

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pelaksanaan program *Workshop “Creative Artventure”* sebagai strategi *event marketing* bagi Monkey Baa Dimsum & Coffee telah menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan *brand awareness* serta kepuasan pelanggan. Program ini dirancang untuk menjawab tantangan utama yang dihadapi Monkey Baa, yaitu rendahnya kesadaran merek di kalangan target pasar serta perlunya diferensiasi dalam persaingan industri kuliner. Dengan menggabungkan konsep pengalaman interaktif melalui *workshop kreatif*, kampanye ini berhasil menarik perhatian audiens dan meningkatkan keterlibatan pelanggan secara langsung..

Acara *Creative Artventure* yang diselenggarakan pada 16 dan 21 Desember 2024 merupakan sebuah *workshop creative class* yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* Monkey Baa sebagai restoran dimsum yang tidak hanya menyajikan hidangan dimsum dan kopi, tetapi juga menyediakan ruang bagi kegiatan kreatif. Melalui acara ini, peserta yang memiliki ketertarikan pada seni dan kreativitas diberikan wadah untuk menyalurkan ide dan ekspresi mereka dalam suasana yang mendukung. Selain itu, kegiatan ini juga menggabungkan pengalaman kuliner dengan aktivitas kreatif yang menarik. Dalam aspek kuliner, peserta diberikan voucher potongan harga yang dapat digunakan untuk menikmati berbagai menu Monkey Baa, sehingga mendorong mereka untuk merasakan langsung kualitas produk yang ditawarkan. Sementara itu, dari sisi aktivitas kreatif, *workshop creative class* yang diadakan memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengeksplorasi kreativitas mereka.

Agar mendukung keberhasilan kampanye, diterapkan strategi promosi yang dilakukan melalui platform instagram guna menjangkau target *audiens* yang lebih luas. Di Instagram @hombimbaa, strategi pemasaran konten dikembangkan dengan mengacu pada empat pilar utama, yaitu *educational*, *conversational*, *entertainment*, dan *promotional*. Pada *pillar educational*, difokuskan pada penyampaian informasi dan wawasan seputar dunia kreatif, seperti *get to know monkey baa*, dan penjelasan acara *creative artventure*. Selanjutnya pada pilar *conversational* yang bertujuan

untuk meningkatkan interaksi dengan audiens, seperti tanya jawab melalui instagram stories. Selanjutnya pada *entertainment*, yang menghadirkan konten ringan dan menghibur, seperti permainan tebak kata dan *guess the word*. Serta, pada pilar *promotional*, yang berisi informasi terkait penawaran yang menarik perhatian pelanggan, seperti diskon voucher Monkey Baa dan pengumuman acara *Creative Artventure*.

Dalam pelaksanaannya, sebagai *Creative Production* bertanggung jawab dalam merancang dan membuat desain untuk konten yang dipublikasikan di media sosial @hombimba. Selain itu, bertanggung jawab dalam pembuatan desain cetak yang diperlukan sebelum dan sesudah acara berlangsung. Selain itu, sebagai *Production Manager*, perannya sangat penting dalam mengurus semua *vendor* percetakan, termasuk memastikan kualitas cetak berbagai materi promosi sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Selain itu, *Production Manager* juga bertanggung jawab dalam menyiapkan segala kebutuhan acara, baik sebelum *Creative Artventure* berlangsung maupun selama acara berjalan. Selain itu, sebagai *Finance Manager*, memiliki tanggung jawab dalam penyusunan dan pengelolaan anggaran pemasukan dan pengeluaran, memastikan penggunaan dana yang efisien dan transparan. Sementara itu, sebagai *Front Desk* berperan dalam mengelola registrasi peserta, serta memberikan informasi terkait acara kepada peserta yang hadir.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye "*Creative Artventure 2024*" berhasil meningkatkan *brand awareness* Monkey Baa Dimsum & Coffee secara signifikan. Sebelum kampanye dilakukan, hanya 32,4% responden yang pernah mengunjungi Monkey Baa, namun setelah kampanye, minat untuk berkunjung meningkat hingga 92,5%, mencerminkan kenaikan sebesar 60,1%. Selain itu, tingkat pengetahuan terhadap brand Monkey Baa juga mengalami peningkatan dari 32,6% menjadi 60,6%, melebihi target awal kampanye sebesar 8%. Kampanye ini juga berperan dalam memperkuat pemahaman dan apresiasi peserta terhadap kualitas produk, dengan 57,5% responden memberikan skor tertinggi terhadap informasi yang disampaikan. Dari sisi strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens, di mana 39,4% responden menilai strategi promosi yang diterapkan efektif. Keberhasilan ini

menunjukkan bahwa kombinasi antara pengalaman kuliner dan eksplorasi kreatif dalam bentuk *workshop* dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif dalam memperluas jangkauan dan daya tarik Monkey Baa.

5.2 Saran

Untuk kegiatan selanjutnya, strategi promosi dan pelaksanaan acara dapat lebih dioptimalkan dengan pendekatan *online* dan *offline* agar menjangkau lebih banyak audiens serta meningkatkan *engagement* dan partisipasi. Berikut adalah beberapa saran:

- Meningkatkan penggunaan TikTok untuk mempromosikan acara secara lebih luas dan menarik perhatian audiens berbagai kalangan.
- Menyediakan sistem registrasi online yang lebih mudah dengan *QR Code* untuk akses masuk lebih cepat saat acara berlangsung.
- Memperluas lokasi acara dengan kapasitas lebih besar untuk menjangkau peserta yang lebih banyak.
- Pihak Monkey Baa perlu menyiapkan pedoman desain agar mempermudah dalam pembuatan desain.
- Berkolaborasi dengan komunitas kreatif lokal, ataupun kampus - kampus untuk menjangkau lebih banyak peserta yang memiliki minat dalam bidang kreatif, memperluas promosi acara melalui jaringan komunitas kreatif lokal, serta meningkatkan daya tarik acara dengan melibatkan komunitas yang sudah memiliki basis *audiens* yang relevan.