

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pelaksanaan program strategi komunikasi yang telah dijalankan melalui kampanye "**Flavor and Tunes Pop**" pada brand Mami Ayam Pop, serta saran dan implikasi yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan strategi komunikasi di masa mendatang. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil analisis terhadap capaian program, efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan, serta kontribusi peran Account Executive, Strategist, dan Event Manager dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan kampanye.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pelaksanaan program kampanye "*Flavor and Tunes Pop*" yang bertujuan untuk meningkatkan brand awareness dan keterlibatan audiens terhadap Mami Ayam Pop, dapat disimpulkan bahwa program yang dijalankan telah terlaksana dengan baik dan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi yang mengintegrasikan aktivitas digital dengan experiential marketing melalui kegiatan *Vote Your Iftar Flavor* dan *Ramadhan Satnight Tunes* berhasil mendukung upaya Mami Ayam Pop dalam memperkenalkan brand kepada masyarakat serta membangun interaksi yang lebih dekat dengan konsumen.

Dari sisi pelaksanaan karya bidang, peran *Account Executive* berhasil mencapai seluruh Key Performance Indicator (KPI) yang telah ditetapkan. Hal ini ditunjukkan melalui keberhasilan dalam menjadi penghubung antara klien dan tim internal, menyusun notulensi rapat, menyampaikan perkembangan kampanye kepada klien, melakukan koordinasi informasi sebelum dan sesudah acara, serta menjalin komunikasi dengan pihak eksternal seperti MC dan pengisi acara. Capaian tersebut menunjukkan bahwa koordinasi dan komunikasi yang efektif mampu mendukung kelancaran pelaksanaan kampanye.

Pada peran *Strategist*, seluruh indikator kinerja juga berhasil dicapai. Strategi komunikasi yang disusun mampu mengintegrasikan promosi melalui media sosial dengan aktivitas event sehingga pesan kampanye dapat tersampaikan secara konsisten. Selain itu, penyusunan strategi konten interaktif, sinkronisasi komunikasi antar divisi, serta penyusunan instrumen evaluasi kampanye membantu memastikan pelaksanaan program berjalan secara sistematis dan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.

Dari sisi implementasi komunikasi digital, kampanye menunjukkan hasil yang positif melalui peningkatan aktivitas dan keterlibatan audiens di media sosial Mami Ayam Pop. Selama periode kampanye, berbagai konten promosi dan interaktif berhasil dipublikasikan melalui Instagram dan TikTok sehingga mampu memperluas jangkauan informasi mengenai brand. Integrasi antara aktivitas digital dan promosi event juga membantu meningkatkan eksposur kampanye kepada target audiens.

Pada peran *Event Manager*, seluruh rangkaian kegiatan berhasil dilaksanakan mulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan acara. Program Vote Your Iftar Flavor dan Ramadhan Satnight Tunes berhasil diselenggarakan sesuai konsep yang telah dirancang dengan melibatkan partisipasi audiens secara langsung. Koordinasi tim, pengelolaan operasional, serta pengawasan pelaksanaan kegiatan berjalan dengan baik sehingga acara dapat terlaksana secara efektif meskipun terdapat beberapa penyesuaian teknis di lapangan.

Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa kampanye "Flavor and Tunes Pop" berhasil mendukung tujuan utama program, yaitu meningkatkan brand awareness, memperkuat keterlibatan audiens, serta mendukung upaya Mami Ayam Pop dalam membangun citra sebagai brand kuliner yang inovatif dan memiliki daya saing di tengah persaingan industri kuliner.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan program strategi komunikasi yang telah dijalankan melalui kampanye "*Flavor and Tunes Pop*", terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan strategi komunikasi Mami Ayam Pop di masa mendatang.

Pertama, Mami Ayam Pop perlu mempertahankan dan meningkatkan pemanfaatan media sosial sebagai saluran komunikasi utama dengan menghadirkan konten yang lebih interaktif, seperti challenge, polling, live session, maupun user generated content sehingga partisipasi audiens dapat terus meningkat. Konsistensi dalam penyampaian pesan juga perlu dijaga agar positioning sebagai spesialis Ayam Pop semakin melekat di benak konsumen.

Kedua, kerja sama dengan *Key Opinion Leader (KOL)* atau *micro influencer* dapat diperluas sehingga jangkauan komunikasi menjadi lebih luas dan mampu menjangkau segmen pasar baru. Kolaborasi tersebut sebaiknya dilakukan tidak hanya pada saat pelaksanaan event, tetapi juga pada tahap pra dan pasca kampanye untuk menjaga kontinuitas eksposur brand.

Ketiga, kegiatan *brand activation* yang melibatkan pengalaman langsung konsumen perlu terus dikembangkan melalui konsep yang lebih variatif, seperti food tasting, workshop kuliner, kompetisi kreatif, maupun program loyalitas pelanggan. Aktivitas tersebut dapat meningkatkan keterlibatan emosional konsumen sekaligus memperkuat hubungan jangka panjang dengan brand.

Selain itu, evaluasi program sebaiknya dilakukan secara lebih komprehensif dengan memanfaatkan indikator digital seperti engagement rate, reach, impression, conversion, dan tingkat kepuasan peserta kegiatan. Dengan evaluasi yang lebih terukur, perusahaan dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan target audiens di masa mendatang.

5.3 Implikasi

Hasil pelaksanaan program ini memberikan implikasi bahwa strategi komunikasi yang mengintegrasikan media sosial dengan *experiential marketing* melalui kegiatan *brand activation* dapat menjadi pendekatan yang efektif bagi UMKM kuliner dalam meningkatkan *brand awareness* dan keterlibatan audiens. Pemanfaatan platform digital seperti Instagram dan TikTok yang dipadukan dengan aktivitas offline melalui program *Vote Your Iftar Flavor* dan *Ramadhan Satnight Tunes* mampu memperkuat penyampaian pesan brand sekaligus menciptakan pengalaman langsung bagi konsumen. Selain itu, koordinasi yang terintegrasi antara peran *Account Executive*, *Strategist*, dan *Event Manager* menunjukkan bahwa sinergi antar fungsi komunikasi berperan penting dalam keberhasilan pelaksanaan kampanye. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang memadukan aktivitas digital dan pengalaman langsung dapat menjadi alternatif yang efektif bagi Mami Ayam Pop maupun UMKM kuliner lainnya untuk membangun citra merek dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif.