

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan yang telah dijabarkan oleh peneliti, maka kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini, Jogja Second Fest melakukan strategi komunikasi pemasaran berupa *Advertising*, *Digital Marketing*, *Sales Promotion* dan *Word Of Mouth* dalam membangun *Brand Awareness*.

Kegiatan pemasaran *Jogja Second Fest* yang dilakukan dalam meningkatkan *brand awareness* dengan menjalan metode bauran komunikasi pemasaran :

1. *Jogja Second Fest* melakukan *advertising* melalui iklan sosial media baik berupa *instagram*, *facebook* dan *tiktok*. Selain itu *Jogja Second Fest* melakukan *paid promote* terhadap akun lain untuk mempromosikan *event* yang akan diadakan dan melakukan iklan konvensional berupa mural di dinding.
2. *Jogja Second Fest* melakukan *Digital Marketing* melalui *instagram* yang telah memiliki 30 ribu *followers* dan membagikan informasi terkait *event* untuk menarik minat pengunjung *event*.
3. *Jogja Second Fest* melakukan *Sales Promotion* dengan mengadakan hadiah undian berupa motor listrik serta mengadakan *giveaway* dengan tujuan mempromosikan *event* yang akan dilaksanakan.
4. *Jogja Second Fest* melakukan *Word of Mouth* atau komunikasi mulut ke mulut saat awal diadakan *event* ini, mulai dari orang terdekat diberikan informasi langsung tentang adanya *event*. Selain itu *Jogja Second fest* melakukan *electronic word of mouth* dengan *giveaway* karena persyaratan *giveaway* yaitu peserta harus menandai akun teman mereka dalam postingan tersebut

sehingga secara tidak langsung memperkenalkan tentang *event Jogja Second Fest*.

5.2 Saran

Berdasarkan pengamatan dari hasil peneliti mengenai strategi pemasaran *Jogja Second Fest* melalui *Event*, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat diharapkan menjadi masukan yang baik untuk *Jogja Second Fest* kedepannya.

1. *Jogja Second Fest* dapat mengoptimalkan postingan pada Instagram story dan postingan di feed, dengan membuat timeline unggahan untuk Instagram story dan postingan dapat menjadikan *Jogja Second Fest* konsisten dalam menyajikan konten khususnya pada Instagram story.
2. *Jogja Second Fest* dapat mengadakan program tambahan seperti *Giveaway*, dengan memberikan program *giveaway* untuk pengikut (*followers*) yang terkonsep secara materi dapat menggaet pengunjung dalam minat membeli produk UMKM para *seller-seller thrifting*, serta dapat meningkatkan *engagement* pengunjung *Jogja Second Fest* pada media sosial Instagram tersebut.
3. *Jogja Second Fest* dapat lebih fokus pada konten video Instagram terutama untuk konten *reels*. Karena memanfaatkan konten video *reels* dapat menjangkau audiens menjadi semakin luas. Dan dapat menjadi solusi terhadap pengenalan *event Jogja Second Fest*.