

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah penulis melakukan penelitian *event* yang dilakukan Traveloka *Eats*, penulis menyimpulkan bahwa Traveloka *Eats* telah melaksanakan *event Picnic Over Tribeca* guna untuk memperkenalkan dan meningkatkan kesadaran *brand* Traveloka *Eats*. Traveloka *Eats* menggunakan penawaran-penawaran berupa sistem *cashless* dan *voucher-voucher* diskon untuk mengenalkan sistem yang berada di aplikasi Traveloka *Eats*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai *event* yang dijalankan oleh Traveloka *Eats* dengan studi deskriptif dapat diambil beberapa kesimpulan. Kesimpulan tersebut meliputi :

1. Strategi humas yang digunakan untuk memperkenalkan Traveloka *Eats* yaitu, Traveloka bekerjasama dengan EO *Local Taste* yaitu menjadi sponsor utama *event Picnic Over Tribeca*. Dimulai dengan yang paling mudah dahulu yaitu target sarannya adalah pengunjung Central Park Mall dikarenakan berdasarkan demografis data transaksi, banyak pengguna Traveloka yang melakukan transaksi di Central Park Mall. Oleh karena itu, bekerjasama dengan *Local Taste* yang telah menyelenggarakan *event Picnic Over Tribeca* dari tahun ke

tahun yang mana sekarang sudah tahun ke-9 acara *Local Taste* ini diselenggarakan.

2. Proses pada saat *event Picnic Over Tribeca* dalam memperkenalkan Traveloka *Eats* adalah yang **pertama** membuat rencana bekerjasama dengan *Local Taste* yaitu menerima konsep atau tema *event Picnic Over Tribeca* dari *Local Taste*. **Kedua**, mengorganisir acara *Picnic Over Tribeca* bersama *Local Taste* yaitu membuat persetujuan dengan setiap transaksi yang dilakukan di *event Picnic Over Tribeca* menggunakan aplikasi Traveloka *Eats* dan juga meminta *Local Taste* untuk mempersuasi para *tenant* agar mau melakukan kerjasama dengan Traveloka *Eats* dengan syarat-syarat tertentu. **Ketiga**, pada saat pelaksanaan *event Picnic Over Tribeca* dari awal sampai selesai acara yaitu banyak hambatan-hambatan yang terjadi, tetapi pelaksanaan berjalan dengan lancar. **Keempat**, pengawasan selama acara yaitu apakah hasil yang tercapai sudah mencapai target awal yang diharapkan, target yang didapatkan saat acara *Picnic Over Tribeca* yaitu puas dan hampir mencapai target yang diharapkan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

- a. Diperlukan perencanaan atau strategi yang lebih matang sehingga *event picnic over tribeca* dapat berjalan lebih baik.
- b. Akan lebih baik jika *event* ini dijalankan secara rutin dengan target sasaran atau khalayak yang lebih banyak tidak mungkin kegiatan *event* hanya dilakukan satu sampai dua kali saja dan agar tujuan *event* ini benar-benar terlihat perubahan khalayaknya.
- c. Akan lebih baik jika media atau saluran *event* dilakukan di beberapa sosial media dan media elektronik juga, selain itu, dikarenakan jaman sekarang orang-orang lebih aktif di media sosial dan sosial media yang digunakan tidak hanya instagram saja.
- d. Kegiatan selanjutnya diadakan di kampus-kampus, agar target dapat tercapai dan konsumen juga lebih banyak.