

BAB V

SIMPULAN SARAN

5.1 Simpulan

Kampanye Digital #DipromosiinIbuSibuk *Batch* 3 merupakan kampanye lanjutan dari *Batch* 1 dan 2 yang telah diadakan sebelumnya. Peneliti diminta untuk melanjutkan kampanye ini untuk meningkatkan jumlah *brand* dan UMKM yang mendaftar kampanye dari *brand* sebelumnya. Tujuan dari adanya kampanye ini adalah untuk meningkatkan jumlah *engagement* di IbuSibuk. Kegiatan kampanye ini memberikan kesempatan agar para *brand* dan UMKM dapat dipromosikan secara gratis melalui apps Orami.

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari kampanye yang telah dijalankan, pembuat karya menemukan bahwa kampanye #DipromosiinIbuSibuk *Batch* 3 telah berhasil mencapai seluruh target yang ditetapkan, selain itu terdapat peningkatan *accounts reached* sebesar 558% dimana pembuat karya berhasil menjangkau 5,379 akun, dan juga peningkatan sebesar 618% dalam angka *accounts engaged*, dimana 237 audiens telah melakukan *engagement*. Untuk masing-masing konten yang diunggah, baik dalam feeds, reels, maupun story, juga telah mencapai target yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan, ditemukan bahwa fitur yang paling banyak menjangkau audiens adalah Instagram Feeds, lalu disusul dengan Instagram Reels dan yang terakhir adalah Instagram Story. Selain itu juga terdapat peningkatan yang signifikan dalam jumlah *brand* dan UMKM yang mendaftar, dimana pada *Batch* 1 *brand* yang mendaftar adalah 8 *brand*, *Batch* 2 9 *Brand*, dan *Batch* 3 berhasil menjangkau 30 *Brand* dan UMKM. Sehingga dapat terlihat bahwa tujuan yang diinginkan dan target yang ditetapkan telah tercapai.

5.2 Saran

Setelah pembuat karya merancang dan melaksanakan kampanye #DipromosiinIbuSibuk *Batch* 3, pembuat karya memiliki beberapa saran yang dapat dilihat di bawah ini.

5.2.1 Saran Akademis

Untuk melengkapi mata kuliah dengan mengajarkan praktik langsung dari pembuatan konten media sosial yang baik, terutama dalam platform Instagram.

5.2.2 Saran Praktisi

Untuk dapat mempertimbangkan pembuatan kampanye yang lebih profesional dan juga menggunakan *budget* yang lebih maksimal, seperti misalnya dalam dengan membuat *giveaway* untuk meningkatkan jumlah *engagement* agar lebih maksimal. Selain itu juga dapat menggunakan seluruh fitur dengan lebih maksimal, terutama dalam penggunaan audio yang sedang tren untuk konten reels. Sehingga kampanye dapat menarik lebih banyak perhatian dari para audiens.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA