

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Bab ini membahas kesimpulan, saran, dan implikasi dari rangkaian acara E-Radio Semarang sebagai upaya meningkatkan awareness masyarakat Kota Semarang, serta aspek penting lainnya. Bab ini juga membahas saran yang diberikan penulis sebagai langkah pengoptimalan strategi promosi ke depan, serta implikasi dari rangkaian acara E-Radio Semarang terhadap perkembangan E-Radio Semarang di masa mendatang.

#### **5.1. Kesimpulan**

Rangkaian acara E-Radio Semarang dilaksanakan karena rendahnya brand awareness di kalangan masyarakat Kota Semarang. Berdasarkan hasil survei awal, hanya 28,3% responden yang mengetahui keberadaan E-Radio. Sebagai Survey Data Analyst, peran utama dalam proyek ini adalah mengumpulkan dan menganalisis data untuk memahami tingkat kesadaran masyarakat terhadap E-Radio, pola konsumsi media, serta efektivitas strategi komunikasi sebelumnya. Analisis ini menjadi landasan dalam merancang pendekatan kampanye yang berbasis data. Sementara itu, sebagai Creative Media Specialist, fokus utama adalah mengembangkan identitas visual kampanye, menciptakan materi promosi yang menarik, serta memastikan keselarasan antara strategi komunikasi dan elemen visual dalam berbagai media promosi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kampanye ini menggunakan pendekatan Integrated Marketing Communication (IMC) agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau audiens secara efektif. Strategi yang diterapkan meliputi social media marketing dengan produksi konten edukatif dan promosi, nano influencer, serta event marketing melalui penyelenggaraan “Fit n Fun” di CFD Simpang Lima yang menghubungkan E-Radio secara langsung dengan masyarakat. Selain itu, direct marketing dilakukan melalui pendekatan Golfcart Marketing untuk interaksi tatap

muka dengan audiens, serta public relations diperkuat dengan publikasi press release di berbagai media lokal guna memperluas jangkauan informasi. Dengan kombinasi strategi ini, kampanye tidak hanya meningkatkan eksposur E-Radio tetapi juga membangun keterlibatan audiens secara lebih mendalam.

Hasil dari implementasi strategi ini menunjukkan efektivitas yang signifikan dalam meningkatkan awareness masyarakat terhadap E-Radio Semarang. Evaluasi pasca-kampanye menunjukkan peningkatan awareness masyarakat Kota Semarang terhadap E-Radio Semarang sebesar 120,14%, dari 28,3% sebelum kampanye menjadi 62,3% di akhir periode kampanye. Efektivitas juga dapat dilihat dari peningkatan jumlah followers Instagram menjadi 1.800, subscribers YouTube meningkat menjadi 222, dan Upaya-upaya yang dilakukan juga menghasilkan peningkatan jumlah viewers YouTube sebesar 16% pada bulan Desember dan 10% pada bulan Februari. Dari sisi Creative Media Specialist, materi promosi yang dikembangkan berhasil menarik perhatian audiens, terbukti dengan tingginya interaksi pada konten digital serta keberhasilan event “Fit n Fun” yang dihadiri lebih dari 400 peserta, melampaui target awal. Keberhasilan kampanye ini menegaskan bahwa kombinasi riset berbasis data dan strategi komunikasi visual yang kuat mampu memperkuat positioning E-Radio sebagai media informasi publik yang lebih relevan, interaktif, dan dekat dengan masyarakat.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil analisis akhir, kolaborasi dengan nano influencer merupakan upaya yang perlu dipertimbangkan kedepannya, mengingat keberhasilannya dalam meningkatkan views YouTube E-Radio Semarang dan juga efisiensi dana yang digunakan. Pengoptimalisasian upaya ini juga perlu dilakukan dengan pemilihan nano influencer yang lebih tepat dan memiliki engagement yang besar kedepannya.

Mempertimbangkan kendala-kendala yang terjadi selama masa kampanye, perlu dipertimbangkan penggunaan platform berbasis tugas. Kurangnya komunikasi serta pembagian tugas dalam tim menyebabkan ketidakefektifan dalam koordinasi kerja. Untuk mengatasi hal ini, perlu diterapkan sistem komunikasi yang lebih terstruktur, misalnya dengan memanfaatkan platform berbasis tugas seperti Trello agar setiap anggota dapat memantau dan melaporkan progres pekerjaannya secara real-time

#### **5.2.1. Saran untuk Pelaksanaan Survey**

1. Untuk mengatasi kendala dalam pengkategorisasian jawaban isian kuesioner yang memerlukan klasifikasi manual, disarankan pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) guna mempercepat dan menyederhanakan proses analisis data.
2. Dalam penyusunan kuesioner, perlu dilakukan evaluasi ketat guna menghindari leading questions yang dapat memengaruhi hasil survei. Kolaborasi dengan pihak independen dalam perancangan pertanyaan dapat membantu menjaga objektivitas dan netralitas data yang diperoleh.
3. Untuk memastikan efektivitas acara dalam meningkatkan brand awareness E-Radio Semarang, monitoring audiens perlu diperkuat melalui metode pencatatan peserta, survei sebelum dan sesudah acara, serta observasi langsung yang lebih sistematis.
4. Peningkatan partisipasi dalam survei dapat dilakukan pengadaan insentif, seperti merchandise. Selain itu, mekanisme pengisian survei dapat diperketat dengan mewajibkan peserta menunjukkan bukti pengisian sebelum menerima konsumsi atau menempatkan petugas khusus di titik pembagian makanan untuk memastikan evaluasi berjalan lebih efektif.

#### **5.2.2. Saran untuk Pemroduksian Media Kreatif**

1. Untuk meningkatkan efektivitas kerja tim, disarankan adanya standarisasi revisi melalui perjanjian tertulis, seperti MoU atau

SLA. Perjanjian ini harus mengatur batas dan tenggat waktu revisi guna menghindari permintaan revisi mendadak yang dapat menghambat proses produksi.

#### **5.2.3. Saran untuk E-Radio Semarang**

1. Mengevaluasi konten-konten yang telah diproduksi untuk meningkatkan kualitas konten kedepannya
2. Mengevaluasi tayangan siaran langsung YouTube dengan temuan data untuk menyesuaikan kebutuhan masyarakat Kota Semarang.
3. Memanfaatkan temuan-temuan selama rangkaian acara E-Radio Sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan upaya-upaya yang akan dilakukan kedepannya.

#### **5.3. Implikasi**

Berdasarkan hasil rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat implikasi-implikasi praktis yang dapat menjadi panduan dalam pelaksanaan rangkaian kampanye depannya.

1. Penggunaan kuesioner berbasis Google Form terbukti berhasil dalam membantu pelaksanaan tiga survey yang ada di rangkaian acara. Survei dilakukan sebelum acara untuk memahami ekspektasi audiens, setelah acara untuk mengukur kepuasan peserta, serta setelah rangkaian acara untuk menilai dampak terhadap brand awareness E-Radio Semarang. Hasil dari survei ini menjadi dasar dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran serta meningkatkan kualitas pelaksanaan acara di masa mendatang.
2. Konsistensi desain dalam event Fit n Fun berperan penting dalam meningkatkan brand awareness E-Radio Semarang. Penggunaan elemen visual yang seragam memperkuat identitas merek dan memudahkan audiens dalam mengenali serta mengingat pesan yang disampaikan. Dengan menerapkan design

guidelines yang telah ditetapkan, komunikasi visual menjadi lebih efektif dalam menarik perhatian dan membangun keterikatan dengan masyarakat Kota Semarang.

3. Penyesuaian konten video dengan tren terkini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens dan memperluas jangkauan E-Radio Semarang. Dukungan paid ads semakin memperkuat efektivitas strategi ini dengan meningkatkan eksposur dan menarik lebih banyak pengikut di media sosial. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan tren dalam produksi konten, jika dikombinasikan dengan strategi promosi berbayar, dapat menjadi pendekatan yang berkelanjutan dalam meningkatkan brand awareness.
4. Konsistensi elemen visual dalam poster edukasi terbukti efektif dalam memperkuat identitas E-Radio Semarang dan meningkatkan daya ingat audiens terhadap platform ini. Penggunaan warna yang selaras dengan identitas brand membantu menciptakan kesan yang lebih kohesif dan mudah dikenali. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa dalam strategi direct marketing, aspek visual yang konsisten memainkan peran krusial dalam membangun kesadaran merek.

Dengan berbagai implikasi tersebut, strategi pemasaran E-Radio Semarang dapat terus dikembangkan dengan pendekatan yang lebih sistematis dan kreatif.