

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjelaskan lebih lanjut mengenai kesimpulan dan saran selama pelaksanaan Karya Bidang “Kampanye Komunikasi Pemasaran Brand Fashion & Accessories Ramah Lingkungan Seko Upcycle” sebagai *Project Manager*. Kesimpulan dan saran yang akan dijelaskan akan mengarah kepada implementasi seluruh materi yang telah dipelajari pada masa perkuliahan dengan pelaksanaannya pada Karya Bidang. Hal tersebut juga didukung dengan banyaknya pengalaman dan pembelajaran baru yang telah didapat setelah Karya Bidang berhasil dilaksanakan. Berikut kesimpulan dari pelaksanaan Karya Bidang “Kampanye Komunikasi Pemasaran Brand Fashion & Accessories Ramah Lingkungan Seko Upcycle” sebagai *Project Manager*” dan saran terkait pelaksanaan Karya Bidang kedepannya.

5.1. Kesimpulan

Karya bidang “Kampanye Komunikasi Pemasaran Brand Fashion & Accessories Ramah Lingkungan Seko Upcycle” telah berhasil dilaksanakan dengan baik oleh tim selama kurun waktu 3 bulan dengan tercapainya tujuan komunikasi melalui peningkatan *brand awareness* sebesar 40% dan tercapainya tujuan pemasaran dengan peningkatan penjualan perbulan dari 12 penjualan per bulan menjadi 20 penjualan per bulan selama kampanye. Selain itu seluruh KPI pada taktik-taktik yang mendukung tercapainya tujuan komunikasi dan tujuan pemasaran telah tercapai sesuai dengan yang telah ditentukan. Hal tersebut berhasil dicapai melalui komunikasi dan kerjasama yang baik antara tim dan pihak klien, serta dengan memastikan setiap anggota menjalankan *jobdesk* yang telah ditentukan. Adapun dalam pelaksanaan, tim juga telah berhasil melaksanakan kegiatan Karya Bidang dengan mengimplementasikan konsep-konsep dan teori yang telah dipelajari pada masa perkuliahan, seperti teori *Brand Awareness*, *Push and Pull*, dan *Integrated Marketing Communication* (IMC).

5.2. Saran

Adapun saran dan masukan terkait pelaksanaan Karya Bidang kedepannya yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk pelaksanaan karya bidang-karya bidang terkait kampanye komunikasi pemasaran di masa yang akan datang, adalah sebagai berikut:

- 1) Rancangan *content plan* dapat dibuat lebih adaptif mengikuti situasi dan kondisi media sosial.
- 2) *Content plan* harus dapat dipahami dan digunakan oleh seluruh tim.
- 3) Diperlukan riset secara langsung dalam pemilihan lokasi untuk pelaksanaan bazaar.
- 4) Memfokuskan strategi peningkatan penjualan melalui penjualan *online* atau melalui *marketplace*.