

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan menarik kesimpulan berdasarkan apa yang telah diperoleh dari penelitian dan teori yang dilakukan serta berdasarkan pada tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi *marketing public relations* CNN Indonesia dalam meningkatkan *brand awareness* melalui *event*. Selanjutnya, penulis akan memberikan beberapa saran yang sehubungan dengan hasil penelitian penulis. Saran dari penulis ini diharapkan dapat memberikan kemajuan bagi CNN Indonesia pada nantinya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai “Strategi Divisi *Marketing public relations* CNN Indonesia dalam Meningkatkan *Brand awareness* Melalui *Event Meet up Goes to campus* Tahun 2023” dari hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. *Marketing public relations* di CNN Indonesia sangat berperan penting dalam menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan membujuk masyarakat mengenai perusahaan dan program yang dijalankan oleh CNN Indonesia. Fungsi dan peran *marketing public relations* yakni menjaga citra produk dan citra perusahaan terhadap publik dengan meningkatkan keterlibatan bersama audiensnya. Maka dari itu, marketing CNN Indonesia melakukan *field visit* dengan memberikan informasi lengkap mengenai perusahaan atau kegiatan selama kunjungan, membuat sebuah *event* yang dilakukan secara *off air* dengan berkunjung ke universitas di Indonesia, sebagai *media partner* dengan membuat laporan mengenai acara yang ingin diliput, dan mempersiapkan *merchandise* kepada audiens melalui *give away* atau ketika menyelenggarakan sebuah acara.
2. Strategi yang dilakukan oleh *marketing public relations* CNN Indonesia dalam meningkatkan *brand awareness* melalui *event Meet up* adalah menentukan tujuan dan sasaran, memilih tema dan konsep yang menarik, melakukan kolaborasi dengan pihak kampus, menyelenggarakan aktivitas

dan program yang menarik, menentukan sponsor, publikasi dengan kampus, dan mendatangkan content creator atau influencer.

3. *Event Meet up* CNN Indonesia telah melakukan ke universitas yang ada di Indonesia pada tahun 2023 yakni Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Universitas Udayana, Universitas Lampung, dan Universitas Bunda Mulia.
4. Hambatan yang terjadi saat menyelenggarakan *event Meet up Goes to campus* tahun 2023 adalah narasumber yang tidak hadir, krisis tak terduga atau cuaca, dan kurangnya koordinasi dengan pihak kampus.

Pada penelitian ini diketahui bahwa teori *Excellence in Public Relations* khususnya pada metode *Two Ways Sycmetrical* yang dikembangkan oleh James E. Grunig dan Hunt sangat cocok dikarenakan *event* yang dijalankan oleh *marketing public relations* CNN Indonesia merupakan *event off air* yang berarti antara penyelenggara dan *audiens* dapat berkomunikasi secara langsung dan memberikan pendapat sehingga dapat terjadi sebuah komunikasi dua arah yang seimbang.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan mengenai strategi *marketing public relations* CNN Indonesia dalam meningkatkan *brand awareness* melalui *event*, maka penulis memberikan saran antara lain:

5.2.1 Saran bagi CNN Indonesia

Terkait strategi *marketing public relations* CNN Indonesia dalam meningkatkan *brand awareness* melalui *event* masih ada hal lainnya yang perlu diperhatikan dari aktivitas *marketing public relations* yang sudah di lakukan, yaitu:

1. Perkembangan teknologi saat ini semakin canggih dengan menghadirkan media online yang mendominasi pemberitaan di Indonesia, sehingga minat penonton kian berkurang dan semakin banyak kompetitor yang bersaing. Selain itu, CNN Indonesia terbilang masih baru dibandingkan dengan perusahaan media lainnya, sehingga CNN Indonesia perlu meningkatkan atau membuat acara-acara lain

yang dapat meningkatkan brand awareness perusahaan dan program CNN Indonesia.

2. CNN Indonesia perlu mengembangkan inovasi dan kinerja yang lebih terencana dalam kegiatannya dengan *audiens* sehingga hambatan-hambatan yang terjadi tidak terulang kembali seperti mahasiswa menjadi telat masuk kedalam ruangan *event* karena terdapat kelas lainnya. Terkait masalah tersebut, pihak CNN Indonesia bisa berdiskusi kembali dengan kepanitiaan seperti dosen atau rektor dari kampus mengenai jadwal mata kuliah sehingga mahasiswa tidak telat untuk masuk kedalam acara tersebut.
3. CNN Indonesia harus terus berupaya membuat materi-materi yang lebih menarik dan juga menghadirkan narasumber-narasumber yang lebih mengenal tentang topik atau tema dari pembicaraan tersebut. Selain itu, CNN Indonesia juga perlu mengetahui perkembangan-perkembangan di kalangan mahasiswa.

