

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.

Dari penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa *event* yang digelar *fanbase* EXO-L Medan memiliki karakteristik *event*, dimana mereka memiliki keunikan berupa pengenalan diri peserta yang menjadi salah satu pembuka pada setiap acara dengan tujuan agar masing-masing individu dapat mengenal satu sama lain. Kemudian adapula cinderamata penuh warna yang selalu mengikuti tema *event* sehingga pengunjung merasa tertarik karena dalam setiap *event*, cinderamata yang diberikan selalu baru dan berbeda.

Aktivitas selama acara berlangsung pun selalu berbeda pada setiap *event*, salah satunya seperti adalah ketika para pengunjung diminta untuk berjalan layaknya seorang artis yang sedang menghadiri malam penganugerahan dan setiap pengunjung diijinkan untuk berpose serta menunjukkan pakaian terbaik mereka. Selain itu, ada *perishability* dimana ada banyak sekali tema yang berbeda dalam setiap *event gathering* meskipun setiap *event* memiliki tujuan yang sama di antaranya ada, pesta ulang tahun, hari jadi, menonton bersama bahkan hingga penggalangan dana untuk disalurkan ke panti asuhan.

Kemudian *intangibility*, yaitu peserta dapat merasakan kesan yang mendalam pada setiap *event* yang digelar, tak jarang para penggemar menangis bersama karena terharu jika konser *online* sudah mencapai bagian akhir. Adapula peserta yang dapat merasakan seluruh emosi yang ada pada saat *event* hingga terbawa ke rumah. Suasana yang diberikan sangat kondusif dengan kekeluargaan yang kental dan juga dekorasi yang menyesuaikan tema serta pelayanan yang diberikan oleh *fanbase* dinilai sudah cukup baik dimana komunitas dan juga panitia sangat ramah dan merespon dengan cepat setiap pesan yang dikirimkan oleh peserta.

Terakhir ada interaksi personal dimana MC dapat membangun interaksi yang kondusif dan menyenangkan, MC tidak hanya berinteraksi secara satu arah, tetapi MC juga mengajak para peserta ikut berinteraksi, panitia juga ikut berinteraksi dengan peserta salah satunya adalah ketika panitia ingin memberikan arahan ataupun suatu pengumuman terkait kelangsungan acara.

Setiap *event* yang digelar memiliki jumlah pengunjung yang beragam tergantung dengan jenis tempat yang dipilih oleh komunitas, semakin besar tempat yang dipilih maka semakin banyak pula jumlah pengunjungnya. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh komunitas *fanbase* EXO-L Medan cukup sederhana yaitu berupa penyebaran *flyer* ke sosial media dan juga pesan grup Whatsapp serta waktu pemasaran yang cukup cepat, hanya sekitar satu atau dua minggu.

Hal ini membuat beberapa peserta yang berharap agar EXO-L Medan dapat memasarkan *event gathering* yang dibuat jauh-jauh hari sebelum *event* dilaksanakan, akun Instagram komunitas juga sudah tidak aktif dikarenakan kurangnya pengurus dan komunitas tidak

memiliki struktur organisasi. Ada pula yang menyarankan agar EXO-L Medan tidak memasarkan *event* mereka hanya pada satu kanal sosial media, melainkan lebih banyak kanal lain dan harus lebih kreatif lagi dalam mengolah akun sosial media yang komunitas miliki.

6.2 Saran.

Event yang diselenggarakan oleh fanbase EXO-L Medan masih terdapat beberapa kekurangan. Di antaranya, akun *fanbase* yang tidak terlalu aktif seperti dulu, kurangnya anggota, waktu pemasaran yang terlalu cepat hingga pemasaran di sosial media yang dirasa kurang variatif. Oleh karena itu, sebaiknya EXO-L Medan mulai mencari anggota baru yang dirasa bisa mengurus *fanbase* dan juga membuat *event* lebih sering lagi. Komunitas *fanbase* juga harus menentukan setiap anggota yang akan mengurus suatu bidang tertentu salah satunya adalah anggota yang dapat membuat konten yang kreatif untuk diunggah pada sosial media.

Kemudian pemasaran yang digunakan dapat mengusung strategi pemasaran AIDA yang lebih terstruktur dan juga pemasaran yang dilakukan haruslah memiliki waktu yang lebih panjang setidaknya H-1 bulan sebelum *event* berlangsung dan juga bukan hanya memasarkannya di Instagram dan grup Whatsapp tetapi juga kanal sosial media lainnya seperti YouTube, Tiktok, dan juga Twitter. Selain itu, meskipun tema *event* yang ditawarkan cukup beragam, komunitas juga harus mencoba tema baru yang sedang tren di Korea Selatan seperti *noraebang*²⁵ yaitu sebuah acara yang diisi dengan aktivitas bernyanyi bersama dengan sesama penggemar.

Hal lain yang perlu diperbaiki oleh komunitas *fanbase* EXO-L Medan adalah kapasitas ruangan atau tempat yang akan mereka gunakan. Melihat banyaknya antusias penggemar EXO di Medan terhadap *event* yang diselenggarakan *fanbase*, ada baiknya *fanbase* mencari ruangan yang lebih luas untuk menampung lebih banyak peserta sehingga angka rata-rata pengunjung bisa meningkat. Selain itu, akun sosial media *fanbase* harus kembali aktif, bukan hanya mengunggah *flyer* pada saat akan ada *event* tetapi juga aktif memberikan konten-konten yang dapat meningkatkan perasaan ingin datang kepada orang-orang seperti memberikan testimoni, video pra-*event* hingga video pasca *event*. Komunitas juga bisa mengunggah *seat plan*, *rundown* dan juga tata tertib pada saat *event*.

²⁵ Noraebang : Secara harfiah adalah tempat karaoke tetapi hal ini sedang tren di Korea Selatan dengan dibuatnya acara yang berisi bernyanyi bersama secara bergantian. (kompasiana.com)