

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah manajemen *event* yang baik menjadi kunci utama dalam mencapai tujuan utama yang ditentukan dalam sebuah *special event*. Dalam SEA Today Run 2022, yang menjadi tujuan utama adalah membangun *brand awareness* untuk SEA Today yang pada saat itu baru menginjak 2 tahun dan belum memiliki *brand awareness* yang cukup tinggi dibanding stasiun televisi lain. Dalam mencapai tujuan ini, semua proses manajemen *event* diarahkan untuk dapat membangun *brand awareness* dari SEA Today kepada khalayak yang lebih luas mulai dari proses penentuan tujuan, perencanaan, persiapan, hingga eksekusi. Semua proses bermuara pada satu tujuan yaitu untuk membangun *brand awareness*.

Hal ini terbukti menjadi strategi yang cukup berhasil dalam menanamkan *brand* SEA Today kepada khalayak yang lebih luas. Walaupun belum ada data numerik yang dapat diberikan pada penelitian ini, namun berdasarkan hasil pengakuan lisan dapat disimpulkan bahwa masyarakat mulai mengenal apa itu SEA Today dalam interaksi di media sosial maupun dari obrolan sehari-hari. Menurut Trott dan Sople (2016, p.28), *brand awareness* memiliki 2 aspek utama yaitu *brand recall* dan *brand recognition*. Melalui pengakuan lisan dari narasumber, bisa disimpulkan bahwa SEA Today Run 2022 mampu membangun *brand awareness* SEA Today setidaknya sampai memenuhi aspek *brand recall*, dimana khalayak mulai mengenal apa itu SEA Today melalui *event* ini.

Walaupun begitu, ada beberapa hal yang mungkin masih bisa dikembangkan agar dapat mencapai hasil yang lebih maksimal. Berdasarkan hasil wawancara, yang menjadi permasalahan utama dalam pelaksanaan *event* ini adalah waktu persiapan yang belum mumpuni sehingga banyak aspek-aspek yang seharusnya

bisa ditambahkan agar mencapai hasil yang maksimal, menjadi tidak bisa dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, beberapa aspek dalam konsep *special event management* yang dikemukakan oleh Shone dan Parry (2019), dapat diimplementasikan agar mencapai hasil yang lebih maksimal. Seperti contohnya penggunaan SMART *Formula* dalam membentuk sebuah tujuan utama pelaksanaan *event*. Tujuan yang ditentukan dalam *event* ini hanya “membangun *brand awareness*” yang menimbulkan beberapa kekeliruan dalam perencanaan *event* ini. Dari hasil wawancara yang dilakukan, sempat diutarakan bahwa ada hal yang disayangkan karena *brand awareness* terhadap SEA Today Run 2022 lebih besar ketimbang *brand awareness* khalayak terhadap SEA Today itu sendiri. Hal ini bisa diatasi dengan penentuan tujuan yang lebih spesifik sehingga dalam pelaksanaannya, semua perencanaan sampai pengerjaan dapat terukur untuk mencapai hasil yang lebih maksimal.

Tahapan yang menjadi sangat penting dalam sebuah manajemen *event* adalah tahap perencanaan atau *planning*. Tahap ini dapat dikatakan menjadi akar dari seluruh pelaksanaan sebuah *event*. Perencanaan yang matang dan teliti sampai ke detail terkecil seperti mencari setiap kemungkinan permasalahan yang bisa saja terjadi sebelum *event* itu sendiri dimulai, riset mendalam mengenai setiap aspek yang akan dipersiapkan seperti apa saja keperluan logistik yang dibutuhkan, bagaimana cara mempromosikan *event* ini, aliran dana yang diperlukan, dan lain sebagainya. Persiapan yang mendetail ini mampu menjaga keberlangsungan sebuah *event* dapat berjalan lancar, Walaupun dalam sebuah *event*, pasti akan terjadi hal-hal yang tidak diduga, namun dengan perencanaan yang matang hal-hal tersebut dapat diantisipasi dengan baik. Menghindari permasalahan atau kesalahan baik bersifat teknis maupun tidak menjadi sangat penting mengingat spektrum *event* yang luas. Kesalahan yang terjadi dalam sebuah *event* dapat mempengaruhi banyak hal. Maka dari itu perencanaan yang baik menjadi aspek yang sangat penting dalam proses manajemen *event*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis yang bisa diberikan terkait penelitian ini adalah perlu diingat bahwa setiap penyelenggaraan *event* tidak mungkin sama. Mungkin dari segi pengerjaannya sama, atau riset nya sama, tapi pasti ada satu hal yang membedakan proses pengerjaan *event* yang satu dengan yang lainnya. Maka dari itu, apabila ada penelitian mengenai *event management* lain, mungkin bisa ditambah teori-teori pendukung yang berhubungan dengan *event* karena *event management* memiliki spektrum yang sangat luas

5.2.2 Saran Praktis

Setelah melalui proses penelitian yang mendalam mengenai *event* ini, saran yang bisa diberikan adalah waktu yang disediakan untuk merencanakan serta mengeksekusi sebuah *event* harus sesuai dengan skala *event* yang diekspektasikan oleh pihak penyelenggara itu sendiri. Apabila pihak penyelenggara mengharapkan acara yang besar dan megah dengan jumlah pengunjung ribuan, maka waktu yang harus diberikan haruslah sesuai dengan ekspektasi tersebut. Dalam kasus SEA Today Run 2022, dengan waktu persiapan yang singkat dan ekspektasi *event* yang dihadiri oleh ribuan orang, tentu mengakibatkan beberapa aspek tidak dapat dipenuhi secara maksimal. Walaupun memang menuai respon yang positif, namun hasil yang dihasilkan seharusnya dapat lebih besar lagi apabila diberikan waktu yang lebih cukup.

Saran lain yang bisa diberikan adalah dengan memberikan tujuan yang lebih spesifik dan terukur dalam menjalankan sebuah *event*. Mengkomunikasikan tujuan utama dari sebuah *event* menjadi penting agar setiap pelaksanaannya dapat mengarahkan ke tujuan yang diharapkan bersama dan memaksimalkan hal tersebut. Alhasil, terjadi beberapa kesalahan yang sebenarnya bisa diperbaiki dengan tujuan bersama yang

jelas dan dikomunikasikan dengan baik. Seperti konten di media sosial SEA Today Run 2022 yang seharusnya dapat menghasilkan *awareness* yang lebih ke khalayak baru dengan strategi konten promosi yang lebih menjual namun hanya diisi dengan konten informatif yang mungkin berguna bagi pasar yang sudah ada, namun tidak cukup kuat untuk menarik perhatian *consumer segment* yang baru.

