

BAB V

PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan dan saran berdasarkan pengalaman penulis dalam menjalankan peran sebagai Media Strategist dan Production Manager dalam upaya meningkatkan branding awareness E-Radio Semarang. Selain itu, bab ini juga mengulas berbagai temuan yang diperoleh selama pelaksanaan tugas, yang dapat menjadi referensi bagi berbagai pihak dalam mengelola strategi produksi dan media untuk memperkuat eksistensi serta jangkauan E-Radio Semarang.

5.1. Kesimpulan

E-Radio Semarang merupakan inisiatif digital yang dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kota Semarang sebagai platform informasi dan hiburan berbasis streaming. Meskipun telah diterapkan berbagai strategi pemasaran digital, tingkat kesadaran masyarakat terhadap E-Radio masih perlu ditingkatkan.

Kampanye yang dijalankan bertujuan meningkatkan brand awareness melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial, event marketing, dan kemitraan strategis. Melalui strategi Integrated Marketing Communication (IMC), berbagai pendekatan seperti Social Media Paid Ads, Influencer Marketing, Direct Marketing, dan Press Release telah digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Hasil dari kampanye ini menunjukkan peningkatan engagement di media sosial, pertumbuhan jumlah pengikut, serta peningkatan eksposur di berbagai kanal berita. Selain itu, kerja sama dengan media partner dan komunitas lokal juga memberikan kontribusi signifikan dalam memperkuat posisi E-Radio Semarang sebagai media informasi terpercaya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran bagi pihak yang ingin melaksanakan kegiatan serupa. Berikut beberapa saran yang dapat diterapkan:

1. Pastikan setiap kegiatan memiliki tujuan yang jelas, strategi yang terarah, dan jadwal yang terstruktur untuk mencapai hasil yang optimal.
2. Gunakan media sosial secara maksimal dengan strategi pemasaran digital, termasuk paid ads, konten interaktif, dan kolaborasi dengan influencer.
3. Bangun hubungan dengan media partner, komunitas, dan sponsor untuk meningkatkan jangkauan serta efektivitas kampanye.
4. Lakukan analisis terhadap hasil kegiatan agar dapat mengidentifikasi keberhasilan dan area yang perlu diperbaiki untuk kegiatan berikutnya.
5. Pastikan kegiatan yang dilakukan melibatkan target audiens dengan cara yang menarik, seperti event interaktif, giveaway, atau kampanye berbasis komunitas.
6. Gunakan metrik yang jelas untuk mengevaluasi efektivitas strategi yang telah diterapkan, seperti jumlah engagement, peningkatan followers, dan partisipasi dalam event.

Berdasarkan hasil evaluasi kampanye, Adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan yang nantinya dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran E-Radio Semarang ke depan:

1. Aktivitas pemasaran di media sosial perlu lebih konsisten dengan strategi konten yang relevan dan terjadwal dengan baik.
2. Kolaborasi dengan influencer yang memiliki basis pengikut sesuai dengan target pasar E-Radio dapat meningkatkan efektivitas kampanye.
3. Fitur interaktif seperti sesi tanya jawab atau polling dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan loyalitas pendengar.

4. Kegiatan event offline yang lebih beragam dan melibatkan lebih banyak komunitas dapat menjadi strategi efektif untuk memperluas jangkauan E-Radio.
5. Melakukan evaluasi berkala terhadap strategi pemasaran. Monitoring dan analisis data harus dilakukan secara berkala untuk menyesuaikan strategi dengan tren dan kebutuhan audiens.

5.3. Implikasi

Hasil dari kampanye ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang terintegrasi memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan brand awareness E-Radio Semarang. Keberhasilan kampanye ini menegaskan pentingnya koordinasi dengan berbagai stakeholder, termasuk sponsor dan media partner, yang berkontribusi dalam memperluas jangkauan promosi. Selain itu, optimalisasi penggunaan media sosial menjadi faktor utama dalam menarik perhatian audiens yang lebih luas, sehingga strategi digital marketing perlu terus dikembangkan dan disesuaikan dengan tren yang ada. Evaluasi dan adaptasi strategi pemasaran juga menjadi aspek penting agar pendekatan yang digunakan tetap relevan dan efektif dalam menjangkau target audiens.

Selain itu, pemanfaatan event marketing yang melibatkan komunitas dan kolaborasi dengan influencer terbukti efektif dalam meningkatkan engagement dan keterlibatan masyarakat. Keberhasilan dalam menjalin kerja sama dengan berbagai pihak juga menjadi indikator penting bahwa kolaborasi lintas sektor dapat memperkuat posisi E-Radio Semarang sebagai media komunikasi publik yang kredibel. Dengan strategi yang lebih matang dan berkelanjutan, diharapkan E-Radio Semarang dapat semakin dikenal dan berperan sebagai sumber informasi yang relevan bagi masyarakat Kota Semarang.