

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terkait Strategi *Media Relations* Jakarta Fashion Week 2021 Melalui *Virtual Event*, ada beberapa kesimpulan yang dipaparkan oleh peneliti. Untuk strategi *media relations* yang diterapkan oleh Jakarta Fashion Week 2021 adalah *by serving the media* (*service* kepada media), *by establishing a reputation for reliability* (menjaga reputasi perusahaan agar tetap dipercaya), *by supplying good copy* (menyuplai informasi yang baik), *by providing verification facilities*, dan yang terakhir adalah *by building personal relationship with the media* (membangun hubungan personal dengan media). Adapun beberapa penyesuaian seperti *press conference* yang digelar secara virtual, *press release* yang dikirim secara bertahap, dan penyediaan fasilitas seperti ruang tunggu dan akses ke lokasi Jakarta Fashion Week 2021 yang terbatas kepada *media partner* tertentu yang memiliki kesepakatan tersendiri.

Jakarta Fashion Week sebagai sebuah institusi dan *event* tidak pernah menggunakan strategi *media relations by cooperation in providing material* (kerja sama dalam menyediakan bahan informasi) karena menurut *key informan* dan informan Jakarta Fashion Week, tanpa harus ada transaksi atau kesepakatan pembayaran media sudah tertarik untuk melakukan peliputan dikarenakan reputasi dan hubungan baik yang dijalin dengan berbagai media oleh Jakarta Fashion Week.

Seluruh penerapan strategi *media relations* yang dilakukan oleh Jakarta Fashion Week 2021 dan Jakarta Fashion Week secara institusional pada akhirnya menghasilkan publisitas yang baik dari media dengan jenis *pure publicity* dan *tie-in publicity* mengingat Jakarta Fashion Week memiliki reputasi sebagai *fashion event* terbesar di Asia Tenggara yang melakukan inovasi dengan perubahan format acara dari *offline* menjadi *online* untuk Jakarta Fashion Week 2021.

Untuk *strength point* dari penerapan strategi ini bahwa adalah prinsip “*the more the merrier*” yang berkaitan dengan banyaknya kolaborasi dengan berbagai pihak sehingga media menjadi tertarik dalam melakukan *coverage*. Sedangkan untuk *weakness point* nya adalah ketidakmampuan Jakarta Fashion Week untuk memonitor keseluruhan aktivitas media dalam melakukan peliputan dikarenakan *show* diadakan secara virtual sehingga media pun tidak hadir secara langsung untuk menyaksikan.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Penelitian selanjutnya dapat dilakukan secara kuantitatif untuk mengukur seberapa besar pengaruh strategi *media relations* terhadap Jakarta Fashion Week dan publisitas yang didapat. Selain itu penelitian juga bisa melihat dari segi pengaruh serta dampak yang diterima oleh *fashion stakeholder* lainnya yang terlibat di dalam *fashion event* terbesar di Asia Tenggara yaitu Jakarta Fashion Week.

### 5.2.2 Saran Praktis

Jika dilihat dari sisi praktis maka saran yang dapat diberikan adalah persiapan untuk suatu hal yang baru dilakukan lebih matang lagi untuk meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi. Pengambilan resiko tetap perlu dilakukan, namun dengan tetap memperhitungkan resiko dan kerugian yang paling minim didapat, dibarengi dengan komunikasi intensif dan berkala terhadap seluruh pihak yang terlibat dalam *event* tersebut.