

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap strategi promosi *event Class-Y* yang dilaksanakan oleh Jambi *Event Organizer* (JEO), dapat disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Strategi Promosi yang Digunakan oleh JEO

Jambi *Event Organizer* menerapkan strategi promosi digital yang komprehensif dengan mengandalkan media sosial, terutama *Instagram* dan *WhatsApp*, sebagai saluran utama penyebaran informasi. *Instagram* dipilih karena kekuatan visualnya yang sesuai dengan karakter anak muda, target utama *event Class-Y*. JEO memanfaatkan berbagai fitur seperti *Reels*, *Feed*, *Story*, dan *Highlights* untuk menjangkau publik. Sementara itu, *WhatsApp* digunakan untuk komunikasi yang lebih *personal* dan langsung kepada komunitas dan calon peserta.

Jenis konten promosi yang digunakan pun cukup beragam dan terstruktur, seperti *teaser*, *countdown*, dokumentasi *event* sebelumnya, testimoni, pengumuman *line-up*, serta konten *visual* dengan *copywriting* yang interaktif. Distribusi konten dilakukan secara bertahap dan terjadwal berdasarkan fase waktu *event*, mulai dari *pre-event*, hari H, hingga *pasca-event*. Strategi interaksi dua arah juga ditekankan, dengan admin media sosial yang aktif merespons pertanyaan dan mendorong keterlibatan publik melalui konten interaktif dan kolaborasi komunitas.

2. Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Strategi Promosi

Efektivitas strategi promosi yang dilakukan oleh Jambi *Event Organizer* dipengaruhi oleh berbagai faktor penting, antara lain pemahaman terhadap karakter dan preferensi publik, pemilihan media promosi yang tepat, kekuatan desain *visual* dan pesan komunikasi, ketepatan waktu distribusi konten, tingkat interaksi dengan publik,

reputasi penyelenggara, serta kemudahan akses informasi seperti lokasi, dan cara pendaftaran. Kombinasi dari faktor-faktor ini menentukan sejauh mana promosi mampu menarik minat dan mendorong partisipasi dari publik yang ingin dicapai.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dari laporan ini, berikut adalah saran yang ditujukan kepada Jambi Event Organizer serta mahasiswa magang selanjutnya guna mengoptimalkan strategi promosi dan mendukung keberhasilan event yang akan datang.

4.2.1 Bagi PT. Jambi *Event Organizer*

Pertama, disarankan agar Jambi *Event Organizer* memperluas cakupan pemanfaatan platform digital yang telah digunakan, khususnya Instagram dan WhatsApp, dengan lebih maksimal. Meskipun kedua platform ini telah efektif digunakan, optimalisasi konten promosi melalui format video pendek di *Instagram* seperti *reels* serta fitur *story* interaktif masih memiliki potensi besar untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens secara organik. *WhatsApp* juga dapat dimanfaatkan lebih lanjut untuk menyebarluaskan informasi *event* melalui *broadcast list*, status, maupun grup komunitas yang relevan.

Kedua, berdasarkan kecenderungan audiens muda dalam mengonsumsi konten yang lebih autentik dan personal, Jambi *Event Organizer* diharapkan dapat meningkatkan produksi konten yang menampilkan sisi humanis dari *event*, seperti cerita di balik layar, testimoni peserta, atau proses persiapan tim. Hal ini dapat menciptakan kedekatan emosional dan meningkatkan kepercayaan terhadap *brand Class-Y*. Selain itu, mendorong keterlibatan publik melalui aktivitas seperti repost konten peserta, mini challenge, serta kolaborasi konten dengan komunitas juga menjadi strategi yang efektif dalam menciptakan *buzz* promosi.

Ketiga, interaksi dua arah perlu diperkuat agar tidak hanya bersifat responsif terhadap komentar atau pesan langsung, tetapi juga proaktif dalam membangun komunikasi yang partisipatif. Hal ini dapat dilakukan melalui

fitur *Instagram Live* dengan format Q&A, polling interaktif di *story*, serta kuis ringan dengan hadiah untuk mendorong *engagement* yang lebih aktif dan menyenangkan.

Keempat, dalam aspek distribusi informasi, masih ditemukan kekurangan dalam penyajian informasi teknis yang kadang kurang ringkas dan mudah dipahami. Oleh karena itu, *Jambi Event Organizer* disarankan untuk membuat paket informasi digital yang terdiri dari infografis atau slide visual yang menarik, yang memuat hal-hal penting seperti tanggal dan waktu acara, lokasi, rundown kegiatan, fasilitas, cara pendaftaran, dan kontak yang bisa dihubungi. Format *visual* ini lebih mudah dibaca, cepat dipahami, serta sangat cocok untuk dibagikan ulang di Instagram maupun *WhatsApp*, sehingga dapat mempercepat proses penyebaran informasi dan pengambilan keputusan calon peserta. Dengan strategi visual yang kuat dan informasi yang terorganisir dengan baik, *event Class-Y* diharapkan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan angka partisipasi secara signifikan.

4.2.2 Bagi Mahasiswa

Mahasiswa yang akan melaksanakan magang di *Jambi Event Organizer* atau perusahaan sejenis disarankan untuk aktif beradaptasi dengan lingkungan kerja yang dinamis, serta terbuka terhadap berbagai masukan dan pengalaman baru. Selama proses magang, penting untuk tidak hanya mengerjakan tugas yang diberikan, tetapi juga memahami strategi promosi yang sedang dijalankan dan memberikan kontribusi ide sesuai dengan perkembangan media sosial yang relevan.

Selain itu, mahasiswa sebaiknya memanfaatkan kesempatan magang untuk mengasah keterampilan komunikasi, konten digital, serta membangun jaringan profesional. Pengalaman langsung dalam proses perencanaan dan pelaksanaan event akan menjadi bekal yang sangat bermanfaat dalam pengembangan karier, terutama di bidang industri kreatif dan pemasaran digital