

BAB V

PENUTUP

5.1.Simpulan

Kampanye #KumpulBersamaMaju yang berlangsung mulai 20 Januari 2025 sampai tanggal 16 Februari 2025 yang bertujuan untuk meningkatkan *Awareness*, masyarakat terhadap merek Kopi Maju 57 sebagai tempat untuk kumpul bersama, baik itu bersama pasangan, kerabat ataupun keluarga. Kampanye ini dilaksanakan dengan dua pendekatan, yaitu kampanye secara *online* yaitu dengan melewati Instagram @kopimaju57, maupun secara *offline* melalui event *Loka Karya Maju 57 2025* yang diselenggarakan pada tanggal 15 Februari 2025 di outlet Kopi Maju Tusam, Semarang. Jenis kampanye yang di publikasikan sangat bergaam mulai dari *content promotion*, *entertainment*.

Konten *entertainment* dirancang dengan upaya menarik perhatian audience dengan cara yang ringan dan menyenangkan. Jenis konten seperti ini bertujuan untuk upaya membuat topik yang mungkin dianggap rumit dan dikemas menjadi lebih menarik supaya mudah dipahami oleh semua kalangan terutama generasi Z. Konten ini bisa dikatakan berupa vidio kreatif, meme, cinematic yang menyatukan hiburan dan informasi seputar Kopi Maju 57, sehingga audience merasa lebih terlibat dalam kampanye yang dilakukan tanpa adanya rasa terbebani dengan materi yang serius tetapi dikemas secara menyenangkan dan ringan.

Kemudian, selain konten *entertainment*, kita publikasikan jenis konten *promotional* yang berfokus pada promosi dari kopi maju 57 seperti produk-produk dan yang utama adalah ambience dijual oleh Kopi Maju 57 seperti spot hangout bersama pasangan, kerabat, maupun keluarga. Selain itu konten ini juga berfokus pada pneyebaran informasi seputar kegiatan yang akan di selenggarakan di Kopi Maju 57, Tusam, serta menekankan manfaat dari peserta yang berpartisipasi setelah mengikuti kampanye dan kegiatan acara *workshop Loka Karya Maju 57 2025*.

Sementara itu dalam event *offline* yang diselenggarakan pada tanggal 15 Februari 2025 di outlet Kopi Maju 57 Tusam, semarang yang akan menghadirkan UMKM manik-mnaik terkenal yang berada di kota Semarang yang memiliki keahlian tinggi dan pemahaman yang mendalam mengenai manik-manik, pembicara utama dalam rangkaian

kegiatan ini adalah Mbak Nilam selaku owner dari *dailymanik* yang akan memberikan wawasan dan arahan tentang membuat aksesoris dari manik-manik yang akan di memunculkan kreativitas dari peserta yang berpartisipasi.

Kegiatan *offline* ini tidak hanya akan menyajikan pemaparan ilmu dari narasumber, tetapi juga akan memberikan kesempatan bagi para peserta untuk berinteraksi langsung dengan narasumber yaitu mbak Nilam dari *dailymanik*. Hal ini merupakan kesempatan berharga bagi peserta untuk menggali seputar manik-manik untuk para peserta yang ingin membuka usaha di bidang manik-manik seperti Mbak Nilam dari *dailymanik*.

Sebagai seorang *Account Executive*, penulis berperan penting untuk melakukan hubungan kerjasama eksternal dengan para pihak yang terlibat. Penulis bertugas untuk mencari, menetapkan, hingga berkoordinasi langsung dengan pihak-pihak vendor maupun klien. Kemudian, dalam peran *PIC Event*, penulis bertanggung jawab untuk memastikan pelaksanaan lapangan sesuai sempurna dengan jadwal dan teknis yang telah ditentukan sebelumnya. Ketepatan waktu pelaksanaan, yang dimulai dari pukul 10.00 hingga 16.00, menjadi indikator kesuksesan dalam menjaga rundown kegiatan tetap dengan sesuai target yang di tetapkan sebelumnya,

Dengan 30 Peserta yang berpartisipasi telah mencapai target dengan membuktikan efektivitas strategi publikasi yang melibatkan media sosial dan koordinasi tim. *PIC Event* juga berhasil menciptakan suasana nyaman serta kondusif selama keberlangsungan acara, tetap menjaga komunikasi yang baik dengan MC dan vendor, after movie, serta pihak dari manajemen Kopi Maju 57 itu sendiri.

5.2.Saran

Adapun berbagai saran yang akan penulis sampaikan untuk beberapa pihak yang akan mengadakan rangkaian kegiatan acara seperti karya bidang ini sebagai berikut

Daftar nama kontak yang disusun dan dijadwalkan yang rapih dari pihak-pihak yang terkait baik eksternal ataupun internal dengan upaya memudahkan menghubungi pihak yang sekiranya diperlukan jika terjadi situasi yang mendesak dan membutuhkan keputusan yang cepat.

Menyesuaikan hasil riset tentang target audience yang sudah di tentukan

sebelumnya, upaya ini dilakukan guna menentukan lokasi strategis venue yang supaya cocok dengan target audience yang sudah ditentukan sebelumnya.

Menjaga komunikasi yang baik dengan *klien* guna mempermudah koordinasi dengan seluruh pihak yang terkait sehingga membantu keberhasilan acara kegiatan.

Sebelum memulai proses negosiasi, penting untuk memahami dengan baik tujuan dan ekspektasi masing-masing pihak. Dengan pemahaman yang komprehensif, akan jauh lebih mudah untuk menjalin kesepakatan yang saling menguntungkan.

Keharmonisan dalam tim merupakan salah satu hal yang sangat penting. Sebagai satu kesatuan, alangkah baiknya tim dapat menyatukan pandangan dan suaranya untuk keberlangsung kegiatan acara.