

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pelaksanaan event DIM-FUN Cooking Class dan Taigersprung Jalan-Jalan berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan brand awareness yaitu meningkat dari 57,4% menjadi 88,6%, melampaui target awal yang ditetapkan. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis *event* yang dikombinasikan dengan promosi digital dan offline efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas serta membangun keterlibatan pelanggan dengan brand.

Sebagai *Media Planner*, strategi yang diterapkan melalui Instagram *Ads*, *influencer*, dan *media partner* mampu meningkatkan jangkauan promosi, sementara penggunaan *Out of Home Advertising* berhasil memperkuat visibilitas brand. Meskipun terdapat kendala dalam penayangan Instagram *Ads*, strategi alternatif melalui media lain mampu mengatasinya dengan baik. Sementara itu, dalam aspek *Content Planner*, penyusunan *content plan* yang terstruktur berhasil menghasilkan 31 konten yang dapat dipublikasikan, melampaui target awal. Kemudian, sebagai *creative*, berbagai materi visual seperti *digital poster*, *cue card*, dan sertifikat berhasil dirancang dengan tetap mempertahankan identitas brand. Desain sertifikat khusus untuk peserta DIM-FUN *Cooking Class* juga memberikan nilai eksklusivitas yang meningkatkan pengalaman peserta. Kendala dalam revisi desain dapat diatasi dengan komunikasi yang lebih efektif antara penulis dan client. Secara keseluruhan, kombinasi strategi media digital dan *offline* dalam *event* ini terbukti efektif dalam meningkatkan brand awareness dan keterlibatan audiens.

Kedepannya, strategi serupa dapat dikembangkan dengan perencanaan media yang lebih optimal serta sistem komunikasi yang lebih terstruktur antara tim dan *client* untuk memastikan efektivitas kampanye.

5.2 Saran

Berikut saran yang dapat penulis sarankan terhadap pihak-pihak yang ingin melaksanakan program dengan kombinasi berupa *offline* dan *online* :

1. Sebaiknya pihak client dapat lebih kooperatif dan komunikatif dalam menyampaikan keinginan serta ekspektasi mereka terkait konten yang akan dibuat. Hal ini dapat dilakukan dengan menetapkan ketentuan yang jelas sejak awal, mencakup detail spesifik mengenai konsep, gaya visual, format, serta tujuan dari setiap konten yang diinginkan. Dengan adanya kesepakatan yang jelas dari awal, baik media planner maupun client dapat bekerja lebih efektif, mengurangi potensi miskomunikasi, serta memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan harapan.
2. Menyusun *back-up plan* untuk media partner dengan menyiapkan list alternatif media partner yang lebih luas guna memastikan kelancaran publikasi serta meminimalisir resiko jika terjadi kendala, sehingga strategi promosi tetap berjalan efektif.