

BAB V

SIMPULAN SARAN

5.1 Simpulan

Kampanye digital *Food Garden Kita #TogetherWeGrow* dirancang sesuai dengan proses pelaksanaan kampanye media sosial berdasarkan kerangka kerja yang diuraikan oleh Kampanye *Food Garden Kita* terdiri dari 22 unggahan *Sharing Photos*, 35 *Stories*, dan 14 *Reels* yang diposting pada akun Instagram @foodgardenkita selama periode empat minggu, dimulai dari 23 Maret 2024 hingga 17 Mei 2024.

Dari evaluasi tersebut, terlihat jelas bahwa pemanfaatan fitur-fitur Instagram dalam kampanye *Food Garden Kita #TogetherWeGrow* tidak hanya berhasil meningkatkan awareness tentang konsep *Food Garden* di kalangan audiens target, tetapi juga menghasilkan partisipasi aktif dalam Sesi Donasi *Food Garden Kita*. Melalui konten yang menarik dan informatif, kampanye ini mampu menjangkau audiens dengan efektif dan membangun pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya kebun pangan dalam konteks keberlanjutan pangan. Sesi donasi yang berhasil mengumpulkan dana sebesar Rp. 800.000 untuk pengembangan kebun pangan *Food Garden* oleh Gugus Mitigasi Lebak Selatan menjadi bukti konkret daridampak positif yang dihasilkan oleh kampanye ini.

Dengan adanya partisipasi dalam sesi donasi, tidak hanya awareness tentang *Food Garden* yang meningkat, tetapi juga dukungan konkret dari masyarakat dalam upaya pengembangan kebun pangan *Food Garden* oleh Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye tidak hanya berhasil dalam menyampaikan pesan, tetapi juga mampu menggerakkan tindakan nyata untuk mendukung inisiatif tersebut. Dengan demikian, kampanye *Food Garden Kita #TogetherWeGrow* tidak hanya memberikan pengetahuan kepada audiens, tetapi juga memberikan kontribusi positif dalam pengembangan kebun pangan secara nyata untuk mendukung ketahanan pangan di wilayah Gugus Mitigasi Lebak Selatan

Melalui evaluasi yang teliti terhadap kampanye *Food Garden Kita #TogetherWeGrow* Kesimpulan dari evaluasi kampanye digital *Food Garden Kita #TogetherWeGrow* menunjukkan hasil yang sangat positif dan memberikan wawasan berharga untuk pengembangan strategi selanjutnya. Dari total responden, mayoritas telah memahami *konsep Food Garden*, meskipun masih ada beberapa yang memerlukan informasi lebih lanjut. Cara penyampaian informasi melalui copywriting dan visual terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens, dengan sebagian besar responden menyatakan terpengaruh untuk mengikuti kampanye. *Reels* muncul sebagai fitur yang paling menarik bagi audiens, diikuti oleh *Stories*, *Live*, dan *Sharing Photos and Feeds*. Seluruh responden melaporkan perasaan senang selama mengikuti kampanye, peningkatan pemahaman tentang konsep *Food Garden*, dan kesan positif setelah partisipasi. Temuan ini menegaskan bahwa kampanye tidak hanya efektif dalam menyampaikan informasi, tetapi juga berhasil menciptakan pengalaman yang memuaskan dan membangun kesadaran yang lebih baik di kalangan audiensnya.

5.2. Saran

Dalam perancangan kampanye *Food Garden Kita #TogetherWeGrow*, ditemukan beberapa aspek yang dapat dijadikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas kampanye pada masa mendatang.

5.2.1. Saran Akademis

Berdasarkan pelaksanaan kampanye *Food Garden Kita #TogetherWeGrow*, terdapat beberapa saran yang dapat diusulkan. Mengacu pada pengalaman perancang dalam mengembangkan kampanye digital di platform media sosial Instagram, disarankan kepada universitas untuk memasukkan materi pembelajaran tentang pengelolaan kampanye digital di berbagai platform media sosial dalam mata kuliah Digital Strategic Communication & Data Analytics. Sementara itu, materi yang membahas pemanfaatan fitur-fitur media digital termasuk media sosial seperti Instagram dapat dimasukkan ke dalam kurikulum mata kuliah Social Media & Mobile Marketing Strategy. Mengingat setiap platform media sosial memiliki karakteristik yang unik, keberadaan pelajaran yang membahas platform-platform tersebut dapat

memberikan pemahaman yang lebih spesifik kepada mahasiswa mengenai aspek-aspek khusus dari masing-masing platform media sosial tersebut.

5.2.2. Saran Praktis

Berikut saran yang dapat diberikan berdasarkan pelaksanaan kampanye *Food Garden Kita #TogetherWeGrow* adalah, perancang dapat teliti karakteristik dari setiap platform media sosial yang akan digunakan sebagai sarana pelaksanaan kampanye. Hal ini akan membantu perancang konten untuk menciptakan materi yang lebih sesuai dan tepat sasaran. Kemudian, kampanye digital dapat mencapai target yang maksimal ketika melakukan kampanye yang terintegrasi. Jika kampanye terintegrasi, penyebaran audiens akan lebih banyak sehingga tingkat keberhasilan kampanye pun semakin tinggi dikarenakan banyaknya partisipasi audiens. Perancang dapat menyediakan konten yang dapat menimbulkan respons langsung dari audiens target, misalnya dengan menyajikan tips dan trik yang terkait dengan topik yang relevan. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian audiens serta membangkitkan minat mereka untuk lebih mendalami kampanye yang sedang berlangsung.

