

## **BAB V**

### **KESIMPULAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul Strategi Pengelolaan *Event Online* RadioFest 2021 dalam Mencari Penyiar Radio adalah Mahaka Radio Integra (MARI) sebagai pihak penyelenggara Mahaka Radio Integra melakukan tahap *research*, dimana di tahap ini MARI menentukan tujuan utamanya apa, *target audiencesnya* siapa, perkiraan *budgetnya* yang akan dikeluarkan berapa, dan *digital promotionnya* menggunakan apa. RadioFest 2021 memiliki tujuan utama untuk mencari penyiar radio anak muda umur 20-30 tahun, budget yang dikeluarkan sekitar 200-400 juta rupiah atau 60%-70% jika dibuat *full offline event*, dan untuk *digital promotionnya* MARI menggunakan *sosial media all station radio* MARI guna untuk *ngeboost* promosi RadioFest 2021, bekerjasama dengan makro mikro *KOL (Key Opinion Leader)* dan juga kerjasama dengan media *online* seperti Fimela, Kumparan, dll.

Lalu ditahap selanjutnya Mahaka Radio Integra menentukan konsep acara, dekorasi acara dan *platform* media apa yang akan digunakan ketika hari H *event* berlangsung. Konsep RadioFest 2021 sendiri #LebihBaikBarengan dimana didalamnya ada 3 segmen acara yaitu *Mind, Music, Market*. Untuk dekorasi acara sendiri karena RadioFest 2021 ini *target audiencesnya* adalah anak muda, maka dekorasinya pun juga dipilih yang mewakili anak muda mulai dari warna, pencahayaan dan konsep penataan ruangan. Lalu *platform* media yang digunakan adalah *Youtube*, karena RadioFest 2021 ini adalah *event* berbasis *online* maka dipilahlah *platform* media yang mudah diakses dan sering digunakan oleh khalayak pada saat itu. Melalui hasil *survey* dan diskusi, diputuskan lah menggunakan *platform* media *Youtube* untuk siaran pada hari H berlangsung, dan *channel Youtube* yang digunakan adalah *channel Youtube* dari Gen 98.7 fm, tahap ini dinamakan tahap *Design*.

Selanjutnya masuk ke tahap perencanaan atau *Planning*, dimana di tahap ini MARI menentukan penjadwalan acara, *venue* yang akan digunakan dan juga pengisi acaranya ada siapa aja. RadioFest 2021 ini sudah direncanakan dari satu tahun sebelumnya (2020) tapi pada saat itu masih keluar hasil diskusi bahwa RadioFest 2021 akan diselenggarakan pada kuartal 4 tahun 2021 atau akhir tahun (Desember), karena pihak penyelenggara masih ingin melihat peluang apakah dapat dibuat secara *offline*. Namun seiring berjalannya waktu dan angka Covid-19 masih terus meningkat maka diputuskanlah RadioFest 2021 diselenggarakan

secara *full online* dan jatuh pada tanggal 12 Desember 2021 bertepatan dengan HARBOLNAS (Hari Belanja *Online* Nasional) tujuannya untuk mengambil momentum ketika orang sedang aktif dengan *gadgetnya* pada saat itu. Lalu untuk *venue* sendiri, RadioFest 2021 menggunakan *venue* di Kuningan City dan ada 4 tempat yang digunakan untuk siaran seperti 2 tempat berlatar *Café*, 1 di area *Roofstop*, dan 1 latar di dalam *Hall*. Dan RadioFest 2021 ini pun dimeriahkan oleh Penyiar *All Star* dari *station radio* MARI (Ronal, Tike, Kemal Mochtar, Ivy Batuta, Bedu dan Sinyo), *Podcast* Ancur x Berizik (Kemal Pahlevi, Patra Gumala, Randhika Djamil, dan Diaz Danar), *Podcast* Kagak Abis Pikir (Molan dan Ridwan Remin) x Berliana Lovell, Jayezmaail, Calliope, Juicy Luicy, Kaleb J, Mahalini, Marion Jola, JVKE, dan Vaultboy.

Tahap selanjutnya yaitu tahap *Coordination*, dimana di tahap ini MARI sebagai pihak penyelenggara menentukan siapa aja yang akan terlibat dalam *event online* RadioFest 2021 ini. RadioFest 2021 melibatkan seluruh SDM (Sumber Daya Manusia) dari Mahaka Radio Integra khususnya divisi konten dari *station radio* Jak 101 fm, Gen 98.7 fm dan Mustang 88.0 fm. Dikarenakan *target audiencesnya* adalah anak muda yang berumur 20-30 tahun maka dari itu *station radio* yang cocok untuk *target audiencesnya* adalah radio Jak, Gen dan Mustang.

Setelah keempat tahap itu dilakukan, tahap terakhir yaitu *Evaluation*. Dimana di tahap ini MARI merekap seluruh rangkaian *event online* RadioFest 2021, mulai dari *target audiences* sebagai penonton dan *audiences* sebagai peserta lomba mencari bakat penyiar radio anak muda ada berapa, *feedback* dari sponsor dan juga *feedback* dari *audiences* bagaimana, serta tolak ukur keberhasilannya bagaimana dan yang terakhir adalah pendapat dari pihak penyelenggara sendiri terhadap *event online* RadioFest 2021. Hasil rekap dari *event online* RadioFest 2021 mencatat *audiences* sebagai penonton lebih dari 26.000 penonton, dan untuk peserta lomba lebih dari 6.000 kontestan, dan pemenangnya satu orang. Selanjutnya untuk *feedback* sendiri setelah dilakukannya *survey* oleh tim *Command Center* dari MARI menunjukkan bahwa penonton dapat dikatakan puas dengan *event online* RadioFest 2021 dan untuk *feedback* sponsor sendiri dinilai *positive* dikarenakan tidak ada *complain* yang masuk setelah event ini berlangsung.

Masih di tahap *Evaluation*, bagi pihak penyelenggara tolak ukur keberhasilannya dari *event online* RadioFest 2021 ini adalah selain angka *audiences* (penonton dan kontestan) yang melebihi target, *feedback* dari *audiences* dan sponsor yang *positive*, yaitu pemberitaan

*after event online* RadioFest 2021 ini luas dari media online (Fimela, Kumparan, Insertlive, Kapanlagi, Antvklik, dll), content creator, artis pengisi acara dan juga penonton. Selanjutnya pendapat pihak penyelenggara sendiri terhadap *event online* RadioFest 2021 ini yaitu dengan adanya kelemahan yang terjadi pada *event online* RadioFest 2021 bukan berarti tidak akan melanjutkan program *event* seperti ini. Di akhir tahun 2023 ini MARI sudah merencanakan akan membuat program *event* yang besar dari Gen 98.7 fm yaitu Generasi Anak Band, dengan tujuan meregenerasi band-band di Indonesia.

## 5.2. Saran

Melalui hasil penelitian yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang perlu disampaikan kepada pihak Mahaka Radio Integra sebagai bahan acuan dalam menjalankan event RadioFest kedepannya serta sebagai masukan bagi acara-acara selanjutnya. Terdapat dua saran yang mampu peneliti sampaikan dari penelitian ini yakni saran dari segi akademis dan saran dari segi praktis.

### 5.2.1 Saran Akademis

Setelah penelitian ini terbit, peneliti mengharapkan kedepannya akan hadir peneliti selanjutnya yang dapat meneliti konsep maupun objek yang serupa dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif sehingga dapat mengukur lebih spesifik mengenai keberhasilan *event* RadioFest. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menjelaskan lebih luas dan lengkap perihal strategi yang diterapkan pada program ini serta tidak hanya mengacu kepada metode dan konsep yang dipakai pada penelitian ini saja. Dengan adanya penelitian ini, peneliti mengharapkan selanjutnya apabila terdapat peneliti yang ingin meneruskan penelitian ini dapat meninjau lebih spesifik dan detail dalam mengukur keberhasilan *event* RadioFest secara keseluruhan.

### 5.2.2 Saran Praktis

Dalam penelitian ini, peneliti menyampaikan beberapa saran praktis kepada event RadioFest kedepannya, yakni:

1. Tim *Sales* harus bisa mensiasati bagaimana menjual produk-produk dari sponsor agar dapat melebihi *target* penjualan, karena *challengenya* ketika di *event online* ini adalah *call to action* produknya lebih sulit ketimbang *event offline* yang dapat dijual secara *direct selling*.

2. Tim konten & kreatif harus bisa membuat program yang lebih variatif dan menarik, lebih banyak melibatkan penonton, sehingga mengurangi penonton- penonton yang suntuk dan dapat *stay* lebih lama

