

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan *project*, analisis, dan evaluasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *project* Tugas Akhir ini berhasil menghasilkan *promotional media kit* bagi Komunitas Satoe Atap Semarang yang terdiri atas *leaflet*, brosur, dan booklet sebagai media utama, serta didukung oleh media display (mading) dan aktivitas interaktif *Lucky Coin Challenge* pada pelaksanaan event Satoe Atap *Connect*. Seluruh media dan aktivitas promosi tersebut dirancang sebagai satu kesatuan strategi promosi untuk menarik perhatian masyarakat, mengarahkan pengunjung untuk mengunjungi *booth event*, serta memperkenalkan Komunitas Satoe Atap Semarang kepada masyarakat.

Implementasi *promotional media kit* pada event Satoe Atap *Connect* berhasil mendukung peningkatan kunjungan pengunjung ke *booth* Komunitas Satoe Atap Semarang. Jumlah kunjungan meningkat dari 35 pengunjung menjadi 46 pengunjung atau mengalami peningkatan sebesar 31,4%, sehingga target kunjungan yang telah ditetapkan dalam *Key Performance Indicator* (KPI) berhasil tercapai. Selain itu, berdasarkan hasil pasca survei, sebanyak 100% responden menyatakan bahwa *promotional media kit* efektif digunakan sebagai media komunikasi Komunitas Satoe Atap Semarang. Hasil evaluasi juga menunjukkan adanya peningkatan tingkat pemahaman masyarakat, dari 86,3% responden yang tidak mengetahui Komunitas Satoe Atap Semarang pada pra survei menjadi 84% responden berada pada kategori memahami dan sangat memahami pada pasca survei. Hasil tersebut menunjukkan bahwa selain berhasil meningkatkan kunjungan pengunjung pada event, *promotional media kit* juga efektif dalam membantu masyarakat mengenal Komunitas Satoe Atap Semarang.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi Komunitas Satoe Atap Semarang

Promotional media kit yang telah diproduksi diharapkan dapat bermanfaat secara berkelanjutan sebagai media komunikasi dalam mendukung kegiatan Komunitas Satoe Atap Semarang. Dengan demikian, beberapa saran dapat dipertimbangkan sebagai berikut.

- a. Memproduksi *promotional media kit* secara berkelanjutan dengan melakukan pembaruan edisi sesuai perkembangan program, kegiatan, dan kebutuhan informasi Komunitas Satoe Atap Semarang, sehingga media yang digunakan tetap relevan dan sesuai dengan kondisi terkini.
- b. Melakukan evaluasi atau survei persepsi masyarakat secara berkala, misalnya setiap lima tahun sekali, untuk mengetahui apakah tampilan visual, isi informasi, serta desain *promotional media kit* masih menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- c. Melakukan pembaruan desain maupun isi *promotional media kit* berdasarkan hasil evaluasi yang diperoleh, tanpa menghilangkan identitas visual utama komunitas, sehingga media tetap memiliki daya tarik sekaligus menjaga konsistensi citra Komunitas Satoe Atap Semarang.
- d. Memanfaatkan *promotional media kit* pada setiap kegiatan yang melibatkan masyarakat, seperti kegiatan sosial, sosialisasi, maupun *event* komunitas, agar penyampaian informasi mengenai profil, program, dan aktivitas Komunitas Satoe Atap Semarang dapat dilakukan secara lebih optimal.

5.2.2 Saran Bagi Pelaksana *Project* Selanjutnya

Project Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaksana *project* selanjutnya dalam mengembangkan *promotional media kit* maupun media

komunikasi lainnya pada komunitas atau organisasi sosial. Dengan demikian, beberapa saran dapat dipertimbangkan sebagai berikut.

- a. Mengintegrasikan *promotional media kit* dengan strategi komunikasi lain yang memiliki daya tarik bagi masyarakat, seperti kegiatan edukasi, kampanye sosial, atau *event* yang melibatkan tokoh publik maupun *Key Opinion Leader* (KOL). Integrasi berbagai strategi komunikasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan perhatian masyarakat terhadap kegiatan yang dilaksanakan sekaligus memperluas jangkauan penyampaian informasi mengenai komunitas.
- b. Mengembangkan bentuk media komunikasi yang lebih beragam, seperti majalah digital (*digital magazine*), dan video profil yang memuat dokumentasi kegiatan, kisah inspiratif anak binaan, serta perkembangan program komunitas. Pengembangan media tersebut diharapkan dapat melengkapi *promotional media kit* yang telah diproduksi sehingga informasi mengenai komunitas dapat disampaikan secara lebih berkelanjutan.
- c. Melakukan evaluasi *project* dengan pendekatan yang lebih panjang dengan melakukan pengukuran sebelum implementasi, setelah implementasi, serta beberapa minggu atau bulan setelah *promotional media kit* digunakan. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai keberlanjutan efektivitas *promotional media kit* sebagai media komunikasi. Selain itu, *project* serupa dapat diterapkan pada komunitas atau organisasi sosial lain sehingga hasil implementasi dan efektivitas media komunikasi dapat dibandingkan pada berbagai karakteristik organisasi.