

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap strategi promosi event gawai dayak pada tahun 2017 maka dapat ditarik kesimpulan dalam merencanakan promosi langkah awal yang dilakukan yaitu menetapkan target pengunjung event gawai dayak difokuskan pada masyarakat Kalimantan Barat dikarenakan gawai dayak merupakan adat istiadat dari suku asli dayak.

Selanjutnya tujuan promosi yang ditentukan oleh panitia penyelenggara yaitu sebagai pengingat bagi masyarakat terhadap penyelenggaraan event gawai dayak. Proses perancangan pesan menggunakan prinsip suku dayak hal ini dinilai memiliki nilai dalam menarik masyarakat suku dayak agar secara tidak langsung memaksa masyarakat tersebut untuk berpartisipasi dalam penyelenggaraan event gawai dayak.

Penggunaan media periklanan seperti baleho dan poster dapat menjangkau secara massif target audiens di suatu titik tertentu. Panitia memasang Baleho dan Poster di beberapa kota kabupaten yang merupakan pusat aktivitas publik. Sosial media dilakukan sebagai media pendukung dalam kegiatan promosi dengan melibatkan para *volunteer* dan komunitas dari berbagai daerah untuk membuat suatu postingan sehingga dapat dilihat dan diketahui para pengguna media sosial.

Proses evaluasi dilakukan dengan membuat laporan pertanggung jawaban pelaksanaan dan penggunaan anggaran. Hal ini dilakukan sebagai bentuk laporan kepada dinas pariwisata selaku instansi pemerintah yang bertugas sebagai penyelenggara event Gawai Dayak.

B. SARAN

Melihat fenomena yang terjadi lapangan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Panitia penyelenggara dapat memperluas target audiens atau pengunjung yang berasal dari luar provinsi mengingat event telah diselenggarakan selama 32 tahun, sehingga event ini dapat mendatangkan wisatawan nasional dari berbagai daerah yang bermanfaat mendongkrak perekonomian kota penyelenggara event.
2. Perancangan pesan seharusnya dapat dikemas lebih *attractive*, sehingga para audiens yang melihat atau mengetahui pesan promosi memiliki hasrat untuk mengikuti event tersebut.
3. Panitia penyelenggara dapat menggunakan media promosi lainnya seperti surat kabar nasional dan internet ads sehingga audiens penerima informasi dapat dijangkau dari berbagai daerah.
4. Panitia Penyelenggara dapat membuat indikator keberhasilan kegiatan promosi sehingga dapat mengukur alat promosi apa yang paling efektif dalam kegiatan promosi yang dilaksanakan.
5. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pengaruh bauran promosi terhadap keputusan berkunjung pada event Gawai Dayak sehingga dapat melengkapi kajian yang telah peneliti lakukan.