

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis terhadap temuan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa informan pada penelitian ini, yaitu dengan para pihak penyelenggara seperti *head of production*, *project director*, *head of creative*, dan *head of marketing*, serta dengan pihak *brand* yang merupakan salah satu partisipan dalam *event* Social Chic 2025 yaitu PIC *brand* Celcius/Celcius Woman, dan juga analisis dengan menggunakan landasan teori Komunikasi Pemasaran, serta beberapa konsep seperti konsep desain produksi dan konsep *shoppertainment*, terdapat beberapa kesimpulan utama mengenai desain produksi *shoppertainment* pada *event* Social Chic 2025. Dapat dilihat bahwa struktur komunikasi yang terjalin secara horizontal dan vertikal yang terlihat dari *project director*, tim kreatif, tim produksi, tim marketing sampai dengan *vendor-vendor* terkait dan *volunteers* yang dipekerjakan dalam acara Social Chic 2025 memungkinkan proses pengambilan keputusan yang cepat dan penyesuaian teknis yang adaptif di lapangan. Temuan menunjukkan adanya mekanisme rutin yang dilakukan oleh pihak penyelenggara seperti *weekly meeting*, *sheet checklist* bersama, grup WhatsApp yang terdiri dari grup WhatsApp internal pihak penyelenggara dan grup WhatsApp yang menghubungkan antara pihak *vendor*, pihak *brand* dan *tenant* serta *volunteers*, serta *technical meeting* yang dilakukan pada satu hari sebelum *event* dimulai bersama pihak *venue* yang mana dalam hal ini adalah manajemen pengelola GBK mengingat acara diselenggarakan di Stadion Madya GBK membuat isu teknis dan juga mitigasi permasalahan teknis dapat dengan cepat ditangani dan dikelola. Dalam hal ini, peran komunikasi tim sangat nyata ketika produksi harus menyesuaikan konsep kreatif yang ideal dengan keterbatasan teknis.

Perancangan desain dan produksi *event* Social Chic 2025 dalam prinsip *shoppertainment* menekankan *improvement* atau peningkatan pada konteks tata letak atau *layout* serta *flow audience* yang mana disusun untuk dapat memaksimalkan pengalaman berbelanja dan hiburan bagi para pengunjung dan serta memaksimalkan *awareness* dan performa *sales* dari *brand* yang berpartisipasi pada Social Chic 2025. Pengaturan *booth* yang dibuat agar pengunjung melewati seluruh *booth* sampai kepada panggung utama, penempatan sponsor dekat panggung utama, tata letak *F&B* yang mengantisipasi antrian, serta penataan panggung dengan “lidah” untuk mendekatkan *talent* dan *performers* dengan penonton secara garis besar mendukung integrasi aktivitas belanja dan hiburan yang mana hal tersebut menjadi

fondasi dari desain produksi *shoppertainment*. Pihak *brand*, PIC *brand* Celcius/Celcius Woman mengatakan bahwa *traffic* mereka pada *social media* meningkat sebanyak 3 sampai dengan 5 kali lipat selama acara Social Chic 2025 ini berlangsung dan *exposure* dari *brand* tersebut juga meningkat mengingat adanya penempatan visual yang terletak di dekat panggung.

Sepuluh instrumen desain produksi *shoppertainment* yang menjadi fokus dari penelitian ini yang terdiri dari tata letak *booth fashion* dan *beauty*, tata letak *F&B*, tata letak panggung, *giant map*, toilet, sponsor, *flow* pengunjung, kualitas *sound system*, kualitas *lighting*, serta kualitas LED visual menjadi modal dalam membangun konsep *shoppertainment* pada acara Social Chic 2025 ini. Dalam hal ini, hubungan antar-instrumen dapat dilihat pada konteks tata letak *booth* dan *flow* pengunjung dalam upaya meningkatkan *exposure* dari *brand* yang berpartisipasi serta potensi transaksi pengunjung terhadap *booth* terkait. Kualitas *sound system*, *lighting*, dan LED menjadi modal pembangun pengalaman menonton bagi para pengunjung sehingga dapat membangun daya tarik panggung sebagai magnet pengunjung. Evaluasi internal dari acara sebelumnya memberikan pembelajaran teknis sehingga tenda rodex tidak bocor selama hujan serta realisasi panggung yang sesuai dengan konsep, meskipun membutuhkan beberapa penyesuaian teknis pada saat hari pemasangan.

Perencanaan dan *timeline* yang panjang yang mana kurang lebih selama 10 bulan sebelum *event* Social Chic 2025 dimulai memberikan ruang bagi pihak penyelenggara untuk melakukan riset, penawaran penjualan *tenant* dan sponsor, serta finalisasi *vendor*, *talent*, dan *performers*. Namun, fase kritis berada pada satu sampai dengan dua bulan sebelum *event* Social Chic 2025 dimulai yang mana pada periode tersebut pihak penyelenggara sudah harus melakukan finalisasi *vendor*, *performers*, serta alokasi anggaran yang akan ditetapkan dan diimplementasikan demi kelangsungan *event*. Keputusan penyesuaian anggaran sering diambil pada saat evaluasi capaian penjualan tiket dan konfirmasi sponsorship sehingga fleksibilitas anggaran perlu diantisipasi sejak awal.

Evaluasi pasca acara bersifat kombinasi informal dan semi-formal. Social Chic 2025 rutin mengumpulkan *feedback* melalui grup *tenant*, survei sederhana, dan analisis data digital yang mana termasuk *insight* sosial media dan *dashboard ticketing*. Metrik penilaian yang menjadi perhatian dalam hal ini adalah jumlah tiket terjual, *traffic* pengunjung, transaksi *tenant*, engagement digital, dan kepuasan sponsor. Beberapa aspek teknis perlu dokumentasi lebih formal agar pembelajaran dapat diimplementasikan dengan presisi pada penyelenggaraan berikutnya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, dapat diberikan beberapa saran yang terdiri dari saran akademis untuk penelitian kedepannya serta saran praktis yang dapat diimplementasikan oleh pihak penyelenggara Social Chic 2025 maupun penyelenggara *event* dengan desain produksi *shoppertainment* lainnya.

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode campuran yang menggabungkan wawancara mendalam, survei kuantitatif kepada pengunjung dan *tenant*, serta observasi langsung pada hari penyelenggaraan *event*. Data kuantitatif dari survei pengunjung akan memperkuat temuan kualitatif dan memungkinkan pengukuran hubungan antara variabel pengalaman pengunjung dan konversi penjualan secara numerik. Dalam rangka memahami mekanisme *shoppertainment* secara lebih mendalam, kajian lanjutan bisa memasukkan perilaku konsumen agar dapat menguji bagaimana elemen visual, musik, dan layout mempengaruhi keputusan pembelian pada level individu.

Penelitian kedepannya juga dapat dilakukan dengan melakukan studi perbandingan antara Social Chic dengan beberapa *event* serupa lainnya seperti JXB, Jakcloth, dan Trademark Market untuk dapat menilai keunggulan serta kelemahan relatif dari strategi *shoppertainment*. Studi tersebut dapat bermanfaat dalam rangka menyusun *best practice* yang kontekstual untuk pasar Indonesia. Setelah itu, riset akademis dapat membantu merancang satu set indikator evaluasi yang terstandarisasi untuk event *shoppertainment*, seperti misalnya *key performance indicators* atau KPI gabungan yang terdiri dari *conversion rate on-site*, *dwell time*, *engagement rate*, dan ROI. Standarisasi tersebut diharapkan dapat memudahkan perbandingan antar-edisi dan pengambilan keputusan berbasis data.

5.2.2 Saran Praktis

Dalam penyelenggaraan Social Chic edisi berikutnya, penyelenggara perlu memperkuat dokumentasi teknis dan laporan pasca-acara agar seluruh temuan penting pada tahap produksi dapat tersipkan dengan baik. Dokumentasi yang mencakup catatan kendala lapangan, keputusan teknis, *feedback* yang berasal dari *tenant*, data penjualan, dan respon sponsor akan menjadi dasar evaluasi yang lebih sistematis. Selain itu, penyusunan laporan yang terstruktur juga akan mempermudah seluruh divisi untuk memahami area perbaikan dan memastikan keputusan strategis tidak hanya berdasarkan intuisi namun didukung bukti empiris dari pengalaman penyelenggaraan sebelumnya.

Komunikasi operasional menjelang hari penyelenggaraan *event* juga perlu ditingkatkan dengan menambahkan titik koordinasi intensif pada 30 hari, 14 hari, dan 7 hari sebelum hari penyelenggaraan *event*. *Checkpoint* tersebut penting karena pada fase tersebut seluruh elemen produksi sudah memasuki tahap finalisasi. Koordinasi tambahan ini memungkinkan tim produksi, kreatif, marketing, dan *vendor* memastikan kesesuaian *timeline*, menyamakan ekspektasi teknis, serta melakukan penyesuaian detail seperti pergerakan barang, penjadwalan *loading*, hingga kesiapan peralatan. Langkah ini juga perlu dilengkapi dengan simulasi alur pengunjung dan uji kapasitas untuk melihat potensi penumpukan antrian, kemacetan jalur, dan kebutuhan *signage* tambahan sehingga masalah crowd control dapat diminimalkan sebelum acara berlangsung. Dari sisi teknis, Social Chic diharapkan memperbaiki aspek infrastruktur operasional yang sebelumnya menjadi hambatan, seperti titik listrik, fasilitas *loading*, dan ketersediaan ruang penyimpanan. Penyediaan jalur *loading* yang lebih ringkas, penataan penyimpanan barang yang lebih dekat ke area *booth*, serta distribusi listrik yang lebih merata akan mempermudah *tenant* dan *vendor* bekerja lebih efisien. Penyelenggara juga perlu memperhatikan kebutuhan kenyamanan pengunjung seperti peningkatan ventilasi, penambahan unit pendingin udara pada tenda *rod*ers, serta penempatan toilet dan musholla yang lebih strategis. Upaya ini akan meningkatkan kepuasan pengunjung dan memperkuat citra Social Chic sebagai festival yang memperhatikan kenyamanan dan standar fasilitas.

Selain itu, Social Chic perlu memperkuat sistem transaksi dan data agar proses evaluasi penjualan *tenant* menjadi lebih akurat. Integrasi sistem pembayaran berbasis QR, EDC sponsor, dan *dashboard* transaksi yang dapat dibagikan kepada *tenant* akan memudahkan pemantauan performa penjualan secara *real-time*. Penguatan unsur *shoppertainment* juga dapat dilakukan dengan memperbanyak aktivasi langsung seperti program interaktif, sesi *fashion mini show*, dan kolaborasi talent atau influencer yang diarahkan ke *booth* tertentu. Aktivasi *real-time* ini penting karena dapat menciptakan efek *FOMO* dan mendorong *traffic* menuju *tenant* yang membutuhkan dorongan *exposure* tambahan.

Penyelenggara disarankan untuk memperjelas sistem kerja dengan *vendor*, *tenant*, dan sponsor melalui penambahan klausul kepatuhan serta peningkatan kualitas pelatihan *volunteer*. Klausul yang mengatur kewajiban kebersihan, penggunaan material aman, dan prosedur keamanan akan mengurangi risiko kerusakan dan sanksi dari pihak *venue*. Sementara itu, pelatihan *volunteers* dengan manual operasional yang jelas akan membantu kelancaran pelaksanaan di lapangan. Hal ini termasuk pengetahuan dasar mengenai penanganan listrik, evakuasi, keselamatan, dan pelayanan pengunjung. Dengan implementasi yang lebih rapi dan

terstruktur, Social Chic dapat semakin memperkuat posisinya sebagai festival *shoppertainment* yang matang secara manajerial dan berkualitas secara teknis.