BAB V
PENUTUP

5. 1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti kemukakan, Proses pemasaran melalui event di Toko Gunsas Duren dilakukan secara terstruktur dan kolaboratif mulai dari pra *event*, pelaksanaan *event*, hingga pasca *event*. Pada tahap pra *event*, tim melakukan rapat internal untuk menyusun dan menyepakati rencana serta komunikasi yang efektif, membagi peran dengan jelas, dan menyiapkan pelaksanaan yang terkoordinasi. Pelaksanaan *event* dilakukan secara sistematis dan konsisten dengan fokus pada penyampaian pesan yang tepat kepada konsumen. Pada tahap pasca *event*, evaluasi dilakukan secara menyeluruh menggunakan berbagai indikator seperti pertumbuhan followers dan tayangan di media sosial, jumlah pengunjung event, serta peningkatan penjualan sebagai tolok ukur efektivitas. Evaluasi ini menjadi dasar penting untuk melakukan perbaikan untuk kegiatan-kegiatan yang berkelanjutan.

Selama event berlangsung, Gunsas Duren memanfaatkan momentum sebagai sarana penting untuk memperkenalkan produk durian dan melakukan edukasi mendalam mengenai keunikan dan manfaat varian durian nusantara kepada konsumen. Pendekatan edukatif ini memperkuat hubungan antara brand dan pelanggan sekaligus meningkatkan minat beli. Media promosi yang digunakan meliputi media sosial, komunikasi langsung di toko, dan media cetak yang mendukung daya tarik visual. Selain itu, toko gunsas duren aktif menerima dan menindaklanjuti *feedback* konsumen secara terbuka, menjaga konsistensi pesan serta membangun komunikasi dua arah yang efektif. Dengan strategi *event* yang matang dan evaluasi berkelanjutan, Toko Gunsas Duren berhasil mengoptimalkan *event* sebagai media komunikasi pemasaran yang efektif dalam memperkuat brand dan daya saing produk durian nusantara.

Event Sebagai Media.., Panji Prayogo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5. 2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, berikut beberapa saran yang dapat dijadikan masukan untuk toko gunsas duren dalam pelaksaan komunikasi pemasaran melalui *event*.

Perkuat koordinasi pra *event* tingkatkan komunikasi dan rapat internal untuk memastikan perencanaan, pembagian tugas, dan komunikasi semakin matang dan terkoordinasi. Optimalkan pelaksanaan event panduan pelaksanaan event yang detail agar semua aktivitas berjalan sistematis dan konsisten. Latihan simulasi event juga dapat membantu mengidentifikasi potensi kendala sebelum pelaksanaan nyata.

Tingkatkan edukasi konsumen saat event dan manfaatkan pendekatan edukatif secara maksimal dengan menambah interaksi langsung, demo produk, dan sesi tanya jawab. Lengkapi dengan materi komunikasi visual yang lebih kreatif dan menarik agar pesan lebih mudah diterima dan diingat.

Evaluasi berbasis data yang lengkap dan rutin dengan pengukuran yang terstruktur dengan indikator jelas seperti pertumbuhan followers, engagement media sosial, pengunjung event, dan data penjualan. Gunakan hasil evaluasi untuk perbaikan berkelanjutan dan penyesuaian strategi sesuai kebutuhan pasar.

Dengan menerapkan saran-saran ini, Toko Gunsas Duren dapat mengoptimalkan event sebagai media komunikasi pemasaran, memperkuat brand, serta meningkatkan daya saing produk durian nusantara secara berkelanjutan dan efektif.

5.2.2 Saran Akademik

Dari hasil penelitian ini, mengingat penelitian ini membahas mengenai *event* sebagai komunikasi pemasaran produk durian nusantara. Maka penulis berharap penelitian ini dapat dikembangkan lagi agar unsur-unsur komunikasi pemasaran yang lainnya dapat diteliti.

Untuk penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan suatu bahan pendukung penelitian terkait dengan event sebagai komunikasi pemasaran produk dan dapat digali lagi bagaimana unsur-unsur komunikasi pemasaran yang lain.