

BAB IV

KESIMPULAN & SARAN

IV.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kerja praktik yang dilakukan oleh penulis selama kurang lebih 3,5 bulan mulai tanggal 17 Juli – 31 Oktober di Radio Suara Surabaya, pada divisi Promosi & Event, penulis menarik kesimpulan bahwa dalam divisi promosi & event ini memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap keberhasilan berbagai acara yang diadakan terutama penulis sendiri sudah berhasil menghandle 3 media partner seperti **Jawapos Media Televisi (JTV), Gen 103.1 Fm Surabaya, dan 89.7 Hard Rock Fm Surabaya**. Pembuatan MoU bisa dilakukan mulai dari menghubungi dan menentukan pihak- pihak yang akan terlibat dalam MoU seperti institusi, perusahaan, atau organisasi yang memiliki kepentingan dalam kerjasama tersebut. Lalu yang kedua, menentukan penjelasan tujuan pengajuan MoU dalam lingkup kerjasama yang diinginkan. Yang ketiga, memberikan value suara surabaya sebagai media promosi kegiatan ke pihak yang terlibat dalam kerjasama, jika pihak yang terlibat dalam kerjasama fix dengan value yang sudah diberikan akan langsung proses dalam pembuatan MoU. Yang kelima, setelah semua poin sudah disepakati, MoU perlu ditandatangani oleh semua pihak yang akan terlibat sebagai bentuk kesepakatan resmi.

Aktivitas Divisi Promosi Event di Radio Suara Surabaya memainkan peran yang sangat penting dalam kesuksesan pengelolaan acara. Melalui perencanaan yang matang, strategi promosi yang efektif, dan pelaksanaan yang terkoordinasi, divisi ini mampu menarik perhatian audiens dan meningkatkan partisipasi

masyarakat dalam setiap acara yang diselenggarakan. Kolaborasi dengan berbagai mitra dan pemanfaatan berbagai saluran media, termasuk media sosial dan iklan.

IV.2. Saran

Saran untuk divisi promosi event selama penulis melaksanakan kerja praktik yaitu sebagai berikut :

1. Proses dalam setiap mengelola acara memiliki eksekusi yang baik di setiap tahapannya. Penyelesaian yang dilakukan terkendali dengan maksimal. Namun, terdapat kekurangan pada bagian evaluasi bahwa secara menyeluruh setelah setiap acara, termasuk mengumpulkan umpan balik dari peserta dan tim. Hal ini dapat membantu mengidentifikasi apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki untuk acara mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.

Rakhmat, J. (2015). *Komunikasi dan Penyiaran Radio*. Remaja Rosdakarya.

PORTFOLIO KERJA PRAKTIK :

https://drive.google.com/drive/folders/12iRkMmyoI_p2mFuTvJfTpHtlS0ind

[Hnm?usp=s_haring](#)