

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan hasil penelitian yang telah dianalisis dengan teori yang telah ditentukan untuk membahas mengenai brand activation dalam membangun *brand awareness* Bagindo Aziz Chan *Youth Center*, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Aktivitas *brand activation* yang dilakukan oleh Bagindo Aziz Chan *Youth Center* sudah dilaksanakan namun masih harus ditingkatkan lagi. Temuan yang peneliti dapatkan di lapangan menunjukkan bahwa aktivitas brand activation tersebut telah menggunakan komponen-komponen yang ada pada teori PENCILS. Bagindo Aziz Chan *Youth Center* melakukan lima bentuk brand activation yakni *direct marketing activation* melalui promosi mulut ke mulut, *social media activation* melalui media sosial Instagram, YouTube, dan Facebook, *marketing event activation* yang dilangsungkan bersama dengan dukungan dari pemerintah untuk mengusung *event-event* tertentu, *promotions activation* melalui peluncuran sistem scan kode QR, dan *sponsorship activation* yang mencakup kegiatan kolaborasi unggahan media sosial bersama Dinas Pariwisata Kota Padang
2. Hambatan yang dihadapi oleh Bagindo Aziz Chan *Youth Center* selama proses aktivitas *brand activation* adalah hambatan teknis berupa kurangnya SDM dan pemilihan media yang kurang tepat. Kurangnya SDM ini membuat pimpinan sulit untuk membentuk divisi khusus sesuai dengan tugas pokok masing-masing divisi, sehingga seluruh staf harus mempelajari hal baru

terutama di bidang kreativitas dan media sosial untuk tetap bisa melakukan *aktivitas brand activation* khususnya *social media activation*. Pemilihan media yang kurang tepat juga membuat Bagindo Aziz Chan *Youth Center* sulit untuk menjangkau target audiens yang telah disegmentasikan sebelumnya.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah rampung dilakukan oleh peneliti, maka terdapat beberapa rekomendasi berupa saran dan masukan sebagai berikut:

1. Bagi jajaran pimpinan pengelola Bagindo Aziz Chan *Youth Center* yaitu Bidang Ekonomi Kreatif untuk memaksimalkan lebih lanjut aktivitas-aktivitas *brand activation* yang diusung atau yang akan diinovasikan. Hal ini dapat dilakukan dengan menambah jumlah staf dan membentuk divisi yang sesuai dengan tugas pokoknya agar hasilnya menjadi maksimal.
2. Bagi seluruh Staf Bagindo Aziz Chan *Youth Center* khususnya staf dari Dinas Pariwisata serta bidang Ekonomi Kreatif untuk meninjau lebih lanjut aktivitas-aktivitas *brand activation* yang telah dijalani sebagai bentuk evaluasi agar keberlangsungan aktivitas *brand activation* Bagindo Aziz Chan *Youth Center* dapat berjalan dengan lebih baik. Selain itu untuk terus memberikan inovasi-inovasi yang dapat membantu menambah kesadaran serta ketertarikan masyarakat Kota Padang terhadap Bagindo Aziz Chan *Youth Center*.
3. Bagi komunitas-komunitas ekonomi kreatif khususnya yang ada di Kota Padang untuk memanfaatkan gedung Bagindo Aziz Chan *Youth Center* sesuai dengan fungsinya

4. Bagi masyarakat Kota Padang agar senantiasa berkunjung ke Bagindo Aziz Chan *Youth Center* dan memanfaatkan gedung sesuai dengan kebutuhan dan fungsi dari gedung itu sendiri.
5. Bagi mahasiswa agar dapat melakukan penelitian yang berkaitan dengan *brand activation* yang bertujuan untuk membangun *brand awareness*, sehingga nantinya penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu referensi atau bahan acuan bagi mahasiswa sebagai seorang peneliti.

