

BAB V

PENUTUP

Bab Penutup berisi kesimpulan, saran dan implikasi. Kesimpulan merangkum rumusan masalah yang telah ditetapkan dan pelaksanaan program. Saran memberikan rekomendasi praktis untuk institusi klien terkait program komunikasi di masa depan. Sedangkan implikasi menjelaskan beberapa aspek pelaksanaan program komunikasi yang berimplikasi pada praktik komunikasi secara umum.

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah didapatkan dari klien dan survei di komunitas dan organisasi, tim karya bidang telah mendapatkan permasalahan yang dibutuhkan untuk diselesaikan melalui program karya bidang ini. Data yang telah didapatkan tersebut membawa tim karya bidang kepada sejumlah strategi yang sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai. Strategi ini dijalankan selama 7 minggu dengan menggunakan berbagai media komunikasi pemasaran. Dari pelaksanaan program karya bidang ini tim berhasil mencapai tujuan yang diharapkan yakni memunculkan *product knowledge* dan minat beli dari segman komunitas dan organisasi terhadap Event Space Kotta Hotel Semarang. Pencapaian *product knowledge* dilihat dari kemampuan pengetahuan target terhadap informasi mengenai *event space* dan pencapaian minat beli dilihat dari tercapainya minat eksploratif, minat referensial, dan minat transaksional. Minat beli transaksional menjadi tahap paling akhir dan tujuan paling besar di dalam karya bidang ini. Tim berhasil memunculkan sebanyak 3 minat transaksional yakni penyewaan *event space* oleh 3 komunitas yang ada di Kota Semarang. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa tim karya bidang telah berhasil menyelesaikan program karya bidang dan mencapai setiap tujuan yang diharapkan.

5.2 SARAN

Setelah menyelesaikan program karya bidang, tim tentunya mendapatkan pengetahuan dan pengalaman selama menyelesaikan seluruh strategi. Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, tim karya bidang mendapatkan sejumlah saran yang diperuntukkan kepada klien sebagai rekomendasi program komunikasi yang dapat dijalankan kedepannya. Beberapa saran tersebut sebagai berikut :

a. Saran penggunaan konten tren & jangan terlalu flat (konsep dan caption)
Berdasarkan hasil kegiatan dan temuan di lapangan, tim menyarankan kepada pihak klien untuk mempertimbangkan penggunaan konsep konten yang mengikuti tren sehingga konten dapat masuk ke dalam algoritma tren yang sedang banyak dicari yang membuat *views* dari konten tersebut menjadi meningkat. Penggunaan caption yang juga asik dan kekinian dapat memancing interaksi dengan calon konsumen di media sosial.

b. Saran untuk penyelenggaraan acara bulanan Kotta harus lebih variatif
Jika dilihat dari acara bulanan yang telah diselenggarakan oleh Kotta Hotel Semarang selama ini kebanyakan berasal dari komunitas kesehatan seperti Yoga. Tim merekomendasikan kepada klien untuk memperluas pasar dengan mencoba membuat acara bulanan dengan berkolaborasi bersama jenis komunitas lainnya, seperti pendidikan, kecantikan, seni, *wedding organizer* dan hiburan. Rekomendasi ini diambil dari hasil obrolan bersama dengan peserta di acara Jelakom Semarang yang memiliki antusiasme tinggi saat *mini tour hotel*.

c. Saran harus lebih banyak konten yang menjelaskan ES secara detail
Tim karya bidang sangat menyadari bahwa promosi mengenai event space masih sangat sedikit di media sosial milik Kotta Hotel Semarang. Oleh sebab itu, tim memberikan saran kepada klien untuk lebih memperbanyak konten event space yang menjelaskan informasi detail terkait fasilitas yang dimiliki oleh Event Space Kotta Hotel Semarang. Selain itu, tim juga melihat bahwa klien jarang membuat video semacam *aftermovie* atau *recap* kegiatan apa saja yang telah diadakan di Event Space Kotta Hotel Semarang, sehingga tidak banyak Gambaran mengenai penggunaan event space ini. Maka dari itu tim merekomendasikan kepada klien untuk membuat *recap* baik dalam bentuk video ataupun foto saat terdapat acara-acara yang berlangsung di Event Space Kotta Hotel Semarang.

5.3 IMPLIKASI

Pada bagian ini akan dijelaskan dampak langsung hasil temuan dari kegiatan program karya bidang yang dapat menjadi data bagi klien.

1. Program karya bidang ini berfokus pada product knowledge dimana ketika target audiens memiliki knowledge yang baik mengenai maka berpotensi

memunculkan minat beli. Berdasarkan hasil dari kegiatan karya bidang ini, event offline menjadi media komunikasi pemasaran yang cocok untuk digunakan jika klien ingin menciptakan product knowledge di target konsumen berikutnya. Adanya *event offline* ini juga membuat target dapat merasakan langsung bagaimana keadaan dari event space jika digunakan sebagai tempat acara. Sesuai dengan keinginan dari Kotta Hotel Semarang yang memiliki misi untuk menjadi hotel dengan banyak acara di dalamnya, acara bulanan dengan mengundang atau berkolaborasi dengan jenis komunitas lainnya dapat membuat pasar dari event space meluas dan dengan diadakan langsung di *event space* maka akan memberikan potensi lebih besar untuk munculnya minat beli.

2. Pembuatan konten menjadi salah satu strategi di dalam program karya bidang ini. Tim mencoba untuk lebih berani menggunakan konten-konten yang sedang tren dan menarik untuk meningkatkan insight media sosial Kotta Hotel Semarang. Hasil dari kegiatan tersebut terbukti berhasil membuat sejumlah konten yang diproduksi oleh tim mendapatkan views yang banyak dibandingkan dengan konten-konten Kotta Hotel lainnya. Sehingga dengan penggunaan konsep konten yang tren dan menarik berhasil dan berpengaruh dalam peningkatan *insight* konten dan akun.