

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, strategi pengelolaan *media partner* yang dilakukan PT. Amara Satu Raya (One Event) pada *event* GIIAS Surabaya 2020 sudah tepat, namun pelaksanaannya terpaksa ditunda karena adanya wabah Covid-19 di Indonesia. Berikut merupakan strategi pengelolaan *media partner* pada *event* GIIAS Surabaya 2020 yang dilakukan oleh PT. Amara Satu Raya (One Event):

1. Alur Kerjasama
 - Melaksanakan *research* terhadap *segmentation, targeting dan positioning* pengunjung dari GIIAS Surabaya 2020 dengan melakukan klasifikasikan dari berbagai golongan perekonomian masyarakat dan umur dari pengunjung.
 - Melakukan *rate* pada *media partner* dan meneliti tentang *engagement* dari *media partner* dengan *audience media partner* itu sendiri.
 - Mengajukan *peaching* ke *media partner*, *peaching* tersebut dalam bentuk penawaran yang sifatnya *full barter*, kita juga menawarkan kompensasi penawaran untuk memasang sejumlah publikasi ke media mereka. Selain itu, *media partner* juga mendapat promosi dari pihak One Event, yaitu logo mereka akan dipasang pada *banner* yang disebar ke penjuru kota Surabaya.
2. Syarat Media Partner
 - *Media share*nya harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan One Event dari segi STP-nya
 - *Media partner* harus memiliki *rate* tinggi dan perusahaan memiliki biaya yang memungkinkan untuk bekerjasama.
 - *Media partner* harus memberi keuntungan untuk PT. Amara Satu Raya (One Event).

3. Jenis Media Partner dan Jumlah Target

- *Website*: 71
- *Radio*: 10
- *Sosial Media*: 9

4. Cakupan Wilayah

Prioritas wilayah dari *Media Partner* yang bekerja sama dalam *event* GIIAS Surabaya 2020 yaitu wilayah Jawa Timur. Namun tidak menutup kemungkinan untuk bekerjasama dengan wilayah diluar Jawa Timur seperti Bali, Jawa Tengah, dan lain-lain.

5. Pelayanan

Dari segi pelayanan, One Event berusaha semaksimal mungkin untuk tidak memberatkan *media partner*, misalnya apabila *media partner* butuh tanda tangan *MoU*, *media partner* tidak harus datang ke kantor. Berkas-berkas dapat dikirimkan melalui pos atau kurir untuk mengantar ke kantor *media partner* nya. Selain itu, One Event juga telah mempertimbangkan *best deal* nya agar kerjasama dapat menguntungkan untuk kedua belah pihak.

6. Fasilitas

- Logo media partner akan ditayangkan di media promosi GIIAS Surabaya 2020
- Mendapat 5 *free id card* untuk akses wartawan meliput
- Mendapat 5 *free id card* untuk non wartawan dari *media partner* tersebut
- Mendapatkan fasilitas *press room*
- Wartawan mendapat konsumsi setelah *press conference* berlangsung setiap harinya

4.2 Saran

1. PT. Amara Satu Raya (One Event) diharapkan untuk menetapkan target *media partner* dengan realistis dan sesuai dengan *budget* yang disediakan oleh perusahaan.

2. Jenis *media partner* yang bekerjasama dengan *event* GIIAS Surabaya 2020 dapat ditambah, misalnya bekerjasama dengan media cetak seperti majalah, koran, dan sebagainya.
3. PT. Amara Satu Raya (One Event) dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan untuk para rekan media. Misalnya memberi ruang diskusi bersama para rekan media agar hubungan media dengan perusahaan dapat berjalan dengan baik.
4. PT. Amara Satu Raya (One Event) dapat menambahkan beberapa fasilitas seperti mug, kaos, topi, dan sebagainya.