

BAB V

SIMPULAN SARAN

5.1 Simpulan

Digital Campaign No Means No merupakan kampanye sosial media yang dibuat berdasarkan *The Social Media Four Step Model* oleh Kim (2021). Tahap yang dilakukan pertama kali adalah melakukan riset dan pengumpulan data untuk mengetahui masalah yang terjadi di sekitar. Pengumpulan data dilakukan dengan dua (2) metode, yaitu penyebaran kuisioner dan wawancara. Wawancara dilakukan bersama Shafiq Pontoh selaku *social media strategist* dan Iqra Runi selaku redaktur Yayasan Jurnal Perempuan untuk mengetahui lebih dalam seputar media sosial dan isu kekerasan seksual. Penyebaran kuisioner dilakukan kepada 25 orang mahasiswa UMN untuk mengetahui tingkat literasi dan kesadaran terhadap isu kekerasan seksual.

Dari data yang sudah didapatkan, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah merancang kampanye. Sebelum menjalankan kampanye, pesan kampanye harus sudah ditentukan. Pesan yang akan disampaikan pada kampanye No Means No adalah No Means No, dimana maksudnya adalah tidak berarti tidak karena kekerasan seksual adalah hal yang tidak boleh dilakukan.

Tahap selanjutnya merupakan perancangan konsep dan produksi konten kampanye No Means No. Kampanye digital No Means No terdiri dari delapan belas (18) unggahan Instagram Feeds, tiga puluh lima (35) unggahan Instagram Story, tujuh (7) unggahan Instagram Reels, dan tiga (3) konten Youtube yang diunggah ke akun @campaign.nomenansno dan akun Youtube No Means No. Kampanye dijalankan dari tanggal 29 Mei - 9 Juni 2023. Secara keseluruhan, kampanye digital No Means No berhasil mencapai 9.077 *impressions* dari seluruh konten yang diunggah di Instagram.

Pelaksanaan kampanye digital No Means No melalui fitur Instagram Feeds berhasil melampaui target 50 *impressions* per unggahan. Konten yang berhasil mendapatkan *impressions* terbesar adalah pada Instagram tentang “Tiga (3) Cara

Memberikan Dukungan Kepada Korban Kekerasan Seksual” dengan mencapai 2526 impressions

Pelaksanaan kampanye digital No Means No melalui fitur Instagram Story secara keseluruhan gagal mencapai target 25 *views* per unggahan. Hal ini terjadi karena kurangnya promosi konten-konten Instagram Story dan penggunaan fitur di Instagram Story yang kurang maksimal.

Hanya 8 dari 35 konten yang mencapai target. Konten yang mencapai target yaitu konten mengenai pemberitahuan bahwa ada lagu yang dibuat untuk mendukung korban dan mencegah terjadinya kekerasan seksual.

Konten Instagram reels memiliki target 200 *views* per kontennya. Dari 7 konten Instagram Reels yang diunggah, seluruh konten Instagram Reels mencapai lebih dari 200 *views* sehingga bisa dikatakan bahwa konten yang diunggah di Instagram Reels memberikan pengaruh untuk audiens yang bukan *followers* untuk melihat konten yang diunggah. Kampanye yang dijalankan di Instagram Reels berhasil.

Konten Youtube memiliki target 100 *views* per kontennya. Dari 3 konten yang diunggah ke Youtube, tidak ada konten yang mencapai target. Hal ini disebabkan karena target audiens jarang mengakses youtube untuk konten sejenisnya yang diunggah dan penyebaran video yang dilakukan kurang maksimal dan tidak ada link yang menyambungkan antara Instagram dan Youtube. Kampanye yang dilakukan di Youtube gagal.

Kesimpulan yang didapatkan dari kampanye yang dijalankan selama 2 minggu adalah Instagram Feeds dan Instagram Reels adalah fitur yang bisa digunakan untuk menjangkau audiens lebih luas dan hasil dari kuisisioner evaluasi kampanye digital yang disebarkan dari tanggal 26 Juni sampai dengan 30 Juni 2023, hasil kuisisioner menyatakan bahwa kampanye digital ini cukup efektif dan memberikan dampak yang besar terhadap perubahan perilaku mahasiswa UMN dimana mereka menjadi sadar dan literasi mereka tentang isu kekerasan seksual yang terjadi di kampus meningkat.

5.2 Saran

Selama perancangan kampanye digital No Means No terdapat hal yang dapat dikembangkan untuk perancangan karya selanjutnya seperti saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis yang dapat diberikan berdasarkan hasil pelaksanaan kampanye digital No. Means No. adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa yang mengambil skripsi berbasis karya cluster digital campaign, diharapkan mengambil mata kuliah Digital Graphic Communication, Digital Strategics Communications & Data Analytics, Art, Copywriting & Creative Strategy, Creative Media Production, dan Advertising Business & Management.
2. Pada mata kuliah Digital Graphic Communications diharapkan untuk bisa memberikan latihan yang lebih intens dari *software* yang digunakan.

5.2.2 Saran Praktis

Adapun juga saran praktis yang dapat diberikan yakni:

1. Kampanye No Means No dilaksanakan di Instagram sebagai platform media sosial utama untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu kekerasan seksual. Diharapkan untuk perancangan karya selanjutnya dapat mengembangkan kampanye digital ini ke media sosial lain seperti TikTok, untuk menjangkau audiens yang lebih banyak.
2. Membuat template untuk desain konten, baik Instagram Feeds, Instagram Reels, dan Instagram Story agar terlihat lebih rapi.
3. Mengubah account menjadi profesional account sebelum menjalankan kampanye agar bisa melihat insight dari awal konten.