

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Acara Sukaria Race 2024 berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan *brand awareness* Bersukaria Tour Organizer di kalangan mahasiswa Semarang. Berdasarkan survei sebelum dan sesudah acara, tingkat kesadaran peserta terhadap brand ini meningkat dari 55,4% menjadi 79,24%. Keberhasilan ini menunjukkan efektivitas strategi komunikasi yang dirancang melalui peran sebagai *Media Planner*, *Social Media Specialist*, dan *Finance Manager* dalam penyelenggaraan acara ini.

Sebagai *Media Planner*, strategi kolaborasi dengan tujuh *media partner* dan tiga komunitas fotografi berhasil meningkatkan jangkauan informasi acara kepada target audiens. Pemilihan media yang tepat dan kerja sama dengan berbagai pihak memastikan bahwa publikasi acara tersebar luas dan menjangkau mahasiswa yang menjadi target utama. Keberhasilan ini turut didukung oleh optimalisasi media sosial di mana total 21 konten telah dipublikasikan, melampaui target awal 15 konten, dengan komposisi 16 *feed* Instagram, 4 *reels*, dan Instagram *story*. Strategi *Instagram Ads* yang dirancang sebagai bagian dari peran *Social Media Specialist* juga memberikan hasil positif dengan jangkauan total 24.165 audiens, mendekati batas atas dari target yang ditetapkan (9.600-25.000 audiens).

Sebagai *Finance Manager*, pengelolaan keuangan berjalan dengan baik dan efisien, memastikan acara dapat terlaksana tanpa kendala finansial. Dengan total pemasukan sebesar Rp 11.790.000 dan pengeluaran Rp 11.355.973, acara ini mencatat surplus sebesar Rp 434.027. Meskipun keterlambatan dalam pencarian sponsor menjadi tantangan, strategi pengelolaan anggaran yang transparan memastikan setiap aspek acara dapat berjalan sesuai perencanaan.

Dari aspek partisipasi, acara ini berhasil menarik 53 peserta terdaftar, melampaui target awal 42 peserta dengan tingkat kehadiran mencapai 81,13%. Kompetisi Capture the Clue juga mengalami peningkatan partisipasi, dengan jumlah peserta yang ditargetkan 10 orang berhasil terlampaui dengan 13 peserta.

Selain itu, keterlibatan 1 juri profesional dari Komunitas Fotografer Semarang turut meningkatkan kredibilitas dan daya tarik acara.

Secara keseluruhan, Sukaria Race 2024 dapat dikategorikan sebagai acara yang sukses, baik dari segi pencapaian KPI, efektivitas strategi komunikasi, maupun manajemen keuangan. Meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti optimalisasi jadwal publikasi konten dan eksplorasi strategi *sponsorship* yang lebih efektif, keberhasilan ini menjadi modal berharga untuk pelaksanaan acara yang lebih baik di masa mendatang.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan Sukaria Race 2024, terdapat beberapa saran strategis yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas acara serupa di masa mendatang. Saran ini berfokus pada peningkatan strategi komunikasi, optimalisasi media sosial, serta pengelolaan *sponsorship* dan anggaran agar dampak acara semakin luas dan berkelanjutan.

1. Peningkatan *brand awareness* melalui strategi komunikasi yang lebih terpadu untuk meningkatkan kesadaran merek, penting untuk mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi secara lebih efektif. Kampanye pemasaran dapat diperluas dengan kombinasi strategi *online* dan *offline* seperti *pre-event* yang lebih interaktif, aktivasi digital melalui *challenge* media sosial, serta kolaborasi dengan komunitas dan *influencer* yang relevan.
2. Publikasi di media sosial perlu dilakukan lebih dini dan lebih strategis. Pembuatan content plan yang lebih matang dengan fokus pada format visual yang menarik seperti *reels* dan UGC (*user-generated content*) dapat meningkatkan *engagement*.
3. Kolaborasi dengan komunitas perlu ditingkatkan dengan memberikan peran yang lebih aktif, seperti menjadikan mereka duta acara atau penyelenggara sesi khusus dalam *event*. *Media partner* juga dapat diberdayakan lebih jauh dengan menyediakan paket kerja sama yang lebih menarik seperti fitur eksklusif dalam publikasi atau peluang *sponsorship* bersama.

4. Pencarian sponsor harus dilakukan lebih awal agar negosiasi dapat berjalan lebih fleksibel dan menarik bagi calon sponsor. Proposal kerja sama dapat dibuat lebih *customized* sesuai kebutuhan sponsor misalnya dengan menawarkan *branding* eksklusif atau keterlibatan dalam aktivitas acara.
5. Pengelolaan anggaran yang lebih efektif untuk memastikan efisiensi finansial, perencanaan anggaran harus lebih detail dan fleksibel. Selain itu, perlu ada strategi diversifikasi sumber pendanaan, seperti kerja sama dengan mitra bisnis lokal, program *crowdfunding*, atau penjualan *merchandise* terkait acara sebagai alternatif pemasukan tambahan.