

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji bagaimana *event Wild Ground Fest* yang diselenggarakan oleh Starcross berperan dalam membentuk citra merek. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan wawancara dan observasi, maka dapat disimpulkan bahwa visi Starcross dalam membentuk citra merek tercermin kuat melalui penyelenggaraan *event Wild Ground Fest*. *Wild Ground Fest* dirancang tidak hanya sekedar festival musik, namun juga sebagai wadah bagi berbagai komunitas kreatif anak muda yang memungkinkan mereka berekspresi bebas dan menunjukkan kreativitas tanpa batas.

Budaya merek Starcross yang kreatif dan inovatif sangat mempengaruhi konsep dan pelaksanaan *event Wild Ground Fest*. Pada *event Wild Ground Fest* berhasil menciptakan pengalaman unik dan berkesan bagi pengunjung. Hal tersebut dapat mempererat hubungan emosional antara Starcross dengan konsumen. Starcross juga berhasil memposisikan mereknya dengan baik diantara kompetitor *clothing brand* lain melalui *event Wild Ground Fest*. Visi yang kuat dan konsisten serta berkualitas membantu memperkuat citra merek Starcross sebagai pendukung komunitas kreatif. Dengan demikian *event Wild Ground Fest* telah terbukti menjadi alat yang efektif dalam strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Starcross, dalam membantu membentuk citra merek sebagai *brand* yang peduli terhadap komunitas kreatif anak muda. Sehingga citra merek yang terbentuk tersebut positif dan kuat di benak konsumen.

5.2 Saran

Meskipun *event Wild Ground Fest* dikatakan berhasil dalam membentuk citra merek Starcross dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran melalui *event*. Namun Starcross harus lebih banyak lagi memanfaatkan media sosial untuk lebih efektif dalam berinteraksi dengan audiens. Starcross dapat membuat konten *behind scene* atau interaktif polling untuk meningkatkan *engagement* serta menjaga antusias pengunjung. Selain itu Starcross juga harus terus memperhatikan visual dan elemen desain yang mencerminkan identitas merek dalam setiap aspek *event*. Konsistensi tersebut dapat membantu memperkuat loyalitas konsumen.

Bagi peneliti selanjutnya, dapat mengembangkan penelitian ini dengan topik, apakah *Wild Ground Fest* berhasil menjadi festival musik yang dibanggakan Jogja.

