

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kegiatan *Workshop “Creative Artventure”* dan Kampanye Pemasaran Digital yang dilangsungkan pada tanggal 06 November - 21 Desember dan berlokasi di Monkey Baa Dimsum & Coffee, Semarang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai merek Monkey Baa Dimsum & Coffee. Selain itu, proyek ini juga bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung terhadap *brand* Monkey Baa Dimsum & Coffee. Dalam pelaksanaannya, implementasi kegiatan *Workshop “Creative Artventure”* merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan *brand awareness* Monkey Baa Dimsum & Coffee. Selain itu, pelaksanaan Kampanye melalui media sosial yang dilakukan melalui instagram @hombim.baa merupakan kampanye yang berorientasi kepada empat pilar konten, yakni *educational*, *promotional*, *entertainment*, dan *conversational*. Konten edukasi bertujuan untuk memberikan edukasi kepada audiens mengenai produk serta layanan dalam Monkey Baa Dimsum & Coffee. Konten promosi bertujuan untuk meningkatkan penjualan serta menarik keterlibatan audiens. Konten hiburan ditujukan untuk memberikan hiburan kepada audiens selama sosialisasi kampanye, sedangkan konten *conversational* yang berupa kuis, tanya jawab, *polling*, ditujukan untuk mendorong interaksi dengan audiens.

Pelaksanaan kegiatan *Workshop “Creative Artventure”* dilakukan selama 2x dalam kurun waktu yang berbeda. Salah satu kegiatan *“Creative Artventure”* yaitu *“Coastify”* menghadirkan UMKM lokal kreatif asal Semarang, yang bertujuan untuk menumbuhkan pemahaman kepada masyarakat bahwa *brand* Monkey Baa Dimsum & Coffee menghadirkan acara yang tidak hanya berpusat pada satu bidang saja, namun juga sebagai salah satu restoran yang menciptakan kegiatan unik yang tidak pernah dilakukan sebelumnya.

Sebagai *Project Leader*, *PIC Event*, dan *Media Planner*, berperan dan bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan, baik kegiatan *“Creative Artventure”* maupun kampanye promosi yang dilakukan di media sosial, dimulai dari dengan proses penyusunan jadwal rapat, pengawasan dan evaluasi kinerja anggota tim, penanggung jawab keseluruhan acara, penyusunan instagram ads, serta membuat

dan mempublikasikan content brief yang telah disusun dengan matang. *Media planner* juga bertanggung jawab untuk memilih media sosial yang digunakan sebagai salah satu taktik kampanye dan strategi promosi dalam meningkatkan *brand awareness* Monkey Baa Dimsum & Coffee. Melalui koordinasi yang bijak dengan anggota tim serta mengimplementasikan teori *event management* dan *planning & managing public campaign theory*, program ini berhasil mencapai targetnya. Hasil dari kinerja ini memberikan capaian sehingga program Karya Bidang dapat terlaksana dan mencapai tujuan yang telah disepakati. Adapun hasil dari program Karya Bidang ini meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai brand Monkey Baa Dimsum & Coffee sebesar 8%. Capaian ini berhasil dilakukan dengan peningkatan *brand awareness* yang meningkat hingga 28%.

5.2 Saran

Berikut saran yang dapat disampaikan dan ditulis kepada pihak - pihak yang ingin menjalankan kegiatan serupa :

1. Diperlukan strategi dalam manajemen *event* yang lebih terstruktur untuk mencapai hasil yang diinginkan dan efektif sesuai dengan tujuan dan target yang telah ditetapkan.
2. Diperlukan manajemen *timeline* yang sistematis kepada seluruh pihak, baik kepada anggota tim, klien, maupun pihak eksternal sebagai penunjang keberhasilan acara bagi keseluruhan program karya bidang.
3. Penyusunan kerangka program membutuhkan langkah yang lebih terstruktur, dimulai dari tahapan perencanaan - evaluasi sehingga program dapat *sustainable* dan menguntungkan banyak pihak.
4. Diperlukan sikap negosiasi untuk memahami dengan baik tujuan antara kedua belah pihak dengan melakukan koordinasi untuk mencapai kesepakatan yang saling diinginkan. Melalui kesepakatan dan kerjasama yang saling menguntungkan, akan lebih mudah mencapai tujuan program.