

## BAB V

### SIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

Keberadaan dari Environmental, Health, Safety (EHS) memiliki fungsi mitigasi yang melakukan pemetaan dari potensi bahaya yang terjadi di lingkungan kerja, yang mana berkaitan langsung dengan kesehatan dan keselamatan kerja karyawan. Berkaitan dengan penerapan sistem kerja *work from office* yang telah dirasakan oleh lebih dari 60% karyawan di Indonesia, sebagaimana diatur dalam UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, perusahaan perlu melakukan penerapan praktik keselamatan dan kesehatan karyawan di tempat kerja, yang tentunya hal ini membutuhkan adanya peran komunikasi dalam menyampaikan praktik mitigasi kepada karyawan.

Pada perancangan kampanye digital terbagi dalam 3 tahapan yakni *pre-campaign*, *campaign*, dan *post-campaign*. Pada tahap *pre-campaign*, dengan mengadaptasi langkah awal dari PRACE menurut Chaffey & Smith (2017, p. 256) yaitu perencanaan, telah disusun sebuah survei sebagai bahan dasar pelaksanaan yang berkaitan dengan tingkat *awareness* terkait SBS serta kondisi terkait suasana dari lingkungan kerja yang dirasakan oleh karyawan. Dari data yang diperoleh tersebut, juga telah didukung dengan mengkorelasikan dari perolehan data sekunder seperti data *medical* karyawan dan data *maintenance* maupun *building*, yang mana hal tersebut membantu dalam menguatkan dasar urgensi pelaksanaan kampanye terkait SBS, baik dari segi rendahnya *awareness* karyawan terhadap SBS maupun urgensi untuk pembenahan *behavioural* dari karyawan serta *building maintenance*.

Dalam pelaksanaan perancangan konten, telah disesuaikan dengan ketentuan dari *visual guidelines* yang telah ada, pada *guidelines* tersebut telah ditentukan dalam hal penggunaan *font* Inter, serta dari warna-warna yang telah disediakan sebagai opsi dari *guidelines*, telah dipilih 3 warna kombinasi, biru dengan kode warna #0F0443 sebagai warna *background*, lalu warna oranye dengan kode warna #F86E11 dan warna kuning dengan kode warna #F1BD33 sebagai

warna yang digunakan untuk mempertegas. Selain itu juga telah dirancang *media plan* yang telah disesuaikan dengan *slot* yang telah disediakan oleh HC yakni *one or two contents per week*, yang dimulai dengan membangun pemahaman, penerimaan akan pentingnya mitigasi SBS, dan aksi untuk mengubah kebiasaan dalam rangka preventif gejala SBS, yang disampaikan dengan menggunakan *content formarts infographics*.

Dalam rangka memperoleh aktivasi kampanye yang lebih *massive*, juga telah dilakukan *mirroring post* konten di FIFGROUP Employee Mobile Apps (FEMA). Selain itu, juga telah digunakan *special event tactic* sebagai aktivasi kampanye melalui Culture Day yang terbagi dalam *pre-activity* yang dimanfaatkan untuk mensosialisasikan SBS dan memberikan *brief* untuk *activity*, yakni membuat karya inovatif terkait upaya preventif SBS, kemudian ditutup dengan *post-activity* yang membagikan stiker berisi *reminder message* terkait kampanye #FIFGROUPFREESBS.

Pada tahap terakhir yakni *post-campaign*, telah dilakukan proses *control* berupa evaluasi dari pelaksanaan kampanye digital yang telah dilakukan. Pada tahapan ini, pengukuran keberhasilan dilakukan melalui survei evaluasi iklim lingkungan kerja, untuk mengukur peningkatan pemahaman dari karyawan terkait SBS setelah pengadaaan kampanye, yang mana dari data evaluasi tersebut, juga akan dijadikan sebagai *benchmark* untuk pelaksanaan kampanye selanjutnya.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

Diperlukan pendalaman lebih lagi dari beberapa mata kuliah seperti Digital Graphic Communication dan Art Copywriting & Creative Strategy. Hal ini ditujukan untuk mempertajam kemampuan dalam memvisualisasikan pesan konten secara efektif dan maksimal dalam penyampaiannya maupun estetikanya. Selain dengan ahli yang sama, dalam memverifikasi konten, akan lebih baik jika melakukan konsultasi ke beberapa ahli, hal ini ditujukan untuk menghasilkan evaluasi terbaik dari *professional*.

### 5.2.2 Saran Praktis

Untuk meningkatkan efektivitas dari pelaksanaan kampanye, diperlukan adanya tim dari yang memiliki peran yang memiliki fokus dalam ideasi dan eksekusi desain dari konten. Selain memiliki kapabilitas masing-masing, dengan memperoleh peranan desain grafis yang lebih *professional*, tentunya akan dapat menghasilkan karya konten yang lebih maksimal serta dapat disesuaikan dengan ketentuan yang ada, hal ini dapat mengurangi adanya kemungkinan revisi dan memperlancar pelaksanaan kampanye digital.

Efektivitas dari kampanye digital juga dapat ditingkatkan melalui unggahan konten yang tidak terlalu berjarak, yang artinya diperlukan adanya fleksibilitas yang lebih dalam pemanfaatan Instagram @growingatfifgroup maupun FEMA sebagai media internal untuk menyampaikan pesan kampanye. Dengan adanya fleksibilitas lebih, maka informasi yang diberikan pun dapat lebih *massive* diberikan kepada karyawan, berbeda halnya ketika informasi disampaikan secara berjarak atau terbatas dengan maksimal unggahan 2 kali dalam 1 minggu, maka orang cenderung memiliki rasa penasaran yang kurang terhadap kampanye.

