

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan, dan saran dari Karya Bidang dari sudut pandang penulis sebagai Account Executive, Manager Sponsorship dan PIC Media Partner dalam meningkatkan *branding awareness* E-Radio Semarang. Selain itu, bab ini juga mengulas mengenai temuan penulis dalam menjalankan perannya yang dapat digunakan oleh berbagai pihak.

5.1. Kesimpulan

E-Radio Semarang yang dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kota Semarang memiliki potensi besar sebagai media komunikasi publik yang mampu menyajikan informasi lokal terkini serta mendukung partisipasi masyarakat. Meskipun berbagai strategi telah diterapkan untuk memperkenalkan E-Radio, seperti penggunaan media sosial Instagram, YouTube, dan *collaboration posts* dengan dinas-dinas terkait, kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan fungsi E-Radio Semarang masih rendah. Berdasarkan hasil riset yang telah dilaksanakan, hanya 28,3% responden yang mengetahui layanan E-Radio Semarang. Karya Bidang ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat Kota Semarang terhadap E-Radio Semarang sebesar 20%, serta meningkatkan jumlah *follower* media sosial E-Radio Semarang dari 1.355 menjadi 1.626 dan *subscriber* dari 152 menjadi 182.

Dalam mencapai tujuan kampanye, kegiatan dilakukan menggunakan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC), mencakup *event marketing*, *public relations*, *social media marketing*, *advertising*, dan *direct marketing*. Taktik yang digunakan adalah *Social Media Paid Ads*, *Opinion Leader*, *Press Release*, *Media Partner*, *Influencer Marketing*, *Direct Marketing*, *Social Media Marketing*, dan *Event Marketing*. Melalui taktik yang telah dilaksanakan, *Social Media Paid Ads* berhasil mencapai total 14.110 views dengan total 17.058 impression, kenaikan

pengikut sebanyak 99 followers, dan kenaikan *engagement rate* sebanyak 5,9 persen. *Press Release* berhasil dipublikasikan di sembilan kanal berita dan website resmi Pemerintah Kota Semarang. *Media Partner* berhasil meningkatkan jumlah pengikut sebanyak 15 followers dan 15 subscribe pada kanal Youtube E-Radio Semarang. *Influencer Marketing* berhasil mencapai 3.880 views pada konten Aisya Aulia dan 9.483 views pada konten Rena Selvia, serta peningkatan pada views Youtube sebanyak 369 views dan 10 subscribe. *Direct Marketing* berhasil mencapai 45 interaksi dengan masyarakat, menarik perhatian brand Azko yang ingin melakukan kerjasama untuk publikasi, dan kenaikan pengikut sebanyak 66 followers pada akun Instagram E-Radio Semarang. *Social Media Marketing* berhasil mencapai 16.428 views dengan total impresi sebesar 15.361 views pada konten *reels*, dan berhasil mencapai 646 views dengan total jangkauan akun 580 akun. *Event Marketing* berhasil dihadiri 400 peserta, 6 partisipan quiz, 7 partisipasi dalam *live broadcasting*, penyebutan pada Instagram Story dengan total 11.428 views, serta 36 akun yang berinteraksi dan 16 kunjungan profil melalui Instagram Story, Selain itu, mendapatkan tawaran kolaborasi *event* dari brand Roti Gembong Gede.

Penulis berperan sebagai Account Executive, Manager Sponsorship, dan PIC Media Partner, bertanggung jawab atas koordinasi dengan klien dan pihak eksternal, negosiasi sponsor, serta koordinasi mengenai kerjasama media partner. Peran penulis sebagai Account Executive melakukan riset untuk menentukan tempat pelaksanaan kegiatan dan vendor yang sesuai dengan kebutuhan kegiatan. Penulis berhasil menjalin komunikasi dan berkoordinasi dengan berbagai stakeholder untuk memenuhi kebutuhan kegiatan, serta memastikan value sponsorship terealisasi. Peran penulis sebagai Manager Sponsorship mendapatkan tambahan dana yang bersumber dari pihak ketiga, yaitu sponsorship, serta bertanggungjawab memenuhi kebutuhan kegiatan melalui kerjasama sponsorship. Penulis berhasil mendapatkan anggaran untuk menutup keperluan seluruh kegiatan, dan menjalin perjanjian yang saling menguntungkan antara sponsor dan penyelenggara acara dengan menawarkan berbagai benefit untuk memaksimalkan

potensi sponsorship. Peran penulis sebagai PIC Media Partner menjadi penghubung utama antara penyelenggara acara dengan klien, dan mengkoordinasikan seluruh aspek yang berkaitan dengan pelaksanaan siaran E-Radio Semarang. Penulis berhasil menjalin kerjasama dengan penyelenggara acara serta memberikan eksposur secara maksimal bagi penyelenggara acara maupun E-Radio Semarang.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada pihak-pihak yang ingin melaksanakan kegiatan dengan menggunakan strategi pemasaran yang serupa:

1. Penting untuk memahami strategi negosiasi serta tujuan dan ekspektasi masing-masing pihak supaya dapat menjalin kesepakatan yang saling menguntungkan.
2. Menjaga komunikasi dengan stakeholder untuk mempermudah koordinasi dengan semua pihak yang terlibat sehingga kegiatan dapat berhasil tanpa adanya kesalahpahaman komunikasi.
3. Perlu adanya manajemen timeline yang baik dan terstruktur sebagai penunjang keberhasilan keseluruhan kegiatan.
4. Kolaborasi dengan *influencer* merupakan cara yang sangat efektif untuk meningkatkan jumlah *viewers* Youtube. *Influencer* yang dipilih harus memiliki audiens yang relevan agar tujuan kegiatan dapat tercapai dengan optimal.
5. Evaluasi setelah pelaksanaan kegiatan sangat diperlukan untuk meningkatkan efektivitas *controlling* dan menunjang keberhasilan kegiatan di masa mendatang.

Adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada E-Radio Semarang selaku klien pada project ini. Saran ini didasarkan pada hasil kampanye yang telah melaksanakan, yaitu sebagai berikut:

1. Melakukan promosi di media social dengan memanfaatkan strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan promosi berbayar untuk meningkatkan *engagement*.
2. Melakukan kolaborasi dengan influencer untuk menyebarluaskan informasi mengenai program-program E-Radio Semarang kepada audiens yang lebih luas.
3. Menyesuaikan topik siaran E-Radio Semarang agar lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat Kota Semarang.
4. Memberikan informasi mengenai topik siaran yang akan dibahas melalui Instagram *story* untuk menarik perhatian dan meningkatkan partisipasi pendengar.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa kemampuan dalam menjalin kerjasama eksternal dengan berbagai stakeholder berperan penting dalam memastikan kelancaran kegiatan. Keberhasilan dalam mencari, menentukan, serta berkoordinasi dengan vendor yang tepat berkontribusi pada efektivitas pelaksanaan kegiatan. Selain itu, koordinasi yang baik dengan para stakeholder mencerminkan pentingnya komunikasi yang efektif, negosiasi yang strategis, serta kemampuan dalam menyelesaikan kendala yang muncul selama persiapan hingga pelaksanaan kegiatan.

Kegiatan berhasil dilaksanakan dengan adanya bantuan dari pihak ketiga berupa pendanaan untuk kegiatan. Dapat disimpulkan bahwa dengan pembuatan proposal sponsorship dengan pengadaan paket sponsor dapat memberikan pilihan jumlah kontribusi kepada calon sponsor berdasarkan tingkat dukungan yang diinginkan. Penyusunan rencana yang

mencakup jenis dukungan yang dibutuhkan, tujuan kegiatan, dan benefit yang diperoleh sangat membantu dalam proses negosiasi dengan calon sponsor.

Adanya kerjasama dengan penyelenggara acara sebagai *media partner* juga memiliki kontribusi dalam meningkatkan *brand awareness* E-Radio Semarang. Dapat disimpulkan bahwa kerjasama sebagai *media partner* sangat menarik perhatian teman-teman untuk melakukan promosi di salah satu segmen E-Radio Semarang. Perlu adanya koordinasi dengan pihak penyelenggara acara dan E-Radio Semarang mengenai materi yang akan disampaikan saat siaran agar informasi yang ingin disampaikan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Melalui kerjasama ini, E-Radio mendapatkan benefit berupa *exposure* melalui pencantuman logo pada media promosi dari penyelenggara acara. Keberhasilan ini menjadikan salah satu segmen E-Radio wadah yang dapat dimanfaatkan masyarakat luas untuk mempromosikan acara, karya, dan informasi menarik lainnya.