

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian teori, hasil penelitian, dan pengujian regresi linear berganda yang dilaksanakan mengenai evaluasi *event marketing* program CSR “CAMEJASA” terhadap citra Taman Lalu Lintas Kota Bandung sebagai wisata edukasi lalu lintas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai evaluasi *event marketing* yang dilaksanakan di Taman Lalu Lintas Kotaas Kota Bandung mendapat penilaian yang cukup baik dari pengunjung Taman Lalu Lintas Kota Bandung yang mengikuti *event* “CAMEJASA”. Penilaian tertinggi diperoleh oleh *message* sedangkan terendah diperoleh oleh *interaction* seperti dijelaskan bahwa secara keseluruhan evalauasi *event marketing* yang dilaksanakan di Taman Lalu Lintas Kota Bandung sudah baik, terutama *message*. *Message* adalah faktor utama yang mempengaruhi dari suatu *event marketing* , hal ini membuktikan bahwa *message* dari hasil pengolahan data sesuai dengan penyebaran kuesioner dalam suatu *event* merupakan tujuan utama dari sebuah *event* untuk meraih keberhasilan dalam menyampaikan maksud dari *event* “CAMEJASA” tersebut. *Interaction* mendapatkan penilaian terendah. Hal ini dikarenakan minat para peserta untuk berinteraksi dengan pengelola Taman Lalu Lintas Kota Bandung masih rendah dan diharapkan dapat ditingkatkan lagi melalui menambah materi-materi yang mendukung interaksi aktif antara peserta dengan penyelenggara *event*.

Lissa Utami Dewi, 2013

Evaluasi event marketing CSR “Camejasa” terhadap citra taman lalu lintas kota bandung.
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

2. Gambaran mengenai citra Taman Lalu Lintas Kota Bandung sebagai wisata edukasi lalu lintas secara umum mendapatkan penilaian yang baik dari peserta yang mengikuti *event* “CAMEJASA”. Aspek yang memperoleh penilaian tertinggi adalah persepsi. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap Taman Lalu Lintas sebagai wisata edukasi lalu lintas Kota Bandung sudah baik, Kognisi mendapatkan penilaian terendah. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman pengunjung mengenai informasi Taman Lalu Lintas sebagai wisata edukasi lalu lintas Kota Bandung belum maksimal.

5.2 Rekomendasi

Event marketing adalah sebuah bentuk promosi yang mengingat suatu merek dengan kegiatan kebudayaan, social, olahraga atau tipe kegiatan lainnya yang mengandung tingkat ketertarikan publik yang tinggi untuk menciptakan interaksi langsung dengan produk dalam suatu aktivitas tertentu. Hal ini penulis mencoba memberikan saran seperti hal-hal berikut:

1. Secara keseluruhan evaluasi *event marketing* “CAMEJASA” yang dilaksanakan Taman Lalu Lintas Kota Bandung sudah cukup baik, terbukti *event marketing* “CAMEJASA” merupakan ajang kreasi tahunan yang diselenggarakan sejak berdirinya Taman Lalu Lintas Kota Bandung itu sendiri yang mampu memberikan kesan yang baik kepada para pengunjung sehingga *event* ini mampu bertahan dan mencapai keberhasilan yang sangat tinggi. Oleh karena itu *event marketing* Program CSR “CAMEJASA” berikutnya diharapkan lebih kreatif, inovatif, dan lebih beragam terhadap tema yang akan diambil untuk tahun berikutnya dengan memberikan kegiatan-kegiatan yang lebih menarik juga materi di bidang lalu lintas yang lebih banyak lagi. Kegiatan dan materi yang diberikan

diharapkan memberikan motivasi yang tinggi dan memberikan pengetahuan yang sangat tinggi bagi pengunjung Taman Lalu Lintas Kota Bandung. Kampanye publik pun perlu dilakukan agar para wisatawan lebih tertarik dan diharapkan untuk *event* “CAMEJASA” berikutnya para peserta yang mengikuti *event* “CAMEJASA” semakin banyak ditahun berikutnya.

2. Diharapkan pengelola Taman Lalu Lintas Kota Bandung membentuk divisi khusus *event marketing* agar *event* yang dilaksanakan lebih baik dan variatif.
3. Citra Taman Lalu Lintas Kota Bandung sudah baik dibenak wisatawan. Hal ini terbukti dengan program *event* yang dijalankan Taman Lalu Lintas Kota Bandung dari tahun ke tahun semakin baik dan menarik, sehingga antusias para pengunjung sangat tinggi baik mengikuti *event* maupun berkunjung ke Taman Lalu Lintas Kota Bandung. Selain itu kepedulian Taman Lalu Lintas Kota Bandung terhadap lingkungan sangat tinggi. Pandangan pengunjung terhadap Taman Lalu Lintas Kota Bandung akan semakin baik dilihat dari berbagai fasilitas yang dimiliki Taman Lalu Lintas Kota Bandung karena Taman Lalu Lintas Kota Bandung merupakan *theme park* yang khusus mengenai kelalulintasan satu-satunya di Kota Bandung. Oleh karena itu untuk wisatawan diharapkan untuk tetap berkunjung ke Taman Lalu Lintas Kota Bandung untuk berekreasi mendapatkan kepuasan dan pengetahuan mengenai kelalulintasan. Untuk pengelola Taman Lalu Lintas Kota Bandung diharapkan lebih kreatif dan inovatif dalam memberikan program *event marketing* khususnya CSR “CAMEJASA” dalam mempertahankan Taman Lalu Lintas Kota Bandung sebagai wisata edukasi lalu lintas.