuk *digital activation* dengan pelaksanaan kegiatan *offline* seperti *event running*, *workshop art*, *event pingpong*, *gathering* dan kegiatan lainnya. Tahap terakhir, merupakan *evaluating the program*, di mana strategi yang dilakukan oleh Higround berhasil dengan mencapai tujuan bisnis dan menyadari bahwa peran komunitas di dalam perusahaan mereka sangat penting untuk membangun *brand awareness*, sehingga produktivitas yang dijalankan akan terus dilanjutkan karena menjadi salah satu strategi penting di Higround Coffee.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan topik lain. Strategi *community relations* yang semakin berkembang sudah mulai digunakan perusahaan untuk *community marketing*. Akan hal tersebut, peneliti menyarankan untuk memperdalam akademisi kajian mengenai *community relations* yang memiliki kaitan dengan pembelajaran *marketing*.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dietmukan yang dapat Higround lakukan dalam melanjutkan strategi *community relations*, yaitu:

1. Dapat membuat produktivitas atau program yang lebih beragam dari komunitas yang ada di dalam Higround Coffee. Produktivitas yang direncanakan akan sejalan dengan kebutuhan komunitas dan brand activations perusahaan, sehingga hasil dari aktivitas tersebut akan menarik banyak audiens yang akan datang dan menjadi anggota komunitas di dalam Higround Coffee.
2. Higround Coffee dapat memaksimalkan penggunaan media sosial Instagram berupa postingan mengenai strategi *community relations*, sehingga dari aktivitas yang dijalankan akan menarik target audiens lebih luas.