

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Program kampanye komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui kerja sama dengan Queen City Mall merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat di Kota Semarang terkait adanya aplikasi berbelanja bernama MySRLand. Tim Karya Bidang membuat dua program yaitu booth interaktif dan event bernama Ramadan Fashion Runway yang dilaksanakan pada bulan Maret 2025. Persiapan yang dilakukan dimulai sejak bulan Desember 2024 mulai dari identifikasi masalah, perancangan konsep, diskusi antara klien dan tim, sampai pada akhirnya berhasil membuat dua program tersebut.

Sebagai Strategist, program mampu menjalankan tugasnya dengan baik dan mampu mengelola semua proses dari awal yaitu perencanaan program, pelaksanaan, serta evaluasi yang tentunya melalui proses kerja sama dengan seluruh anggota tim karya bidang ini. Strategist tidak hanya menampung ide dari tim saja, namun segala saran dan masukan dari klien juga menjadi pertimbangan program dalam mempersiapkan program. Dalam melaksanakan program, tim mengimplementasikan teori IMC Mix Tools sebagai landasan program merancang dua program. Selain itu, program juga bertanggung jawab dalam melaksanakan tugasnya sebagai Account Executive yaitu menjadi jembatan komunikasi dengan pihak klien dan pihak eksternal, menyiapkan segala kebutuhan program, dan memastikan semuanya berjalan dengan baik. Sebagai PIC Booth, mampu menjalankan tanggung jawabnya untuk memastikan program booth interaktif dapat berjalan sesuai dengan rencana yang telah dirancang. Meskipun target dari booth interaktif masih belum sepenuhnya tercapai, hal tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi program dan tim karya bidang dalam menjalankan suatu program.

Selain program booth interaktif yang dilaksanakan, event Ramadan Fashion Runway dapat terlaksana dengan baik sesuai dengan target tanggal dan jumlah peserta. Koordinasi dari seluruh anggota tim dalam event ini dapat berjalan dengan lancar. Pada

event ini, keberhasilan dapat ditunjukkan dari tercapainya target jumlah peserta yaitu sebanyak 25 peserta mengikuti kompetisi Ramadan Fashion Runway dan program mampu mendapatkan juri yang profesional untuk event ini.

Kesimpulannya adalah terdapat peningkatan brand awareness oleh masyarakat Kota Semarang terkait aplikasi MySRLand dilihat dari hasil survei yang telah dilakukan mencapai peningkatan 26,3% dan evaluasi dari berjalannya dua program ini. Meskipun terdapat satu tools yang belum mencapai target, namun event, advertising, dan sales marketing dapat mencapai target yang telah ditentukan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh program dan tools yang dipakai dapat memberikan dampak bagi Queen City Mall.

5.2 Saran

Terdapat saran yang diberikan oleh program sebagai bahan evaluasi untuk berbagai pihak yang ingin mengadakan program serupa, yaitu:

1. Koordinasi dengan anggota tim harus dilakukan untuk menyatukan pemikiran antar anggota agar tidak terjadi miss komunikasi. Proses diskusi antar anggota merupakan hal yang penting dilakukan untuk mengetahui progress dari masing-masing anggota terhadap jobdesk yang dilakukan.
2. Pemahaman strategi yang akan dilakukan sangat diperlukan. Ketika melakukan perancangan strategi, harus melihat kelebihan dan kekurangan serta risiko dari program tersebut agar pada saat pelaksanaan dapat berjalan dengan lancar dan efisien.
3. Pembuatan timeline harus dilakukan dengan diskusi yang matang agar seluruh program dapat berjalan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.