

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan permasalahan mengenai rendahnya *brand awareness Bambyloons* di Kota Semarang, hasil pelaksanaan *Event Workshop Balloon Bouquet Experience Bambyloons x Emina Cosmetics* menunjukkan bahwa *workshop* sebagai strategi *Public relations* berbasis *hands-on experience* berhasil meningkatkan pengenalan dan keterikatan masyarakat terhadap brand. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan *brand awareness* hingga mencapai 100%, atau meningkat sebesar 56% dibandingkan hasil survei awal. Selain itu, indikator potensi rekomendasi peserta mencapai 98% dan testimoni positif yang mencerminkan perubahan persepsi mencapai 93,4%, yang menunjukkan bahwa peserta tidak hanya mengenal *Bambyloons*, tetapi juga memiliki kesan positif terhadap brand.

Jika dibandingkan dengan *workshop Bambyloons* sebelumnya, pelaksanaan *workshop* kali ini berhasil menjangkau jumlah peserta yang lebih banyak. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi dengan *Emina Cosmetics* memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan daya tarik acara, memperluas jangkauan audiens, dan menarik partisipasi masyarakat yang lebih besar. Kehadiran kolaborator yang memiliki target pasar yang relevan juga memberikan nilai tambah bagi peserta sehingga pengalaman yang diperoleh menjadi lebih menarik dan berkesan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan *event workshop* sebagai strategi *public relations* berhasil mengatasi permasalahan rendahnya *brand awareness Bambyloons* di Kota Semarang. Pendekatan komunikasi berbasis pengalaman langsung terbukti efektif dalam meningkatkan pengenalan brand, membangun persepsi positif, serta menciptakan keterlibatan audiens yang lebih kuat. Selain itu, kolaborasi dengan mitra yang memiliki kesesuaian target pasar terbukti mampu memperkuat efektivitas

kegiatan dan memperluas dampak yang dihasilkan terhadap perkembangan *brand Bambyloons*.

5.2 Saran

Berdasarkan pelaksanaan dan hasil evaluasi kegiatan *Event Workshop* Buket Balon *Bambyloons*, terdapat beberapa temuan yang dapat menjadi bahan evaluasi serta pertimbangan dalam penyelenggaraan kegiatan serupa di masa mendatang. Evaluasi yang dilakukan menunjukkan bahwa kegiatan telah berhasil mencapai sebagian besar indikator keberhasilan yang ditetapkan, baik dari aspek proses, hasil, maupun dampak. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa hal yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan dan keberlanjutan program. Oleh karena itu, penulis menyampaikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi *Bambyloons*

Bambyloons disarankan untuk menyelenggarakan *workshop* secara berkelanjutan sebagai bagian dari strategi *Public relations* dan *experiential marketing* guna mempertahankan serta meningkatkan *brand awareness* di Kota Semarang. Selain itu, *Bambyloons* perlu memperluas kolaborasi dengan berbagai *brand* atau komunitas yang memiliki target audiens serupa agar jangkauan promosi semakin luas dan jumlah peserta dapat terus meningkat.

2. Bagi Penulis

Penulis disarankan untuk terus mengembangkan kemampuan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program *Public relations*, khususnya yang berbasis pengalaman langsung (*hands-on experience*). Pada kegiatan atau penelitian selanjutnya, penulis juga dapat melakukan pengukuran dampak jangka panjang, seperti tingkat pembelian aktual dan loyalitas pelanggan setelah kegiatan berlangsung.

3. Bagi Peserta *Workshop*

Peserta *workshop* diharapkan dapat memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama kegiatan untuk mengembangkan kreativitas serta menambah wawasan mengenai industri kreatif, khususnya dalam bidang pembuatan buket balon. Peserta juga diharapkan dapat menerapkan pengalaman yang diperoleh sebagai inspirasi untuk kegiatan pribadi maupun peluang usaha.

4. Bagi Program Studi D4 Informasi dan Humas

Program Studi D4 Informasi dan Humas diharapkan terus mendorong mahasiswa untuk mengimplementasikan teori dan konsep *Public relations* melalui proyek nyata yang memberikan manfaat bagi masyarakat maupun pelaku usaha. Selain itu, program studi dapat memperluas kerja sama dengan UMKM dan industri kreatif sebagai wadah pembelajaran praktis yang mendukung peningkatan kompetensi mahasiswa di bidang komunikasi dan hubungan masyarakat.