

## BAB V

### SIMPULAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Pelaksanaan kampanye digital *#YourFavFarmers* di Instagram *@socialfarmers.id*, dilakukan dengan tujuan untuk membangun *social media branding Social Farmers* sebagai *adaptive social media agency*. Kampanye *#YourFavFarmers* yang berlangsung selama 25 hari terhitung sejak 1 November 2023 sampai 25 November 2023 ini telah berhasil dilaksanakan sesuai tenggat waktu yang sudah ditetapkan. Konten yang disajikan pada kampanye *#YourFavFarmers* berupa konten *introduction*, *promotion*, dan *portfolio* yang dikemas melalui 18 unggahan Instagram *Feed*, 37 unggahan Instagram *Story*, 6 unggahan Instagram *Reels*, dan 6 unggahan Instagram *Video*.

Konsep yang menjadi dasar pelaksanaan kampanye digital *#YourFavFarmers* adalah konsep *Digital Marketing Strategy* yang dipaparkan oleh Simon Kingsnorth (2019, p. 97), yaitu *vision*, *mission*, *goals*, *objectives*, *strategies*, *action plans*, *execute*, *evaluate*, dan *evolve*. Lalu ada juga penerapan konsep *Social Media Branding* oleh Tuten dan Solomon (2018) yang terdiri dari beberapa elemen penting, yaitu identitas merek, audiens, konten, konsistensi, dan interaksi. Sedangkan pembuatan konten kampanye *#YourFavFarmers* mengikuti pendekatan *Content Marketing* yang dipaparkan oleh Kotler (2019, p. 121), yang melibatkan pembuatan, kurasi, distribusi, dan mengamplifikasi konten yang menarik, relevan, dan berguna terhadap suatu kelompok audiens yang jelas.

Berdasarkan hasil evaluasi sebelumnya, kampanye digital *#YourFavFarmers* telah mencapai *total reach* sebanyak 6.090 dari 3.500 *target reach*. Tak sampai di sana, setiap unggahan konten *feed*, *story*, *reels*, maupun video *#YourFavFarmers* berhasil mencapai *reach* jauh melebihi *target reach* yang sudah ditetapkan. Berdasarkan data tersebut, maka kampanye digital *#YourFavFarmers* dinilai berhasil dalam mencapai tujuannya untuk membangun *branding* terutama pada *brand awareness Social Farmers*. Keberhasilan tersebut diperkuat dengan

pernyataan dari *brand owner* yang mengaku lebih mengenal *Social Farmers* sebagai *adaptive social media agency* melalui kampanye *#YourFavFarmers*, dan ketertarikan *Director WOW dan Social Farmers* untuk melanjutkan konten kampanye *#YourFavfarmers*, serta peningkatan *insight* yang signifikan selama kampanye *#YourFavFarmers* berlangsung.

Kesimpulan akhir dari perancangan kampanye digital *#YourFavFarmers* dalam upaya membangun *branding* melalui Instagram, dapat dilakukan dengan mencari tahu konten seperti apa yang disukai oleh *target audiens*. Dengan demikian, pesan dari kampanye tersebut dapat tersampaikan dengan baik oleh *target audiens*, dan tujuan kampanye dapat tercapai. Pada kampanye *#YourFavFarmers*, konten *portfolio* merupakan konten yang paling dominan untuk memperkenalkan *Social Farmers* melalui hasil karyanya. Namun, sebagai *brand owner* tentunya menginginkan informasi yang detail dan bukan hanya sekedar *portfolio* biasa saja. Melihat persoalan tersebut, maka konten kampanye *#YourFavFarmers* dikemas dengan menambahkan data *before vs after*, dan disertai dengan narasi *storytelling* yang efektif.

## 5.2 Saran

Setelah perancangan kampanye digital *Social Farmers #YourFavFarmers* di Instagram selesai dilaksanakan, terdapat sejumlah saran yang ditujukan kepada:

### 5.2.1 Saran untuk Universitas

Universitas diharapkan terus memberikan pelajaran mengenai upaya membangun *branding* dan cara penerapannya. Tak hanya itu saja, Universitas diharapkan dapat mengadakan *workshop* ataupun *training* yang membahas cara mengolah konten yang efektif di media sosial berdasarkan perkembangan yang sedang terjadi saat ini. Karena tak dapat dipungkiri bahwa maraknya pengguna media sosial saat ini, membuat para *business owner* dan *content creator* menjadi lebih bersaing dalam menciptakan konten-konten yang lebih unggul.

### 5.2.2 Saran untuk Perusahaan

Perusahaan disarankan untuk terus mengembangkan konten-konten yang sudah ada saat ini. Melihat tingginya antusiasme dari para audiens yang menantikan konten selanjutnya dari *Social Farmers*, maka perusahaan diharapkan dapat lebih sering mengunggah konten di Instagram untuk mempertahankan audiens setia dan menarik audiens baru. Tak sampai disitu saja, perusahaan juga perlu memanfaatkan fitur Instagram *Ads* pada setiap kontennya agar dapat menjangkau *target audiens* yang diinginkan. Dengan demikian, maka dapat mempengaruhi peningkatan *brand awareness* dari *Social Farmers*.

