

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Sukaria Race 2024 telah berhasil dilaksanakan sebagai salah satu strategi *brand awareness* untuk Bersukaria Tour Organizer di Kota Semarang. Melalui berbagai kegiatan, acara ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan peserta tetapi juga memperluas jangkauan audiens yang mengenal dan tertarik dengan konsep wisata interaktif yang ditawarkan. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan, peran *Data Executive* dan *Liaison Officer* berkontribusi signifikan dalam mendukung keberhasilan acara.

Sebagai *Data Executive*, berbagai tugas yang dilakukan mencakup pengelolaan data peserta sejak pendaftaran hingga pasca-acara. Dari total target 42 peserta yang ditetapkan, acara ini berhasil menarik 53 peserta, dengan tingkat kehadiran sebesar 81,13%. Selain itu, survei pasca-acara yang dikumpulkan menunjukkan bahwa 71,7% peserta baru mengenal Bersukaria Tour Organizer melalui Sukaria Race 2024. Data ini menunjukkan bahwa acara ini efektif dalam memperkenalkan *brand* kepada mahasiswa dan memperluas segmentasi pasar Bersukaria Tour Organizer.

Sebagai *Liaison Officer*, peran utama yang dijalankan adalah memastikan koordinasi yang baik dengan mitra dan sponsor, termasuk Toko Ola dan Sanggar Tari Sobokartti. *Liaison Officer* juga bertanggung jawab dalam mengelola komunikasi dengan media serta memastikan bahwa peserta dan pengisi acara mendapatkan pengalaman terbaik selama kegiatan berlangsung. Kolaborasi dengan media sosial dan publikasi berita di 14 media online juga membantu meningkatkan visibilitas acara, memperkuat citra Bersukaria Tour Organizer sebagai penyelenggara wisata kreatif dan edukatif.

Dari aspek efektivitas promosi, hasil survei sebelum dan sesudah acara menunjukkan peningkatan *brand awareness* sebesar 23,84%, dari 55,4% sebelum acara menjadi 79,24% setelah acara. Selain itu, minat para

peserta terhadap penggunaan jasa *tour organizer* juga mengalami peningkatan signifikan, dari 36,4% sebelum acara menjadi 94,3% setelah acara, menunjukkan bahwa pengalaman dalam Sukaria Race 2024 berhasil menarik perhatian peserta terhadap layanan Bersukaria Tour Organizer. Dengan pencapaian ini, Sukaria Race 2024 dapat dikatakan sukses dalam mencapai tujuan utama, baik dari segi peningkatan jumlah peserta maupun kesadaran terhadap Bersukaria Tour Organizer.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas penyelenggaraan acara di masa mendatang yaitu:

1. Berdasarkan hasil survei pasca-acara, terbatasnya waktu promosi menyebabkan cakupan audiens yang bisa dijangkau kurang maksimal. Disarankan agar kampanye promosi dilakukan lebih awal, minimal dua bulan sebelum acara berlangsung. Pemanfaatan *Instagram Ads* atau kolaborasi dengan lebih banyak *influencer* di bidang wisata dan edukasi juga dapat meningkatkan jangkauan target peserta.
2. Evaluasi berbasis data sangat penting dalam mengukur keberhasilan acara. Penggunaan survei pasca-acara dan analisis statistik dapat membantu penyelenggara memahami dampak acara serta aspek yang perlu diperbaiki. Dengan data yang akurat, penyelenggaraan acara di masa depan dapat lebih efektif dan sesuai dengan harapan peserta.
3. Peran Kehumasan sangat penting dalam menjembatani komunikasi antara penyelenggara, peserta, dan mitra acara. Oleh karena itu, bagi *event organizer* yang ingin menyelenggarakan acara serupa, disarankan untuk menyiapkan tim *liaison* atau kehumasan yang terlatih dalam komunikasi interpersonal serta memiliki pemahaman teknis mengenai acara yang diselenggarakan