

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penulis melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Konsep Baru *Event Jakcloth Summer Fest* (Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran Konsep Baru *Event Jakcloth* Dalam Menarik *Clothing Company*)” dimulai pada bulan April sampai dengan Desember 2018. Dalam penelitian ini penulis menggunakan informan 1, 2 dan 3. Pada penelitian ini penulis juga melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai pendukung penelitian.

Jakcloth Summer Fest ialah acara Jakarta *clothing* yang diselenggarakan pada saat musim panas di awal tahun. Acara *Jakcloth Summer Fest* melibatkan penjualan dari industri kreatif seperti *bazaar* pakaian lokal, *food and beverage*, dan hiburan atau *games* untuk mengembangkan potensi masyarakat (remaja sampai dewasa).

Marketing event *Jakcloth* melakukan penawaran kepada *clothing company* dengan cara menginformasikan konsep *event* terbaru, harga dan lokasi *layout tenant*, proses pelaksanaan *event*, serta alasan perubahan konsep acara. *Marketing event* *Jakcloth* juga melakukan promosi *event* dengan menggunakan iklan melalui media-media yang bekerjasama sebagai *mmedia partner*, publisitas melalui spanduk, baliho, stiker mobil dan brosur, promosi penjualan kupon makan *All You Can Eat*, dan *pre-event* di sekolah-sekolah dan daerah Depok, Cibinong dan Bogor.

Marketing event *Jakcloth* mendapatkan hambatan pada saat melakukan komunikasi pemasaran kepada *clothing company*, hambatan yang dilalui ialah pendekatan yang sulit apabila *clothing company* menolak untuk bergabung karena meragukan konsep *event* terbaru akan menghadirkan pengunjung yang ramai untuk berbelanja.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hambatan yang telah dilalui oleh *marketing* Jakcloth *Summer Fest* 2018, adapun penulis memberikan saran kepada penyelenggara *event* Jakcloth *Summer Fest* sebagai berikut :

1. Perlu adanya pendekatan hubungan yang lebih baik, sehingga apabila *tenant* menolak untuk bergabung, *marketing* dapat merasa percaya diri untuk menawarkan kembali dengan memanfaatkan kedekatan atau hubungan baik.
2. Penyesuaian lokasi *layout* penempatan *booth bazaar tenant clothing* agar lebih rapih dan sesuai, sehingga *tenant* merasa puas dan adil apabila di tempatkan di bagian terdepan/belakang.
3. Sertakan seluruh nama *tenant* yang tergabung di *bazaar clothing line* baik pada konten poster atau *caption*, sehingga *tenant* dapat terpublikasi dan dapat dibaca atau diketahui dengan baik oleh masyarakat.

