

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini menyajikan ringkasan komprehensif mengenai seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan, mencakup refleksi atas pencapaian, evaluasi proses, serta pembelajaran yang diperoleh selama menjalankan peran sebagai *Digital Analyst*, *Logistic*, dan *Master of Ceremony (MC)*. Dalam bagian ini, penulis menganalisis tantangan yang dihadapi serta strategi yang diterapkan untuk mengatasinya, sehingga memberikan wawasan mendalam terkait efektivitas kegiatan yang telah dilakukan. Selain itu, bab ini juga memuat rekomendasi strategis yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan serupa di masa mendatang, khususnya dalam aspek analisis data digital, pengelolaan perlengkapan, serta pembawaan acara. Keseluruhan pengalaman yang diperoleh diharapkan dapat berkontribusi terhadap pengembangan kompetensi profesional serta memperkuat pemahaman di bidang komunikasi pemasaran dan manajemen acara.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan implementasi strategi komunikasi pemasaran yang telah dijalankan, dapat disimpulkan bahwa optimalisasi media sosial serta penerapan event marketing memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan brand awareness El-Gelato di Kota Semarang. Sebelum strategi ini diterapkan, kesadaran masyarakat terhadap merek El-Gelato masih tergolong rendah, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil survei yang mengindikasikan bahwa sebagian besar responden belum mengenali *brand* tersebut. Namun, setelah strategi komunikasi ini diimplementasikan, terjadi peningkatan substansial dalam keterlibatan digital (*digital engagement*) serta partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan.

Strategi pemasaran berbasis media sosial yang diterapkan, seperti produksi konten informatif, promosi melalui *Key Opinion Leaders (KOL)* yang memiliki segmentasi audiens relevan, serta pemanfaatan platform digital seperti Instagram dan TikTok, telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas merek. Pemilihan KOL yang tepat terbukti mampu meningkatkan kesadaran merek

dan keterlibatan audiens secara signifikan. Selain itu, pelaksanaan event marketing, seperti Craft & Play with El-Gelato dan Poundfit x El-Gelato, memberikan pengalaman langsung bagi konsumen, yang pada akhirnya memperkuat keterikatan emosional mereka terhadap brand.

Aktivasi media sosial yang dilakukan secara konsisten telah menghasilkan peningkatan engagement dan jangkauan (*reach*) yang signifikan. Interaksi dengan audiens juga berlangsung secara sistematis dan terstruktur, yang berkontribusi terhadap perluasan eksposur merek. Oleh karena itu, strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan dapat dikategorikan sebagai pendekatan yang efektif dalam meningkatkan brand awareness El-Gelato di Semarang. Berdasarkan kedua capaian tersebut, program ini berhasil meningkatkan *brand awareness* El Gelato sebesar 20.9% melampaui target awal yaitu 15%. Hasil ini membuktikan bahwa kombinasi *social media strategy* dan *event management* menjadi solusi efektif dalam meningkatkan brand awareness dan memperluas jangkauan pasar.

5.2 Saran

Sebagai langkah pengembangan lebih lanjut, terdapat sejumlah rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh El-Gelato untuk mempertahankan serta meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran yang telah dilakukan. Rekomendasi ini berfokus pada optimalisasi strategi media sosial, penguatan kerja sama dengan KOL, pengembangan konsep event marketing yang lebih inovatif, evaluasi kinerja kampanye secara berkala, serta penguatan identitas merek. Implementasi rekomendasi ini secara konsisten diharapkan dapat mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan merek El-Gelato di industri gelato Kota Semarang.

1. Optimalisasi Media Sosial

- Melanjutkan serta mengembangkan strategi penggunaan *Instagram Ads* dan *TikTok Ads* untuk meningkatkan eksposur merek dengan menargetkan segmen audiens yang lebih spesifik sesuai dengan demografi dan preferensi konsumen.
- Menghasilkan konten yang lebih strategis dan relevan dengan segmentasi pasar yang dituju, dengan fokus pada pembuatan konten

yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memiliki nilai informatif, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat hubungan emosional dengan konsumen El-Gelato.

2. Pemeliharaan dan Evaluasi Strategi KOL

- Memperkuat kolaborasi dengan KOL lokal yang memiliki audiens sesuai dengan target pasar El-Gelato guna meningkatkan efektivitas positioning merek di segmen yang lebih spesifik.
- Mengoptimalkan strategi *user-generated content* (UGC) dengan mendorong partisipasi konsumen untuk membagikan pengalaman mereka dalam menikmati produk El-Gelato melalui media sosial, yang dapat meningkatkan kredibilitas serta daya tarik merek secara organik.

3. Diversifikasi dan Pengembangan Event Marketing

- Mengembangkan konsep acara berbasis pengalaman konsumen (*customer experience*), seperti kelas pembuatan gelato, workshop edukasi kuliner, serta event yang mengintegrasikan aspek gaya hidup sehat dan kebugaran, guna memperluas segmentasi pasar serta meningkatkan interaksi langsung dengan audiens.
- Memanfaatkan kegiatan event sebagai sarana konversi penjualan dengan menyediakan penawaran eksklusif bagi peserta, sehingga dapat meningkatkan daya tarik serta menciptakan pengalaman yang lebih berkesan bagi konsumen.

4. Evaluasi dan Pengukuran Kinerja Kampanye

- Melakukan analisis data digital secara berkala dengan menggunakan berbagai alat analisis media sosial, seperti *Instagram Insights*, *TikTok Analytics*, serta platform analitik lainnya untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi pemasaran yang telah diterapkan.
- Menggunakan indikator kinerja utama (*Key Performance Indicators* atau KPI) yang jelas dan terukur, seperti pertumbuhan jumlah

pengikut (*followers*), tingkat keterlibatan (*engagement rate*), serta tingkat konversi dari strategi pemasaran ke dalam bentuk penjualan.

Dengan penerapan strategi yang lebih terarah, berbasis data, serta adaptif terhadap dinamika pasar, El-Gelato diharapkan dapat memperkuat eksistensinya dalam industri gelato di Semarang. Selain itu, penerapan strategi komunikasi yang inovatif dan berkelanjutan dapat berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya akan mendukung pertumbuhan bisnis secara jangka panjang.