

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini, penulis membuat kesimpulan dengan merangkum seluruh rumusan masalah beserta pelaksanaan program karya bidang yang telah dilaksanakan. Dengan kesimpulan tersebut, penulis dapat menunjukkan kesesuaian antara rumusan masalah, program yang telah dilaksanakan, serta hasil dari pelaksanaan program tersebut. Selain itu, bab ini juga mencakup terkait saran dan masukan dari penulis terhadap klien mengenai program komunikasi di masa depan.

5.1 Kesimpulan

Dalam menyelesaikan rumusan masalah yakni rendahnya *revenue* dari *event space* Kotta Hotel Semarang dan tidak adanya segmen komunitas maupun organisasi yang menyewa *event space*, tim karya bidang telah melakukan berbagai program, baik secara *online* maupun *offline*. Melalui pelaksanaan strategi *online*, mulai dari *content marketing*, *advertising*, *publicity*, hingga *direct marketing*, tim karya bidang telah berhasil meningkatkan kesadaran dan *product knowledge* dari para komunitas maupun organisasi di Kota Semarang terhadap *event space* Kotta Hotel Semarang. Hal ini telah dibuktikan dari tingginya hasil survei akhir yang menyatakan bahwa mayoritas responden mengetahui *event space* Kotta Hotel Semarang dari platform media sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa tim karya bidang berhasil menjangkau dan menarik perhatian komunitas maupun organisasi melalui berbagai jenis konten, mulai dari *informational*, *promotional*, *educational*, dan *entertainment*.

Tidak hanya strategi *online*, tim karya bidang juga melaksanakan strategi *offline* yaitu kegiatan Jelakom Semarang. Kegiatan ini bertujuan dalam memberikan pengalaman secara langsung kepada target audiens, yaitu anggota komunitas maupun organisasi di Kota Semarang. Tim karya bidang melalui kegiatan ini berhasil menjangkau seluruh komunitas dan organisasi di berbagai bidang, mulai dari kesenian, olahraga, bisnis, pendidikan, maupun lingkungan. Selain itu, keberhasilan dari kegiatan Jelakom Semarang juga dapat dilihat dari

terpenuhinya jumlah audiens yakni sejumlah 61 peserta, meskipun terdapat perubahan ruangan. Dalam mendorong pencapaian tujuan, kegiatan Jelakom Semarang berkontribusi dalam meningkatkan *product knowledge* dari audiens terhadap *event space* melalui segmen “*Mini Tour Kotta Hotel*” dan meningkatkan minat beli dari para komunitas maupun organisasi yang telah merasakan secara langsung. Keberhasilan tersebut dibuktikan oleh hasil *post-test* Jelakom Semarang yang menunjukkan tingginya kemampuan para responden dalam menjawab pertanyaan terkait *event space* Kotta Hotel Semarang, mulai dari fasilitas, layout ruangan, kegunaan, hingga kisaran harga sewa.

Selain itu, penulis juga telah berhasil melaksanakan tanggung jawab dan kewajiban sebagai *content planner* dan *copywriter*. Sebagai *content planner*, penulis telah berhasil memilih dan mempublikasikan konten-konten yang sesuai dengan target audiens, sehingga dapat menjangkau dan menarik perhatian target audiens. Keberhasilan ini dapat dilihat dari tingginya *engagement* setiap konten yang terpublikasi, dimana rata-rata konten memiliki 350 *views* dan 5 *likes*. Tidak hanya itu, *content planner* juga berhasil melaksanakan tanggung jawab lainnya yaitu pemasangan iklan pada konten “*Event Space Tour*” di TikTok Ads dan publikasi poster Jelakom Semarang pada akun *media partner*. Selanjutnya, sebagai *copywriter*, penulis juga telah berhasil dalam menyusun *copywriting* yang sesuai dengan target audiens dan menyusun *press release* bersama sekretaris terkait kegiatan Jelakom Semarang.

5.2 Saran

Berikut beberapa saran dari penulis terhadap klien maupun program komunikasi sejenis di masa depan:

- a. Melakukan riset dan analisis terkait tren media sosial saat ini agar dapat tetap relevan dan sesuai dengan algoritma saat ini.
- b. Berkoordinasi dengan klien dalam memastikan seluruh konten dapat dipublikasikan sesuai kesepakatan sebelumnya,
- c. Penambahan sumber daya manusia (SDM) yang bertanggungjawab dalam pengelolaan media sosial Kotta Hotel Semarang agar lebih optimal.

- d. Penyelenggaraan acara bulanan Kotta Hotel Semarang dapat lebih bervariasi dan menjangkau seluruh segmen.
- e. Menyajikan informasi detail terkait *event space* Kotta Hotel Semarang melalui berbagai bentuk konten.

5.3 Implikasi

Berikut merupakan beberapa implikasi berdasarkan program yang telah dilaksanakan:

- a. Pengalaman secara langsung berdampak positif dan mendorong peningkatan minat beli calon konsumen.
- b. Produksi konten yang mengikuti tren dan secara visual menarik berdampak pada peningkatan *insight* sebuah konten.
- c. *Product knowledge* sejalan dengan minat beli, sehingga ketika tingkat *product knowledge* calon konsumen tinggi, maka berpotensi menimbulkan minat beli terhadap produk yang ditawarkan.