



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian dan berbagai teori serta konsep yang diperoleh penulis, berikut adalah simpulan atas rumusan masalah terkait strategi Puyo dalam meningkatkan *brand engagement* melalui Instagram dengan menggunakan isu sosial :

#### **Implementasi Strategi Puyo dalam meningkatkan *brand engagement* melalui Instagram dengan menggunakan isu sosial**

Puyo desserts memanfaatkan media sosial Instagram untuk berkomunikasi dengan *customer* nya sejak tahun pertengahan tahun 2013. Instagram merupakan satu-satunya media sosial yang aktif dan selalu *update* mengenai informasi terkait segala kegiatan yang sedang dilakukan oleh Puyo Desserts. Alasan Puyo menggunakan Instagram sebagai media komunikasi utama dengan audiens karena Instagram merupakan media berbasis visual yang *user friendly* untuk mendapatkan *awareness* dari publik. Puyo memiliki perencanaan kampanye (*Instagram plan*) dari segi konten dan kampanye yang akan dilakukan selama satu bulan.

Puyo melakukan kegiatan sosial bertemakan lingkungan yang dilakukan bersamaan dengan varian rasa baru yang dikeluarkan oleh Puyo. Hal ini dilakukan karena Puyo ingin melakukan kegiatan sosial yang turut dapat meningkatkan

penjualan Puyo. Peneliti menemukan bahwa kegiatan kampanye ya sesuai dengan konsep MPR dan perencanaan PR strategis yang dikemukakan oleh Ronald Smith, walaupun dalam prakteknya peneliti menemukan bahwa Puyo tidak melakukan beberapa langkah dari tahapan tersebut. ng dilakukan oleh Puyo desserts. Beberapa hal yang kurang sesuai dengan model yang digunakan, adalah:

- Tidak adanya penelitian yang komprehensif mengenai situasi yang berhubungan dengan *brand* dan juga mengenai publik yang dituju.
- Tidak ada pernyataan formal mengenai *goal* dan *objectives* yang menyebabkan sulitnya untuk menilai keberhasilan dari kampanye.
- Perencanaan yang tidak tersusun rapi dan pelaksanaannya yang dapat dibuat lebih baik.
- Pelaksanaan evaluasi yang tidak komprehensif sehingga tidak ada laporan evaluasi yang lengkap mengenai kampanye ini.

Di sisi lain, terdapat beberapa hal yang positif dari kampanye ini, diantaranya adalah:

- Penggunaan isu sosial mengenai berkembangnya isu mengenai berkurangnya populasi penyu merupakan isu yang menarik. Hal ini dapat membuat keterlibatan

(*engagement*) publik meningkat yang pada akhirnya juga meningkatkan *engagement* pada *brand* Puyo.

- Penggunaan Instagram sebagai media utama kampanye sangat efektif karena sesuai dengan *target market* Puyo yang menasar pasar anak muda.
- *Engagement* yang terjadi lebih kuat dengan menggunakan isu dan media yang cocok dengan pasar yang dituju.

Tolok ukur yang digunakan oleh Puyo dalam menentukan keberhasilan Program adalah hanya dari total donasi yang terkumpul selama satu bulan periode kampanye. Berdasarkan hasil donasi yang terkumpul Puyo menyimpulkan bahwa masyarakat memberikan respon yang positif terhadap program tersebut. Penulis menemukan bahwa strategi Puyo dalam meningkatkan *brand engagement* belum tercapai oleh Puyo Desserts secara maksimal, hal ini dikarenakan pengukuran *engagement* melalui media sosial Puyo hanya mencapai 0,5 %, dari persentase ideal *engagement* yaitu sebesar 3-5%.

## **5.2. Saran**

### **5.2.1. Saran Akademis**

Peneliti melihat bahwa strategi pengkomunikasian kampanye melalui media sosial harus sejalan dengan tren komunikasi efektif sesuai dengan minat audiens melalui media sosial.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Untuk Kampanye serupa, peneliti melihat pentingnya menggunakan model komunikasi atau kampanye yang baku bagi Puyo, hal ini dilakukan agar kampanye memiliki pengukuran yang lebih akurat dan dapat dipertanggung jawabkan.