

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, *branding Bambyloons* di Kota Semarang masih relatif lemah meskipun produk buket balon yang ditawarkan memiliki keunikan, estetika, dan nilai personalisasi yang tinggi. Kondisi ini menyebabkan potensi *brand* sebagai pelaku usaha di industri *gift* kreatif belum tergalai secara optimal. Tugas akhir ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui penerapan *event workshop* sebagai strategi *public relations* berbasis *hands-on experience*.

Hasil pelaksanaan *Event Workshop Balloon Bouquet Experience Bambyloons x Emina Cosmetics* menunjukkan keberhasilan yang signifikan dalam memperkuat *branding Bambyloons*. Pada platform Instagram dan TikTok, performa konten *pra-event* dan *pasca-event* berhasil menunjukkan tren pertumbuhan performa yang konsisten. Di Instagram, konten *pasca-event* sukses mencatat kenaikan jangkauan (*reach*) hingga 49,3% dan eskalasi *likes* sebesar 97%, sementara di TikTok konten rekap kegiatan berhasil membalikkan tren penurunan lewat pertumbuhan tayangan sebesar 7,3% dan peningkatan aktivitas fitur bagikan (*shares*) secara organik hingga 66,6%. Indikator potensi rekomendasi peserta juga melampaui target dengan capaian 98%, sementara testimoni positif yang mencerminkan perubahan persepsi mencapai 93,4%. Selain itu, jumlah *followers* akun Instagram *Bambyloons* mengalami peningkatan yang cukup baik *pasca-event*, dan konten *pasca-event* berhasil meningkatkan *brand recall* melalui pencarian langsung nama *brand*.

Secara keseluruhan, *workshop* ini tidak hanya berhasil memperkenalkan *Bambyloons* kepada audiens baru, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman langsung yang positif dan melekat di benak peserta. Pendekatan melalui kegiatan *hands-on* terbukti efektif dalam mengubah persepsi masyarakat terhadap *brand*, dari yang sebelumnya kurang dikenal menjadi lebih dikenal, diingat, dan berpotensi direkomendasikan. Kolaborasi dengan *Emina*

*Cosmetics* juga memberikan nilai tambah yang memperkaya pengalaman peserta serta memperkuat citra positif *Bambyloons*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan *event workshop* sebagai strategi *public relations* telah berhasil mengatasi permasalahan lemahnya *branding Bambyloons* di Kota Semarang. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan komunikasi berbasis pengalaman langsung dan optimalisasi publikasi performa konten yang adaptif merupakan salah satu metode yang efektif untuk memperkenalkan, memperkuat, dan memperluas daya tarik sebuah *brand* lokal di industri *gift* kreatif.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan *Event Workshop* Buket Balon *Bambyloons*, terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan bahan perbaikan dan pertimbangan untuk kegiatan serupa di masa mendatang. Oleh karena itu, penulis menyampaikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

### 1. Bagi *Bambyloons*

*Bambyloons* sebagai *brand* utama diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan frekuensi pelaksanaan *event workshop* sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang konsisten. Mengingat *workshop* telah menjadi kegiatan rutin, disarankan untuk terus melakukan inovasi pada konsep dan tema *workshop* agar tetap menarik serta relevan dengan tren terkini. *Bambyloons* juga dapat memperluas jangkauan kolaborasi dengan berbagai *brand* dan komunitas yang selaras, serta lebih mengoptimalkan konten *pasca-event* untuk mempertahankan momentum yang telah tercipta. Selain itu, *brand* perlu terus memantau dan menganalisis data *engagement* agar strategi promosi dapat semakin tepat sasaran dan efektif dalam mendorong konversi penjualan.

### 2. Bagi Penulis

Sebagai pelaksana, penulis perlu menjadikan pengalaman ini sebagai pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan merencanakan dan mengelola *event*. Ke depannya, diharapkan penulis dapat lebih matang

dalam mengelola *timeline*, melakukan riset mitra yang lebih mendalam, serta menyusun rencana cadangan yang lebih komprehensif. Pengalaman ini juga menjadi bekal penting untuk memperkuat kemampuan dokumentasi, analisis data, serta penyusunan strategi komunikasi berbasis pengalaman. Penulis diharapkan dapat terus mengembangkan jaringan dengan berbagai *brand* dan komunitas kreatif agar proyek-proyek mendatang dapat berjalan lebih optimal.

### 3. Bagi Peserta *Workshop*

Peserta diharapkan dapat terus mengasah keterampilan membuat buket balon yang telah diperoleh selama *workshop*, baik untuk keperluan pribadi maupun sebagai peluang usaha kreatif. Pengalaman langsung yang didapat sebaiknya dimanfaatkan untuk menciptakan kreasi sendiri dan membagikan hasilnya di media sosial. Peserta juga diharapkan dapat berperan aktif sebagai *promotor brand* dengan merekomendasikan *Bambyloons* kepada keluarga, teman, dan komunitas mereka. Hal ini akan sangat membantu dalam memperluas jangkauan *brand* melalui *word-of-mouth* yang autentik dan positif.

### 4. Bagi Program Studi D4 Informasi dan Humas

Program Studi D4 Informasi dan Humas diharapkan dapat terus mendorong mahasiswa untuk melaksanakan tugas akhir berbasis proyek nyata seperti *event workshop*. Kegiatan ini sangat relevan untuk mengintegrasikan teori *public relations* dan *event management* ke dalam praktik langsung. Program studi dapat memberikan dukungan yang lebih intensif, baik berupa bimbingan teknis, akses jaringan industri, maupun fasilitas pendukung agar mahasiswa mampu menghasilkan karya akhir yang berkualitas dan berdampak nyata bagi mitra. Selain itu, proyek semacam ini juga dapat menjadi sarana *branding* program studi sebagai jurusan yang aplikatif dan berorientasi pada solusi industri kreatif.