

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan pengumpulan data dan hasil penelitian mengenai “Strategi Promosi *Event* Ngayogjazz Tahun 2017 Dalam Menarik Minat Pengunjung Melalui Media Sosial Instagram” dalam melaksanakan proses promosinya melakukan tiga tahapan yaitu Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi.

Pada pelaksanaan promosinya Ngayogjazz memilih media sosial Instagram untuk melakukan promosi secara luas yang merupakan merupakan anchor visual yang dizaman sekarang ini digandrungi oleh masyarakat. Dalam pesan yang disampaikan pada media sosial Instagram menggunakan bahasa yang non formal yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Jawa yang merupakan bahasa lokal di Yogyakarta. Hal ini bertujuan agar terkesan dekat dan bersahabat dengan target sasaran. Penggunaan gaya bahasa tersebut karena disesuaikan dengan target sasaran yang berasal dari berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, pada tema dan desainnya menggunakan aksan Jawa seperti wayang dan roda pedati yang bertujuan agar terlihat *njawani* dan terkesan lebih merakyat.

Pada proses evaluasi promosi di media sosial Instagram yang dilakukan Ngayogjazz dengan melihat traffic hashtag yang ada di media sosial tersebut. Namun masih kurang efektif karena tidak memiliki waktu

yang khusus untuk membahas terkait dengan keefektifan media sosial Instagram tersebut.

## **B. SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memberikan saran yang dapat digunakan sebagai masukan untuk strategi promosi *event* Ngayogjazz di tahun selanjutnya. Sebaiknya media sosial Instagram tetap aktif yang diberi konten dengan memberikan edukasi tentang musik jazz karena tidak semua orang mengerti akan musik jazz agar hubungan dengan target sasaran semakin erat dan lebih tertarik untuk datang ke *event* Ngayogjazz.

Dalam menetapkan anggaran untuk melakukan promosi sebaiknya mengalokasikan dana yang khusus. Anggaran menyesuaikan kebutuhan promosi yang akan dilakukan bukan sebaliknya pelaksanaan promosi yang menyesuaikan anggaran, sehingga nantinya kegiatan promosi dapat maksimal.

Pada proses penyampaian pesannya sebaiknya ditambahkan personal selling dalam bauran promosinya agar dapat berkomunikasi secara individual sehingga memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung dan dapat melihat langsung tanggapan yang diberikan oleh target sasaran.