

BAB V

SIMPULAN SARAN

5.1 Simpulan

Kampanye digital "*ROYO Rolling Revolution*" telah dinyatakan berhasil mencapai tujuan karya sebagai berikut:

1. Meningkatkan *Awareness* tentang Budaya Tingwe
2. Memperkuat dan Memelihara Identitas Budaya Tingwe

Kim (2021) membuat konsep *The Social Media Four Step Model* yang menjadi dasar kampanye digital "*ROYO Rolling Revolution*". Tahap yang dilakukan pertama kali adalah melakukan riset dan pengumpulan data untuk mengetahui masalah yang terjadi di sekitar. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara yang dilakukan dengan beberapa penggiat tingwe, yakni Palpenk ketua komunitas KPTNI, Amar ketua komunitas MPTN, dan Kae seorang penikmat tingwe.

Dari data yang sudah didapatkan, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah merancang kampanye. Sebelum menjalankan kampanye, pesan kampanye sudah ditentukan. Pesan yang akan disampaikan pada kampanye "*ROYO Rolling Revolution*" adalah diupayakan mengubah pandangan negatif terhadap budaya "tingwe" dan menciptakan kesadaran merk sekaligus menghadirkan pengalaman tingwe yang positif dan berkesan untuk generasi muda. Pesan ini melibatkan ROYO yang hadir sebagai pilihan yang tepat untuk mendapatkan pengalaman tingwe yang lebih seru dan kreatif.

Tahap selanjutnya merupakan perancangan konsep dan produksi konten kampanye "*ROYO Rolling Revolution*". Kampanye "*ROYO Rolling Revolution*" terdiri dari sembilan belas (19) unggahan Instagram Feeds, tujuh puluh lima (75) unggahan Instagram Story, dan tujuh (7) unggahan Instagram Reels yang dijalankan dari tanggal 20 November - 5 Desember 2023. Secara keseluruhan, kampanye digital "*ROYO Rolling Revolution*" berhasil mencapai 8.204 *impressions* dari seluruh konten yang diunggah di Instagram.

Pelaksanaan kampanye "*ROYO Rolling Revolution*" melalui fitur Instagram Feeds berhasil melampaui target 50 *impressions* per unggahan. Konten yang berhasil mendapatkan *impressions* terbesar adalah konten tentang goals dari kampanye "*ROYO Rolling Revolution*" ini.

Pelaksanaan kampanye "*ROYO Rolling Revolution*" melalui fitur Instagram Story sebagian berhasil mencapai target 25 *views* per unggahan sebanyak 40 konten. Hal ini terjadi karena pemilihan waktu untuk mengunggah konten yang kurang konsisten.

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 dapat 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.

Kesimpulan yang didapatkan dari kampanye yang dijalankan selama 2 minggu adalah Instagram Reels adalah fitur yang paling bisa digunakan untuk menjangkau audiens lebih luas dan hasil dari kuisisioner evaluasi kampanye digital yang disebar dari tanggal 1-3 Desember 2023 menyatakan bahwa kampanye digital ini cukup efektif dan memberikan dampak yang besar terhadap pandangan kepada budaya tingwe dan penghilangan stigma negatif terkait budaya tingwe.

Kesimpulan dari hasil wawancara pasca pelaksanaan kampanye digital, menegaskan kesuksesan kampanye digital "*ROYO Rolling Revolution*" menurut perwakilan komunitas dalam meningkatkan kesadaran tentang budaya tingwe. Kampanye digital "*ROYO Rolling Revolution*" sukses memikat perhatian melalui konten-konten yang dibuat, sementara webinar Ngobar Jilid #1 membuka wawasan baru terkait pelestarian budaya tingwe. Dalam webinar tersebut, komunitas tidak hanya menjadi penonton dan pendengar, tetapi juga menjadi agen perubahan yang aktif merumuskan ide-ide inovatif untuk pelestarian budaya tingwe.

Kampanye digital "*ROYO Rolling Revolution*" dinilai menciptakan momentum positif, memungkinkan berbagai perspektif berkumpul untuk merumuskan langkah-langkah konkrit dalam menjaga dan memperkuat identitas budaya Tingwe. Dengan demikian, kampanye digital "*ROYO Rolling Revolution*" berhasil mencapai tujuannya untuk membangun kesadaran dan memberdayakan komunitas untuk berperan aktif dalam pelestarian budaya tingwe.

5.2 Saran

Selama perancangan kampanye "*ROYO Rolling Revolution*" 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 "*ROYO Rolling Revolution*" adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa yang mengambil skripsi berbasis karya *cluster digital campaign*, diharapkan mengambil mata kuliah Digital Graphic Communications, Digital Strategics Communications & Data Analytics, Advertising Business Management, Art, Copywriting & Creative Strategy, Creative Media Production.
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 "*ROYO Rolling Revolution*" dilaksanakan di Instagram sebagai platform media sosial utama untuk merombak stigma negatif terhadap budaya tingwe dan memperkenalkan budaya tingwe sebagai budaya yang keren dan patut dilestarikan.
2. Membuat template untuk desain konten, baik Instagram Feeds, Instagram Reels, dan Instagram Story agar terlihat lebih rapi.

3. Mengubah account menjadi *professional account* sebelum menjalankan kampanye agar dapat melihat insight dari konten yang diunggah.
4. Melakukan pendekatan berkelanjutan dengan mengimplementasikannya sebagai strategi pemasaran digital, memastikan setiap aspek kampanye mendukung nilai-nilai berkelanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Membentuk kemitraan berkelanjutan dengan melakukan kolaborasi dengan organisasi ataupun komunitas yang sesuai dengan nilai dan tujuan perusahaan sehingga dapat memperkuat dampak positif kampanye.
6. Melakukan pemberdayaan komunitas dengan mengaktifkan komunitas lewat kampanye yang dilaksanakan dan mendorong keterlibatan mereka dalam inisiatif berkelanjutan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA