

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan, saran, berikut dengan implikasinya dari pelaksanaan karya bidang kampanye komunikasi pemasaran dalam meningkatkan *brand awareness* dan jumlah *member* Gatsoe Fitness melalui *push and pull strategy* di Kota Semarang.

5.2 KESIMPULAN

Kampanye Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan *Brand Awareness* dan Jumlah *Member* Gatsoe Fitness melalui *Push and Pull Strategy* di Kota Semarang secara menyeluruh telah terlaksana dengan baik selama 10 minggu yang dimulai sejak tanggal 24 Februari 2025 sampai dengan 5 Mei 2025. Baik dari seluruh anggota tim karya bidang yang terlibat, maupun klien, serta para pihak eksternal senantiasa menjalin koordinasi dengan lancar dan mulus pada masa berjalannya kampanye ini. Banyak sekali ilmu yang diimplementasikan oleh penulis beserta timnya dari mengadopsi mata kuliah seperti Desain Komunikasi Visual, *Public Relations*, *Public Speaking*, Strategi Kreatif, Strategi Media, Penulisan Kreatif, dan sebagainya yang menjadi bekal serta bermanfaat.

Gatsoe Fitness merupakan tempat pusat kebugaran di Kota Semarang yang masih baru beroperasi. Oleh sebab itu, kampanye komunikasi pemasaran yang telah dilaksanakan untuk Gatsoe Fitness Semarang ialah untuk meningkatkan *brand awareness* dari mulanya 30,9 persen namun setelah masa kampanye menjadi 77,3 persen. Selain itu, tercapai pula tujuan pemasaran dari *project* ini dengan meningkatnya jumlah *member* sebesar 28 persen. Dimana awalnya jumlah *member* Gatsoe Fitness selama 10 minggu hanya 135, namun setelah masa kampanye dilakukan terjadi kenaikan menjadi 172 *member*. Maka dengan demikian, penulis dapat menyimpulkan jika Gatsoe Fitness saat ini sudah siap menghadapi kenaikan jumlah *member* pada periode berikutnya.

Project Manager, *Sponsorship Manager*, dan *Liaison Officer* telah bertanggung jawab penuh atas keberlangsungan taktik dan strategi selama masa kampanye komunikasi pemasaran ini sehingga keseluruhan *objectives* dapat tercapai sesuai dengan yang ditargetkan. Meski penulis sesekali tidak terlepas dari

hambatan yang dialaminya, namun hal tersebut berhasil teratasi dengan baik. Keberjalanan dari *project* karya bidang ini memberikan kontribusi yang berarti mengenai pengertian bahwa media sosial yang aktif dari sebuah perusahaan itu penting dan bentuk pemasaran lain di luar media sosial sebagai alat kampanye komunikasi juga mendukung perusahaan mencapai tujuan *awareness*-nya.

5.2 SARAN

Berikut ini beberapa saran yang dapat diuraikan dari sisi penulis kepada pihak klien maupun pihak lain yang berkepentingan, antara lain :

1. **Konsisten aktif pada media sosial Instagram.**

Gatsoe Fitness memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan lebih baik lagi karena meskipun saat ini merupakan pemain baru di bidang pusat kebugaran, namun *brand awareness*-nya yang saat ini sudah melonjak perlu adanya konsistensi dan pengoptimalan mulai dari segi konten yang aktif di media sosial maupun menjadi bagian sponsor dari *event – event* kebugaran.

2. **Menindaklanjuti penawaran *Employee Membership Program*.**

Melakukan *follow up* pada *corporates* yang telah dikirimkan surat penawaran *Employee Membership Program*. Hal ini sangat perlu untuk dilakukan dan dikembangkan karena beberapa *corporates* telah aktif menanyakan tawaran program tersebut sehingga terindikasi sudah mencapai tahap *desire*. Oleh sebab itu, melakukan *follow up* dapat berpotensi membuat calon konsumen berminat menjadi *member*.

3. **Perencanaan sponsor dan promosi dalam waktu lebih panjang.**

Apabila di kemudian hari Gatsoe Fitness ingin kembali melaksanakan *event* dengan jumlah peserta yang lebih banyak sebagai wujud *brand activation*, sangat disarankan persiapan pencarian sponsor dan negosiasi untuk *event* dengan waktu yang lebih panjang supaya memungkinkan kolaborasi yang lebih matang antara kedua pihak. Hal tersebut juga berhubungan dengan poster sebagai materi promosi agar lebih maksimal menarik perhatian dan partisipasi khalayak karena disosialisasikan tidak mendadak.

5.3 IMPLIKASI

Berjalannya Kampanye Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan *Brand Awareness* dan Jumlah *Member* Gatsoe Fitness melalui *Push and Pull Strategy* di Kota Semarang tentu memiliki implikasi yang esensial pada praktek peran seorang *Project Manager*, *Sponsorship Manager*, dan *Liaison Officer*. Ketiga peranan tersebut menuntut kemampuan praktek manajerial dan komunikasi interpersonal yang baik, hingga ketajaman dalam membuat keputusan pada waktu yang terbatas. Sebagai *Project Manager*, penulis belajar menyusun prioritas dan menangani beragam konflik yang hadir mulai dari internal maupun profesional. Menjadi sosok yang fleksibel dan mengedepankan rasa empati terhadap klien maupun anggota tim selama *project* berjalan menjadi implikasi terbesar. Sebagai *Sponsorship Manager* memberikan pengalaman bahwa bentuk *support* sponsor yang terbaik ialah relasi menguntungkan kedua pihak yang mana tidak terukur hanya dengan nominal angka yang besar. Proses pendekatan dengan mitra menjadi letak pentingnya kemampuan komunikasi persuasif, dimana penulis seolah selalu diingatkan bahwa sennatiasa lekat reputasi dan kredibilitas Gatsoe Fitness yang harus dijaga. Sedangkan sebagai *Liaison Officer*, menghadapi situasi yang dinamis membuat penulis harus *fast response* dan cekatan. Implikasi utama dari peranan ini dengan memiliki kepekaan lebih baik demi komunikasi yang tetap berjalan baik.