

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang diambil dari kegiatan karya bidang yang telah dijalani selama ini. Kesimpulan yang diambil mengacu kepada manfaat akademis yang ingin dicapai selama pelaksanaan karya bidang ini. Dengan kata lain menerapkan materi yang telah diterima selama masa perkuliahan yaitu mata kuliah komunikasi pemasaran dan event management.

Dengan berjalannya karya bidang ini, penulis menerima pengalaman dan pemahaman baru mengenai terjun langsung kepada proses *marketing communication* yang berada pada sistem media televisi. Bekerja sebagai *marketing communication* target yang tercapai pada dua hal. Pertama, terciptanya *awareness* mencapai 50% dari 200 orang penonton Cakra Semarang TV terhadap program Bicara Karya. Kedua, yaitu tertutupnya biaya produksi program Bicara Karya dengan strategi marketing yang telah dijalankan.

5.1. Kesimpulan

Selain target yang dicapai penulis juga memiliki harapan lain dalam menjalankan karya bidang ini yaitu dalam hal manfaat akademis. Penulis dapat menerapkan langsung ilmu yang selama ini penulis dapatkan selama dibangku perkuliahan Ilmu Komunikasi khususnya pada mata kuliah komunikasi strategis. Dengan terjun langsung ke dunia marketing yang sesungguhnya dalam hal ini pemasaran dalam media televisi mengharuskan penulis untuk terampil dalam

melakukan inovasi yang dengan harapan dapat digunakan untuk perkembangan pemasaran dunia televisi untuk kedepannya.

Dalam tiga bulan pelaksanaan karya bidang, markom mampu memenuhi target yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu menciptakan *awareness* pada target *audience* Cakra Semarang TV terhadap program Bicara Karya. Untuk mewujudkan target *awareness* tersebut, markom membuat strategi perencanaan dari mulai membuat media sosial khusus untuk program Bicara Karya sampai membuat *event offline* yang juga merupakan sarana fasilitas bagi *audience* program Bicara Karya agar dapat merasakan *user experience* dengan konsep yang diangkat oleh program Bicara Karya itu sendiri. Dengan segala rancangan promosi yang dijalankan tersebut, berdampak pada tercapainya target 50% *awareness*. Dari riset yang dilakukan sebanyak 82.13% dari 200 orang penonton Cakra Semarang TV mengetahui dan mengerti mengenai adanya program baru di Cakra Semarang TV, yaitu program Bicara Karya.

Untuk menutup biaya produksi, yang dilakukan oleh markom adalah menjual spot promosi yang dimiliki oleh Cakra Semarang TV dengan pengemasan kembali *rate card* yang dimiliki oleh Cakra Semarang TV dipadukan dengan promosi yang menggunakan media baru sehingga paket promosi yang ditawarkan akan menjadi lebih optimal dan menarik dimata target sponsor. Dengan paket sponsorship baru yang telah disetujui tersebut markom mampu mendatangkan empat perusahaan yang mengisi spot promosi dan satu perusahaan yang meng-cover alat produksi.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademik

Karya bidang memberi kesempatan mahasiswa untuk belajar langsung dengan praktik *marketing communication* di dunia kerja sesungguhnya. Dengan memilih karya bidang, mahasiswa dituntut untuk dapat menyesuaikan perkembangan marketing yang ada. Dengan begitu disarankan buku-buku sistem penyampaian ilmu dalam perkuliahan seharusnya juga mengikuti perkembangan zaman, begitupun dengan sisi mahasiswanya yang harus inisiatif dalam mencari perkembangan terbaru dalam dunia ilmu pengetahuan dan juga lebih kritis dalam mencerna ilmu yang disampaikan.

5.2.2. Saran Kepada Pihak Cakra Semarang TV

Media televisi yang memiliki *prestige* tersendiri dapat menjadi kekuatan Cakra Semarang TV untuk terus dapat berinovasi dalam segi konten maupun strategi marketingnya. Memperbaharui *rate card* yang dimiliki menjadi penawaran yang mengadopsi media baru sebagai salah satu *marketing tools* dapat menjadi solusi untuk inovasi yang dilakukan setelahnya.

5.2.3. Saran Kepada Masyarakat

Untuk masyarakat umum hendaknya tetap memantau perkembangan pertelevisian khususnya televisi lokal agar terjaganya selalu konten yang televisi sajikan untuk masyarakat banyak. Pada sisi komersilnya bagi masyarakat yang memiliki usaha agar tidak ragu untuk menggunakan media televisi lokal dalam

menjadikannya salah satu media promosi untuk produk yang ingin dipasarkan. Selain tarif yang sangat terjangkau, timbal balik yang dihasilkan juga dapat dirasakan sebanding dengan tarif yang sudah dikeluarkan.