

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil wawancara studi kepustakaan dan observasi mengenai strategi *event marketing* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat dalam *event* Jawa Barat *Travel Exchange*. Maka ada beberapa *point* yang dapat disimpulkan dari penelitian yang telah dilakukan.

Dari hasil analisis dan penelitian, penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

##### **1. Perencanaan *event marketing* Jawa Barat *Travel Exchange***

Dalam sebuah *event*, tentulah dibutuhkan suatu perencanaan yang matang agar suatu *event* berjalan dengan baik. Kegiatan perencanaan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat dan ASITA Jabar sejauh ini dinilai sudah berjalan cukup baik dengan melakukan kerjasama untuk menyelenggarakan *event* JTX, dengan ini mempermudah *event* JTX untuk terlaksana dengan baik, dan dari pihak ASITA pun juga sudah dinilai cukup baik dalam melakukan perencanaan *event* Jawa Barat *Travel Exchange* ini, dengan melakukan persiapan selama 3 bulan sebelum pelaksanaan, dan dengan pengalaman yang dimiliki panitia dalam menyelenggarakan *event* Jawa Barat *Travel Exchange*, perencanaan dalam melaksanakan *event* terorganisir dengan cukup baik. *event* Jawa Barat *Travel Exchange* beranggapan bahwa persiapan dan materi pemasaran

*event* yang dilakukan sudah memiliki waktu yang cukup untuk menjangkau *sellers* dan *buyers* untuk mengikuti *event* Jawa Barat *Travel Exchange*. Walaupun pemilihan media pemasaran masih terbatas, tetapi intensitas komunikasi yang dibangun oleh penyelenggara sudah tinggi dan memberikan informasi yang jelas, sehingga mengimbangi ketertarikan *buyers* dan *sellers* untuk ikut berpartisipasi pada *event* Jawa Barat *Travel Exchange*.

Dalam merencanakan dalam segi pelayanan pun penyelenggara tidak ingin mengecewakan para delegasi yang akan hadir, maka dari itu kesiapan akomodasi, transportasi, system registrasi, keamanan, dan *hospitality* dipersiapkan sebaik mungkin oleh pihak penyelenggara, agar para delegasi merasakan pelayanan yang baik oleh penyelenggara. Dan dalam melaksanakan perancangan konsep dan acara pun pihak penyelenggara melakukan dengan serius dan sangat teliti agar hasilnya dapat disukai para delegasi yang hadir.

## **2. Pelaksanaan *event marketing* Jawa Barat *Travel Exchange***

Pelaksanaan *Event* Jawa Barat *Travel Exchange* ini juga panitia dirasa sudah cukup baik mengingat pada H-7 pelaksanaan, seluruh panitia melakukan rapat dan melakukan pengecekan kesiapan dari semua divisi, hal ini dilakukan agar pada waktu pelaksanaan tidak terjadi hal yang tidak diinginkan. Dan per divisi melaksanakan tugasnya masing-masing dengan baik.

Pada realisasi kegiatan *Event Jawa Barat Travel Exchange*, dinilai telah memiliki lokasi pelaksanaan yang menarik karena dilaksanakan di salah satu Hotel unggulan Kota Bandung, dengan akses yang mudah untuk dijangkau karena terletak di jantung Kota Bandung yang dilalui oleh jalan protokol Asia-Afrika. Kreativitas dekorasi yang ditampilkan juga dapat memuaskan para delegasi dan secara keseluruhan penempatan properti dan kualitas fasilitas pendukung *event* juga baik. Selain itu hiburan yang menjadi topik utama pada *event Jawa Barat Travel Exchange*, dianggap sudah sangat memenuhi kepuasan para delegasi yang mengikuti *event Jawa Barat Travel Exchange*. Keindahan suguhan seni yang disajikan, kemampuan MC dalam membawakan acara dan *post tour* yang memanjakan delegasi. *Event Jawa Barat Travel Exchange* dianggap telah menyetuh benak para delegasi yang berpartisipasi pada *event* ini. Delegasi pada umumnya merasakan suatu pengalaman baru yang belum pernah mereka temukan di tempat lain. Berarti, dapat dikatakan bahwa penyelenggara dapat dengan baik menunjukkan potensi-potensi wisata Jawa Barat dan merumuskan kekhasan dari Jawa Barat tersebut untuk meninggalkan kesan yang baik di benak partisipan dan kemungkinan partisipan tersebut mengikuti *event Jawa Barat Travel Exchange* selanjutnya akan semakin besar.

### **3. Evaluasi *event marketing* Jawa Barat *Travel Exchange***

Dalam suatu kegiatan penyelenggaraan *event* tentu dibutuhkan bahan evaluasi, karena bahan evaluasi adalah salah satu hal terpenting

dalam penyelenggaraan suatu *event*, agar *event* yang akan diselenggarakan selanjutnya berjalan lebih baik dari sebelumnya. Dalam melakukan evaluasi pun sudah dinilai cukup baik, sesudah pelaksanaan *event* Jawa Barat *travel Exchange* berakhir, penyelenggara melakukan evaluasi dengan mendengar keluhan dan saran dari setiap divisi, yang menghasilkan beberapa bahan evaluasi yang sangat membangun dan menjadikan *event* Jawa Barat *travel Exchange* kedepan dari segi pelaksanaan *event* Jawa Barat *Travel Exchange* selanjutnya bisa terlaksana lebih baik.

## **5.2 Saran atau Rekomendasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari penelitian mengenai “Strategi *Event Marketing* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat Dalam *Event* Jawa Barat *Travel Exchange*”, maka penulis mencoba untuk memberikan masukan serta saran, sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Akademis**

1. Saran untuk pengembangan selanjutnya, khususnya mahasiswa fakultas ilmu komunikasi agar memperluas lingkup penelitian dan memperdalam bahasan lainnya.
2. Pada mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan tema serupa yakni, disarankan menggunakan sudut pandang lain.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Untuk perencanaan diharapkan menambah waktu persiapan kurang lebih enam bulan agar bisa mencari sponsor dari pihak swasta.
2. Melakukan follow up kepada undangan pemerintah daerah supaya waktu pelaksanaan dapat menghadiri acara.
3. Meningkatkan peran JTX sebagai sarana para *exhibitor* untuk membangun kepercayaan *buyer* dengan cara mengundang *buyer* yang sama atau bahkan lebih profesional di bidangnya masing-masing, selektifitas juga perlu ditingkatkan dalam memilih perusahaan-perusahaan yang akan mengikuti acara JTX selanjutnya sehingga perusahaan yang mengikuti acara JTX tersebut memang perusahaan yang telah terpercaya, karena citra perusahaan yang baik juga ikut memperbaiki citra *event*.
4. Saran lain yang mungkin juga bisa di aplikasikan adalah menyediakan informasi-informasi tambahan mengenai *trend* yang sedang berkembang di daerah lain selain Jawa Barat, baik itu *trend* usaha-usaha sejenis, langkah-langkah pemasarannya, maupun *trend* dari target pasar itu sendiri. Karena besar kemungkinan jika *trend* di suatu daerah akan mempengaruhi daerah lain terutama jika terjadi kedekatan letak geografis.
5. Mempertahankan performa acara JTX sebagai ajang untuk membangun hubungan itu sendiri. Jika memungkinkan, pihak penyelenggara bisa lebih memfokuskan indikator membangun

hubungan tersebut kepada salah satunya. Seperti misalnya pihak penyelenggara mencoba untuk memfokuskan para peserta pameran agar lebih bisa membangun hubungan dengan customer baru maupun membangun hubungan dengan para petinggi selama acara JTX itu sendiri berlangsung.

