

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan evaluasi terhadap implementasi strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan adopsi aplikasi LIBAS (Polisi Hebat Semarang), dapat disimpulkan bahwa pendekatan *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang diterapkan menunjukkan hasil yang bervariasi, tergantung pada jenis strategi yang digunakan.

Talkshow di Jateng Radio berhasil menarik partisipasi audiens, namun kurang efektif dalam meningkatkan jumlah unduhan aplikasi karena jangkauan yang terbatas. Sosialisasi di SMA Kesatrian 1 Semarang terbukti sangat efektif, dengan peningkatan pemahaman sebesar 27% dan lebih dari 100 unduhan. Pemasaran langsung kepada masyarakat RW cukup efektif, mencapai tingkat konversi 70%, meskipun terkendala oleh keterbatasan kuota internet. Kampanye media sosial di TikTok sangat efektif, dengan tingkat keterlibatan (*engagement rate*) mencapai 6.520,5%, berhasil menarik perhatian audiens muda secara organik. Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang terintegrasi berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang aplikasi LIBAS, meskipun masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam hal jangkauan dan efektivitas.

5.2 Saran

Setelah melakukan evaluasi, terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi pemasaran aplikasi LIBAS di masa depan. Untuk *Talkshow* di Radio, disarankan agar dilakukan penyaringan pertanyaan sebelum sesi tanya jawab dan memilih stasiun radio dengan jangkauan yang lebih tepat di wilayah Semarang, serta mendistribusikan rekaman *talkshow* melalui platform digital. Sosialisasi di SMA dapat diperbaiki dengan menggunakan metode yang lebih interaktif, seperti simulasi langsung, dan memperluas jangkauan ke lebih banyak sekolah. Pemasaran Langsung kepada

Masyarakat RW perlu menyediakan akses internet atau *hotspot* selama sosialisasi dan mengoptimalkan aplikasi agar lebih ringan. Selain itu, Kampanye Media Sosial memerlukan analisis konten yang lebih mendalam serta perencanaan jadwal yang fleksibel untuk mengatasi kesibukan para *talent*. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan strategi komunikasi dapat menjadi lebih efektif.

5.3 Implikasi

Implementasi strategi komunikasi pemasaran untuk aplikasi LIBAS memiliki pengaruh yang signifikan terhadap praktik komunikasi pemasaran, terutama dalam konteks layanan publik yang memanfaatkan teknologi.

Pendekatan *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang menggabungkan berbagai teknik komunikasi terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan penggunaan produk atau layanan. Konten yang dirancang khusus untuk audiens target, terutama generasi muda yang aktif di media sosial, menunjukkan pentingnya pemahaman terhadap karakteristik dan preferensi mereka dalam merumuskan strategi komunikasi.

Aplikasi LIBAS, sebagai terobosan dalam layanan publik berbasis teknologi, membuktikan bahwa teknologi dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi dalam layanan kepolisian. Namun, diperlukan upaya yang berkelanjutan untuk membangun kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap teknologi ini. Proses evaluasi yang dilakukan setelah setiap kegiatan juga menekankan pentingnya pemantauan dan penyesuaian strategi berdasarkan umpan balik yang diterima, sehingga strategi komunikasi dapat terus diperbaiki dan disesuaikan dengan kebutuhan audiens. Dengan demikian, pendekatan komunikasi yang terintegrasi dan berbasis data akan menjadi kunci untuk mendorong adopsi aplikasi LIBAS dan layanan publik berbasis teknologi lainnya dikedepannya.