

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dari program karya bidang yang telah dilaksanakan penulis sebagai *branding specialist, administration manager*, dan *video director*. Selain itu, bab ini juga membahas mengenai saran demi keberlanjutan program komunikasi dan implementasi yang dijalankan.

5.1 Kesimpulan

Karya bidang yang bekerjasama dengan Bank Jateng ini dilaksanakan selama 55 hari yang terhitung dari 12 Maret 2025 hingga 5 Mei 2025. Kegiatan yang berlangsung mencakup pelatihan dan pendampingan, pop up booth, dan media sosial. Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Jateng cenderung membantu dalam bentuk pendanaan saja. Hal ini terlihat bahwa terdapat kurangnya keterlibatan langsung dalam proses pelaksanaan CSR. Pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) Bank Jateng ini berhasil menggunakan pendekatan bottom-up sebagai salah satu cara untuk meningkatkan adanya keterlibatan aktif dari CSR Bank Jateng kepada mitra binaan. Terlihat dari survei sebanyak 36 responden memilih skor 4 atau setara dengan 27,8% menyatakan bahwa peran Bank Jateng sudah sangat aktif serta memberikan dampak yang signifikan bagi penerima manfaat.

Pelaksanaan kampanye ini dimulai dari pelatihan Ruang Karya yang berhasil dilaksanakan selama 3 kali di masing-masing mitra binaan yang berbeda. Pelaksanaan ini menjadi tujuan agar pihak dari Bank Jateng dapat berpartisipasi aktif untuk turut serta terjun ke lapangan dan melihat situasi secara langsung dengan para penerima manfaat. Kenaikan jumlah peserta selama Ruang Karya juga menjadi salah satu keberhasilan yang dicapai oleh kelompok, dimana terjadi kenaikan sejumlah 45 peserta selama pelatihan Ruang Karya khususnya di Ruang Karya Volume 2 dan 3.

Pelaksanaan Warung Bumi juga menunjukkan hasil yang memuaskan dimana telah berhasil dilaksanakan sebanyak 2 kali dan mengalami kenaikan pengunjung mencapai di hari pertama sebanyak 77 pengunjung dan di hari kedua

mencapai 120 pengunjung. Melalui warung bumi, Bank Jateng bertujuan untuk mengenalkan bahwa Bank Jateng bukan hanya sebagai lembaga keuangan saja, tetapi juga berfokus pada pemberdayaan ekonomi dan masyarakat.

Kampanye Langkah Lestri juga berhasil menarik perhatian mitra CSR Bank Jateng melalui media sosial. Kampanye ini berfokus pada platform Instagram yang berhasil mendapatkan 171 pengikut, 36.574 views, 2.859 likes, dan 199 komentar. Tidak hanya pada platform Instagram, platform Youtube juga dijadikan sebagai media kampanye online. Melalui akun Youtube Bank Jateng, berhasil mendapatkan 1.238 viewers, 396 likes, dan 65 komentar..

Dalam pelaksanaannya, penulis sebagai *branding specialist*, *administration manager*, dan *video director* telah melakukan peran dan tanggung jawabnya dengan baik. Mulai dari perencanaan, implementasi, hingga evaluasi program dapat dilalui dengan baik sesuai dengan rencana awal dan sesuai dengan peran yang dilaksanakan. Secara khusus, *branding specialist* memiliki peran penting dalam memberikan pemahaman selama pelatihan dan pendampingan khususnya kepada peserta mengenai pentingnya *branding* dalam membangun citra di dunia bisnis. Penulis juga aktif dalam melakukan monitoring selama pelatihan berlangsung. Selain itu, adanya keterlibatan langsung dalam pengaplikasian proses *branding* dapat dilakukan secara efektif. Pelatihan dan pendampingan sesuai dengan kebutuhan peserta dengan jumlah persentase 58,7% atau setara dengan 27 orang dari total 46 orang mengatakan materi pelatihan relevan dengan kebutuhan mereka.

Sebagai *administration manager* juga menjalankan tugasnya dengan penuh tanggung jawab. Hal tersebut dapat dilihat mulai dari kelancaran perizinan hingga pengeluaran yang sesuai dengan rencana anggaran. Perencanaan keuangan yang matang inilah yang menjadi kunci keberhasilan program sehingga dapat terlaksana dengan baik. Anggaran yang dikeluarkan dialokasikan secara efektif dan transparan dengan adanya bukti transaksi. Dalam pelaksanaannya, *finance* juga bekerja sama dengan seluruh tim dengan tujuan untuk memastikan bahwa setiap anggaran yang dikeluarkan dapat dipertanggungjawabkan oleh masing-masing anggota yang melakukan transaksi dalam bentuk apapun.

Produksi konten video untuk after movie sangat memerlukan fokus yang tepat untuk hasil sebuah video yang berkualitas. Mulai dari pembuatan draft

wawancara, storyboard, serta pengarahan dalam pengambilan footage menjadi hal yang perlu untuk diperhatikan. Konten video memainkan peran dalam visualisasinya, maka dari itu kestabilan video, pengambilan sudut-sudut, serta perekaman suara yang baik serta tepat menjadi pertimbangan *video director*. Melalui video, pesan dapat disampaikan secara tersirat untuk memainkan emosional penonton dengan gaya visual, bahasa, serta iringan musik yang berkesinambungan. Proses ini memakan waktu yang cukup lama mengingat memerlukan kualitas yang tinggi. Konten video *after movie* kemudian diunggah melalui akun Youtube Bank Jateng dan telah mendapatkan 1.238 viewers, 396 likes, dan 65 komentar. Ini menunjukkan keberhasilan dari produksi konten yang baik dan terencana secara efektif.

5.2 Saran

Saran dari Penulis yang diberikan sebagai *branding specialist, finance*, dan *video director* adalah :

- Lebih bisa beradaptasi dengan peserta dari segala usia, mulai dari yang muda hingga tua. Dimulai dengan melakukan pendekatan secara sederhana untuk membangun suasana bahkan sebelum acara dimulai.
- Pencatatan notulensi dilakukan di satu *device* yang sama untuk memudahkan pendataan dan pengecekan ulang. Pengumpulan ini dilakukan sebagai bentuk pengarsipan data yang digunakan sebagai antisipasi tindakan preventif sesudah diskusi.
- Monitoring pendanaan secara berkala dengan membuat pengeluaran dan pemasukan secara bersamaan. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk pencegahan serta pengingat untuk menghindari transaksi di luar kebutuhan.
- Melakukan monitoring pada tim karya bidang secara rutin sebagai bentuk pertanggungjawaban *jobdesk* masing-masing. Hal tersebut dilakukan guna meminimalisir adanya miskomunikasi yang terjadi diantara masing-masing.