

BAB V

PENUTUP

Bab ini menyajikan ringkasan menyeluruh dari seluruh aktivitas yang telah dilaksanakan, mencakup kesimpulan mengenai pencapaian dan evaluasi selama proses berlangsung. Penulis merefleksikan pengalaman, tantangan, serta pembelajaran yang diperoleh selama menjalankan peran sebagai Content Planner, Administration Manager, dan Photographer. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas kegiatan serupa di masa mendatang, baik dalam perencanaan strategi, manajemen administrasi, maupun dokumentasi visual. Keseluruhan pengalaman ini diharapkan dapat menjadi bekal untuk pengembangan keterampilan dan profesionalisme di bidang terkait.

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan implementasi strategi komunikasi pemasaran yang telah dilaksanakan, optimalisasi media sosial dan event marketing memainkan peran krusial dalam meningkatkan brand awareness El-Gelato di Kota Semarang. Sebelum strategi ini diterapkan, kesadaran merek terhadap El-Gelato tergolong rendah, ditunjukkan oleh banyaknya responden yang belum mengenal brand tersebut. Namun, setelah penerapan strategi, terjadi peningkatan signifikan dalam interaksi digital dan partisipasi masyarakat pada event yang diselenggarakan. Strategi media sosial yang mencakup pembuatan konten informatif, promosi melalui Key Opinion Leaders (KOL) yang relevan, serta pemanfaatan platform Instagram dan tiktok memberikan dampak positif terhadap visibilitas merek.

Pemilihan KOL yang sesuai dengan target audiens El-Gelato berhasil meningkatkan brand awareness dan engagement. Selain itu, event marketing seperti Craft & Play with El-Gelato dan Poundfit X El-Gelato berhasil menciptakan pengalaman langsung bagi audiens, memperkuat keterikatan emosional dengan brand. Aktivasi media sosial yang dilakukan secara rutin menghasilkan peningkatan engagement dan reach yang signifikan. Interaksi dengan audiens di media sosial berlangsung secara konsisten dan terstruktur, membantu memperluas jangkauan merek. Dengan demikian, strategi komunikasi yang diterapkan terbukti efektif dalam meningkatkan brand awareness El-Gelato di Semarang, menghasilkan dampak positif yang dapat terus dikembangkan untuk memperluas jangkauan merek di masa mendatang.

4.2 Saran

Sebagai langkah lanjutan dari kegiatan ini, terdapat beberapa rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh El-Gelato untuk mempertahankan dan meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran yang telah dijalankan. Rekomendasi ini difokuskan pada optimalisasi strategi media sosial, penguatan kerja sama dengan Key Opinion Leaders (KOL), pengembangan event marketing, evaluasi berkelanjutan, serta penguatan identitas merek. Dengan penerapan rekomendasi ini secara berkelanjutan, diharapkan El-Gelato dapat terus berkembang dan memperluas jangkauan pasar di industri gelato di Kota Semarang.

4.2.1 Pemanfaatan Platform Media Sosial Yang Lebih Luas

Pengembangan konten dengan membuat konten yang menarik dan relevan terhadap target pasar keluarga, seperti resep gelato rumahan, tips memilih gelato untuk anak-anak, atau promosi spesial untuk keluarga. Diversifikasi platform, menggunakan platform media sosial yang populer di kalangan keluarga, seperti Instagram dan Tiktok untuk mempromosikan El Gelato.

Melakukan analisis terhadap tren yang sedang berkembang di media sosial dan sesuaikan strategi dengan konten yang sedang populer, seperti menggunakan fitur Instagram Reels, tiktok video atau hashtag trending yang relevan dengan produk dan segmen pasar. Membuat konten yang interaktif dengan menggunakan fitur interaktif di media sosial seperti polling, kuis, atau sesi tanya jawab (Q&A) secara aktif untuk melibatkan keluarga sebagai audiens target, serta memberikan hadiah atau promo bagi pengikut yang aktif berpartisipasi. Kolaborasi bersama *Influencer*, lakukan kolaborasi dengan influencer lokal yang memiliki pengaruh pada keluarga di Semarang guna memperkuat brand positioning.

4.2.2 Pengembangan Event Management Yang Lebih Terarah

Event berbasis keluarga, mengorganisir acara-acara yang menarik bagi keluarga, seperti festival gelato, kontes membuat gelato, atau acara khusus untuk anak-anak. Dengan menyelenggarakan acara yang melibatkan kegiatan keluarga seperti lomba memasak, workshop seni untuk anak-anak, atau event bersama keluarga di mana El Gelato menjadi sponsor atau penyedia produk. Dengan acara seperti ini, brand akan lebih mudah terhubung dengan audiens. Serat melakukan kolaborasi dengan komunitas lokal. Menggandeng komunitas atau organisasi lokal yang memiliki anggota keluarga yang besar untuk berkolaborasi dalam

acara-acara sosial atau charity event. Hal ini bisa memperluas jangkauan brand dan menunjukkan kepedulian El Gelato terhadap masyarakat. Pengadaan Event Hybrid (Online & Offline) dengan menyediakan acara yang dapat diikuti secara langsung maupun daring. Memanfaatkan event sebagai sarana konversi penjualan dengan menawarkan promo eksklusif bagi peserta yang hadir.

4.2.3 Evaluasi dan Pengukuran Kampanye

Melakukan analisis data digital secara berkala dengan memanfaatkan Instagram Insight, Tiktok Analytics, serta menggunakan analisis media sosial lainnya untuk menilai efektivitas strategi komunikasi. Dan menggunakan *Key Performance Indicator* (KPI) yang terstruktur, dalam menganalisis jumlah pengikut, tingkat engagement, serta konversi dari strategi pemasaran ke penjualan.

4.2.4 Desain Kreatif Yang Lebih Fokus Pada Keluarga

Desain ramah keluarga, memastikan bahwa seluruh materi promosi, baik digital maupun cetak, memiliki desain yang ramah keluarga, dengan warna-warna cerah, ilustrasi anak-anak, atau tema yang menarik untuk segala usia. Fokus pada desain yang bisa menarik perhatian orang tua sekaligus menyenangkan anak-anak.

4.2.5 Strategi Sponsorship Yang Lebih Cerdas

Melakukan kemitraan dengan brand lain, mencoba untuk bekerja sama dengan brand atau produk lain yang melayani segmen keluarga, seperti merek mainan anak-anak, sekolah, atau tempat hiburan keluarga. Ini akan membantu meningkatkan visibilitas merek di kalangan target audien. Evaluasi dan pengukuran efektivitas sponsorship, evaluasi terhadap kemitraan sponsorship

yang sudah dilakukan. Melalui data dan feedback dari event guna untuk bisa mengetahui seberapa besar dampak sponsorship terhadap brand *awareness*, serta apa yang bisa diperbaiki di event berikutnya.

4.2.6 Optimalisasi Videographer Untuk Menunjang Brand Awareness

Membuat konten video yang lebih inspiratif, seperti cerita tentang bagaimana El Gelato berkontribusi dalam kebahagiaan keluarga atau video yang menunjukkan keunikan produk dalam kegiatan keluarga. Cerita yang positif akan lebih mudah dikenang dan dapat membantu memperkuat brand positioning. *Behind the Scenes* dan testimoni, dengan menyajikan konten video *behind the scenes* dari proses pembuatan produk El Gelato atau testimoni dari pelanggan yang merupakan keluarga. Ini akan memberikan kesan transparansi dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens. Melakukan *Live Streaming* Menggunakan live streaming selama acara atau promosi di media sosial dapat meningkatkan keterlibatan audiens secara langsung, terutama saat acara diadakan secara offline dan ingin menjangkau audiens lebih luas.