



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

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan mengacu pada tujuan penelitian yaitu untuk melihat bagaimana strategi *marketing communication* Kopi ABC dalam membangun *brand awareness* melalui *event sponsorship* Jakcloth. Berdasarkan fakta dan data yang diperoleh dari lapangan dan wawancara mendalam, kemudian dihimpun dalam hasil penelitian dan pembahasan, dari penelitian ini dapat disimpulkan.

Pada penyelenggaraannya di dalam *event* Jakcloth, Kopi ABC didukung dengan adanya konsep *booth* yang menarik dari tahun ke tahun, *branding* di *venue* yang beragam, dan *experience* seperti MC, SPG, hadiah, dan *ice blended* Kopi ABC. Penggunaan cara ini berhasil untuk membangun *brand awareness* Kopi ABC.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan *the UK Government's communications planning template* yaitu OASIS dalam Gregory (2015, h.47), yang terbagi dalam *objectives*, *audience insight*, *strategy/idea*, *implementation*, dan *scoring/evaluation*. Hasil wawancara membuktikan bahwa dalam kegiatan *event sponsorship* Kopi ABC dalam *event* Jakcloth ini, selaras dengan model OASIS.

Dengan *objectives* Kopi ABC untuk membangun *brand awareness*, *audience insight* yaitu masyarakat kaum muda berumur 25-40tahun, *event*

Jakcloht sangat cocok. Kemudian *strategy/idea* mereka dengan membuat *booth* yang berbeda dan menarik, *branding* di *venue*, dan *experience* seperti yang sudah dijelaskan. Untuk *implementation* juga berjalan dengan lancar sesuai rencana bahkan *over*. Terakhir, untuk *scoring/evaluation* hasilnya positif dengan *objective* awal Kopi ABC.

5.2 Saran

Adapun saran yang diberikan berupa saran akademis dan praktis.

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini belum sempurna, ditahap lanjutan ada baiknya untuk melakukan penelitian kuantitatif. Hal ini bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas ataupun pengaruh terhadap *brand awareness customer* Kopi ABC melalui kegiatan *sponsorship event* Jakcloth.

5.2.2 Saran Praktis

Direct marketing merupakan salah satu proses *marketing communication*, hal ini sangat penting untuk sebuah *brand* lebih mendekatkan diri dengan konsumennya, hal ini bisa dikenal dalam ranah CRM (*Customer Relationship Management*). Yang terjadi adalah *direct marketing* Kopi ABC belum berjalan, seharusnya bisa di optimalkan, agar konsumen atau *target market* dapat lebih *aware* dengan *brand* Kopi ABC