

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kampanye pemasaran Kedai Pleburan yang dilaksanakan dari tanggal 1 Desember 2024 hingga 07 Februari 2025 bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen mengenai Kedai Pleburan, terutama di kalangan masyarakat Semarang yang berusia 20-35 tahun sekaligus memperkuat sikap positif konsumen melalui penyajian konten kreatif di media sosial Instagram dan Tiktok @kedai.pleburan sebagai salah satu pilar utama untuk menyampaikan informasi kepada para audiens. Hal ini dicapai melalui dua pendekatan utama yaitu kampanye *online* dengan menghadirkan kampanye *Christmas Moment at Kedai Pleburan* dan kampanye *offline* dengan kehadiran kampanye *Jingle Ball at Kedai Pleburan* serta pelaksanaan event *Little Donut Artist* sebagai puncak acara yang dilakukan pada tanggal 07 Februari 2025.

Dalam pemanfaatannya, berbagai jenis konten dirancang sebagai upaya untuk menarik perhatian audiens yang berfokus pada tiga pilar kategori konten yaitu, *promotional*, *entertaining*, dan *informational*. Kategorisasi konten ini dikelompokkan untuk mencapai target yang telah ditentukan. Konten *promotional*, memiliki fokus utama untuk mengenalkan Kedai Pleburan kepada audiens, dengan tujuan menarik minat dan memberikan informasi yang relevan terkait produk serta layanan yang ditawarkan oleh Kedai Pleburan termasuk informasi terkait pelaksanaan kampanye *Christmas Moment at Kedai Pleburan*, *Jingle Ball at Kedai Pleburan* dan *Event Little Donut Artist* yang berfokus pada penyebaran informasi terkait penawaran spesial, aktivitas acara, dan pengalaman unik yang dapat dinikmati oleh pelanggan selama kampanye berlangsung. Konten *entertaining*, memiliki peran untuk menghadirkan konten yang lebih ringan dan menghibur untuk menciptakan keterlibatan yang lebih santai dengan audiens. Bentuk konten ini dapat berupa video humor yang sesuai dengan tren media sosial ataupun konten kreatif yang menarik minat audiens untuk berinteraksi lebih lanjut. Ke Kemudian, untuk konten *informational* dihadirkan untuk menyampaikan informasi penting

seperti lokasi dan waktu operasional Kedai Pleburan, informasi produk baru, dan layanan penjualan yang tersedia.

Sementara itu, Pada tanggal 07 Februari 2025, acara *Little Donut Artist* dilaksanakan dengan menghadirkan dua narasumber yang berkompeten di bidang kuliner, yaitu Chef Taat dan Chef Momo. Chef Taat, sebagai pembicara utama, memberikan pemahaman mendalam mengenai proses pembuatan donat, sementara Chef Momo melakukan demonstrasi praktis mengenai teknik menghias donat secara kreatif. Para peserta kemudian diberi kesempatan untuk langsung menerapkan teknik-teknik yang diajarkan. Selain memberikan pengetahuan serta keterampilan baru dalam menghias donat, acara ini juga berhasil menciptakan momen kebersamaan yang berharga antara anak dan orang tua atau pendamping. Kegiatan ini tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga mampu mempererat hubungan keluarga melalui aktivitas yang menyenangkan dan penuh kreativitas.

Penggabungan antara kampanye *online (online campaign)*, kampanye *offline (offline campaign)*, dan pelaksanaan acara *Little Donut Artist* secara keseluruhan memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan *brand awareness* Kedai Pleburan di kalangan masyarakat Semarang. Dengan pendekatan terintegrasi ini, Kedai Pleburan berhasil menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, sekaligus menciptakan interaksi yang lebih mendalam dengan konsumen. Hal ini mendorong keterlibatan aktif audiens, menciptakan pengalaman langsung, dan mempererat hubungan antara brand dan konsumen, yang dapat memperkuat citra positif Kedai Pleburan serta membangun sikap positif dari konsumen.

Hal ini terbukti dari hasil kuisisioner yang telah disebarkan, menunjukkan bahwa kampanye komunikasi pemasaran yang dilaksanakan berhasil meningkatkan kesadaran merek masyarakat terhadap Kedai Pleburan. Sebanyak 91,3% responden mengaku mengetahui keberadaan Kedai Pleburan berkat kampanye tersebut, yang mencatatkan peningkatan sebesar 45,8% dibandingkan dengan survei yang dilakukan sebelum kampanye. Selain itu, 92,3% responden yang terlibat dalam kampanye ini menyatakan kemungkinan untuk merekomendasikan Kedai Pleburan kepada teman atau keluarga. Sementara itu, 100% responden menunjukkan ketertarikan yang lebih besar untuk mengunjungi Kedai Pleburan secara berulang.

Dalam hal kualitas konten yang disajikan, 91,3% responden mengungkapkan kepuasan mereka terhadap konten yang diproduksi oleh Kedai Pleburan.

Sebagai seorang *Account Executive*, penulis tidak hanya menjadi jembatan komunikasi antara klien dan tim internal melainkan juga berperan penting dalam melakukan hubungan kerjasama dengan para *stakeholder* untuk kebutuhan dan mensukseskan pelaksanaan Social Media Marketing, *Christmas at Kedai Pleburan*, *Jingle Ball at Kedai Pleburan*, dan pelaksanaan event *Little Donut Artist*. Selain itu, sebagai *Event Coordinator* penulis memiliki tanggung jawab untuk merencanakan, mengorganisir, dan mengkoordinasikan semua aspek terkait acara, mulai dari pemilihan lokasi, pengaturan jadwal, hingga koordinasi dengan narasumber dan peserta selama berlangsungnya acara *Little Donut Artist*. Sebagai *Content Assistant*, penulis turut berperan dalam mendukung proses produksi konten, mulai dari pengaturan properti, hingga memastikan kualitas visual dan teknis konten sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh tim.

5.2 Saran

Berikut beberapa saran yang dapat penulis sampaikan bagi pihak-pihak yang akan menyelenggarakan acara serupa dengan bidang karya ini:

1. Mengoptimalkan kolaborasi dengan influencer dan mitra bisnis untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement*. Hal ini dapat dilakukan dengan memperkuat kerjasama dengan KOL dan nano influencer yang relevan. Evaluasi berkala menggunakan KPI seperti *engagement rate* dan *conversion rate* perlu dilakukan untuk mengukur efektivitas kerjasama. Sebagai tindak lanjut, penting untuk merancang kerangka kerja sama yang jelas dan terstruktur, serta memantau hasil kerja sama setiap bulan untuk memastikan pencapaian yang optimal.
2. Mengoptimalkan konten melalui peningkatan interaktivitas dengan audiens melalui pemanfaatan fitur-fitur seperti polling, Q&A, atau bahkan live session di Instagram serta TikTok. Hal ini bertujuan untuk memperdalam keterlibatan audiens. Evaluasi berkala terhadap performa konten sangat diperlukan untuk memastikan bahwa konten yang diproduksi tetap relevan

dan sesuai dengan tren yang berkembang. Penggunaan data analitik juga harus dimaksimalkan untuk menyesuaikan konten agar lebih terarah dan efektif dalam mencapai tujuan pemasaran yang telah ditetapkan.

3. Menjaga fleksibilitas tim dalam menghadapi perubahan mendadak dan menyiapkan solusi alternatif untuk mengatasi kendala, seperti keterlambatan produksi konten. Solusi yang dapat diterapkan adalah dengan menyusun rencana cadangan dan melakukan evaluasi berkala untuk mendeteksi masalah sejak awal. Hal ini akan memastikan timeline tetap terjaga dan proyek dapat diselesaikan sesuai jadwal tanpa gangguan yang signifikan.
4. Melakukan pengadaan barang dan perlengkapan kampanye/acara secara lebih awal untuk menghindari koordinasi yang terburu-buru serta meminimalisir risiko kekurangan atau keterlambatan yang dapat mengganggu kelancaran acara. Pengadaan yang dilakukan dengan waktu yang cukup akan memastikan semua perlengkapan tersedia tepat waktu, sehingga proses koordinasi dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Pengadaan lebih awal akan mendukung pencapaian tujuan acara dengan lebih baik, mengurangi potensi hambatan, dan meningkatkan kelancaran jalannya acara.
5. Mendiversifikasi iklan berbayar guna meningkatkan konversi penjualan. Kampanye berbayar yang diterapkan saat ini belum sepenuhnya efektif dalam menghasilkan konversi. Oleh karena itu, strategi iklan berbayar perlu dikembangkan secara lebih terarah, salah satunya dengan memanfaatkan retargeting ads untuk menjangkau audiens yang telah berinteraksi sebelumnya. Sebagai tindak lanjut, pengalokasian anggaran iklan perlu dilakukan secara efektif dengan fokus pada kampanye yang dapat mendorong konversi, seperti pemesanan online dan promo digital.