

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Karya Bidang BANGKIT 2025 telah dilaksanakan dengan enam rangkaian acara pada bulan Januari sampai Mei 2025. Rangkaian acara tersebut meliputi Workshop Marketing Amanah pada 8 Februari 2025 di Auditorium FISIP Undip serta Workshop Distributor Amanah pada 18 Mei 2025 di Aula Kecamatan Tembalang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan distributor Amanah

Selanjutnya, untuk meningkatkan *brand awareness* Air Amanah, BANGKIT 2025 telah melaksanakan Seminar Amanah Business Connect pada 19 Januari 2025 di Auditorium FISIP Undip, Creative Competition pada 17 Februari-8 Maret 2025 secara *online* di Instagram, Talk Show Amanah Hydrocare pada 13 April 2025 di Aula Kecamatan Tembalang, dan Zumba Active Fit Amanah pada 27 April 2025 di Depan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah *Car Free Day* (CFD) Simpang Lima Semarang. Untuk mendukung peningkatan *brand awareness* ini, dilaksanakan juga *social media marketing* yang memperkenalkan Air Amanah dan melakukan promosi acara melalui akun Instagram @bangkitwithamanah sejak bulan Desember 2024-Mei 2025. Dampak dari pelaksanaan program ini telah meningkatkan *brand awareness* Air Amanah sebesar 35,1%, dari yang semula 39,5% menjadi 74,6%.

Secara keseluruhan, Program BANGKIT 2025 telah mencapai target yang telah ditentukan, kecuali dua indikator, yaitu pada Workshop Marketing Amanah yang hanya mencapai 19 dari target 20 hasil praktik *copywriting* berkelompok dan Workshop WhatsApp Business yang hanya mencapai 76 dari target 80 peserta.

Dalam pelaksanaan BANGKIT 2025, *Project Leader* bertanggung jawab terhadap keseluruhan program, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, monitoring, hingga evaluasi setelah acara. Sementara itu, *Administration Manager* bertanggung jawab terhadap segala urusan administrasi, seperti membuat surat; mendata surat masuk, surat keluar, dan MoU; membuat dan memantau *link* registrasi peserta; serta membuat E-Sertifikat acara. Tim BANGKIT telah melaksanakan tugas dengan baik dalam pelaksanaan karya bidang ini. Setiap anggota tim saling bekerja sama dan memotivasi untuk mencapai tujuan karya bidang.

Berangkat dari konsep persuasi dan *Integrated Marketing Communication* (IMC) untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan distributor serta meningkatkan *brand awareness* Air Amanah, pelaksanaan BANGKIT 2025 telah berhasil membuat distributor Amanah dari *workshop* menjadi mengerti strategi pemasaran yang baik untuk memasarkan produk Amanah serta berhasil mempraktikkan hasil *workshop* melalui *copywriting* dan akun WhatsApp Business. Program BANGKIT 2025 juga berhasil membuat peserta acara dan khalayak yang terpapar *social media marketing* dari akun Instagram @bangkitwithamanah menjadi tahu Amanah, bahkan membeli produk dan berlangganan Air Amanah.

5.2 Saran

Berikut beberapa saran yang dapat disampaikan terkait pelaksanaan program:

1. Diperlukan perencanaan, persiapan, dan koordinasi yang matang dalam pelaksanaan acara untuk mencapai tujuan yang diharapkan.
2. Perlunya komunikasi yang baik dengan anggota tim, klien, dan pihak eksternal yang berkaitan dengan acara untuk menghindari miskomunikasi satu sama lain.
3. Promosi acara dapat dilaksanakan dari jauh-jauh hari supaya jangkauan target audiens menjadi lebih luas.
4. *Event* dapat dilaksanakan sebagai program tahunan supaya dampak yang diperoleh lebih berkelanjutan.
5. Pelaksanaan *workshop* dapat dilakukan secara rutin oleh perusahaan untuk memantau peningkatan kompetensi distributor dalam memasarkan produk.

5.3 Implikasi

Berikut implikasi pelaksanaan program terkait peningkatan *brand awareness* dan kompetensi distributor dalam memasarkan produk untuk perusahaan serupa:

1. Strategi pemasaran berupa *event* terbukti efektif dalam meningkatkan *brand awareness*. Baik seminar, *talk show*, lomba, maupun zumba memiliki pengaruh yang positif terhadap perusahaan. Jenis *event* dapat disesuaikan dengan situasi, kondisi, dan tren yang sedang banyak dibicarakan oleh masyarakat.
2. Pelaksanaan *workshop* terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan distributor, terkhusus apabila dilaksanakan secara rutin. Hal ini

memberikan pengaruh terhadap motivasi, loyalitas, dan kinerja distributor yang mendukung performa penjualan produk.

3. Pelaksanaan *event* membuka peluang kolaborasi dengan pihak eksternal yang relevan. Hal ini dapat memberikan manfaat jangka panjang berupa kerja sama strategis antara perusahaan dan pihak eksternal yang dapat memperluas relasi dan *brand awareness* produk.
4. Penerapan *social media marketing* di Instagram sangat efektif dalam meningkatkan *brand awareness* perusahaan karena menjangkau audiens yang sangat luas. Pembuatan konten kreatif yang sedang tren dapat dilakukan karena berpotensi viral dan banyak diketahui oleh khalayak.