

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti berkaitan dengan strategi brand activation untuk meningkatkan brand awareness, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam proses berjalannya kegiatan aktivasi Kemenparekraf, kegiatan ini menggunakan beberapa konsep dasar dari *Integrated Marketing Communications (IMC)*, *Brand Activation*, dan *Brand Awareness* dalam upaya pelaksanaan *brand activation* guna meningkatkan *awareness* pada para partisipan yang hadir dalam event ASN Run. *Brand activation* Kemenparekraf telah memenuhi dan juga melaksanakan strategi *brand activation* khususnya pada kegiatan yang diselenggarakan salah satunya event ASN Run dan diperoleh dari hasil identifikasi *target audience*, mencari *consumer insight*, menentukan tema yang sesuai, dan menentukan saluran komunikasi atau *channel*. Hasil strategi yang telah Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, setelah menjalani kegiatan aktivasi khususnya dari event ASN Run yang dijalani, terdapat kenaikan tingkatan *awareness* yang dilakukan oleh tim *brand activation* Kemenparekraf sehingga para partisipan yang ikut serta dan hadir bisa secara langsung mengenal dan juga mengingat beberapa *event* yang diselenggarakan oleh Kemenparekraf khususnya *event* ASN Run.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai strategi *brand activation* untuk meningkatkan *brand awareness* (studi kasus: *event* “ASN Run” kementerian pariwisata ekonomi dan kreatif, penulis ingin memberikan masukan dari aspek akademis maupun aspek praktis berkaitan dengan penelitian yang dijalani.

5.2.1 Saran Akademis

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis menyarankan kepada para peneliti selanjutnya untuk melanjutkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana bisa dengan mengadakan kegiatan survey untuk mengukur pengaruh dari kegiatan *brand activation* yang dilakukan oleh Kemenparekraf khususnya tim aktivasi terhadap *awareness* dari partisipan ataupun publik. Selain itu, untuk penelitian berikutnya, para peneliti diharapkan bisa mengukur *awareness* atau pengaruh dari ASN Run ini, berkaitan dengan strategi dan juga implementasinya. Penulis juga menyarankan kepada para peneliti berikutnya untuk menggunakan teori ataupun konsep yang lain sehingga menghasilkan temuan penelitian yang bervariasi dan berbeda.

5.2.2 Saran Praktis

Dari hasil penelitian yang telah diteliti, peneliti memiliki beberapa saran praktis yang dapat dilakukan oleh Kemenparekraf khususnya di bagian divisi *brand activation*. Peneliti menyarankan tim aktivasi Kemenparekraf untuk tetap menjalankan *brand activation* secara *online* dan *offline* dengan pengarah awal sesuai dengan hasil rapat yang telah ditentukan sebelumnya mengingat terdapat juga beberapa khalayak ataupun partisipan yang masih berpikir bahwa Kemenparekraf hanya terpusat dan mengadakan *event* yang berhubungan dengan kepariwisataan saja. Tapi Kemenparekraf juga secara aktif mengadakan dan mendukung *event* yang sifatnya membangun dan juga memiliki pengaruh kepada para partisipan yang hadir khususnya kesehatan seperti halnya *event* ASN Run ini. Penulis juga menyarankan agar divisi *brand activation* Kemenparekraf lebih mengembangkan dan juga memperbarui strategi *brand activation* yang ada kedepannya. Hal ini disarankan oleh penulis agar partisipan yang ikut serta dalam kegiatan ASN Run ini mendapatkan *awareness* secara mendalam.