

BAB V

SIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah menjalankan kampanye “Hidup Sehat Sebagai Keluarga Kobe” selama 37 hari, yang dimulai pada bulan Oktober hingga November 2024, maka dapat dikatakan beberapa hal yang menjadi kesimpulan:

- Kampanye “Hidup Sehat Sebagai Keluarga Kobe” dapat dikatakan telah menjadi kampanye internal perusahaan yang mampu meningkatkan pengetahuan dan keterlibatan karyawan karyawan internal *Head Office* mengenai kegiatan dan pola gaya hidup sehat di kantor. Dari hasil kampanye tersebut, penerapan ini juga berhasil mendapatkan 9.813 *account reached* yang mengalami peningkatan sebesar 1.5831 *accounts reached* sebelum aktivitas kampanye.
- Kampanye “Hidup Sehat Sebagai Keluarga Kobe” berhasil memberikan pengetahuan kegiatan aktif, informasi gaya hidup sehat melalui digital kampanye yang terukur melalui *post-campaign* menggunakan *google form*.
- Kampanye “Hidup Sehat Sebagai Keluarga Kobe” tidak hanya meningkatkan pengetahuan kepada pihak internal saja, melainkan juga meningkatkan pengetahuan audiens eksternal yaitu followers Instagram @kami_kobe melalui *quiz* yang diadakan melalui *feeds* Instagram dalam mengetahui jenis kegiatan perusahaan Kobe dan pengetahuan akan gaya hidup sehat.
- Kegiatan aktif yang diadakan sebagai rangkaian kegiatan kampanye digital bers=hasil melibatkan sebanyak 63 karyawan dan mendapatkan feedback yang sangat baik.

Secara keseluruhan, kampanye “Hidup Sehat Sebagai Keluarga Kobe” telah berhasil dijalankan melalui tahap-tahap analisis, perencanaan dari pra-produksi, produksi, pasca-produksi hingga evaluasi. Sehingga, kampanye dapat berjalan

sesuai dengan tujuan awal dan dapat diterima secara positif oleh audiens secara internal oleh karyawan dan *target audience* melalui media sosial.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

- Dalam menjalankan project digital kampanye, harus menunjukkan budaya perusahaan, nilai nilai, dan pengembangan karir, dalam menciptakan beberapa konten dan platform yang relevan seperti Instagram harus dimanfaatkan untuk menjangkau audiens secara efektif. Kampanye juga harus memperkuat komunikasi internal dengan melibatkan beberapa karyawan, misalnya adalah membuat kegiatan yang dapat meningkatkan keterlibatan dan menyelaraskan pemahaman karyawan terhadap tujuan dari digital kampanye.
- Mahasiswa yang akan mengambil studi karya berbasis kampanye digital, perlu memiliki skill pengetahuan dan pengalaman yang memadai agar dapat memahami teori serta konsep dasar dalam sebuah perancangan kampanye digital, termasuk berbagai media, proses perencanaan, keterlibatan audiens, dan elemen-elemen dalam kampanye.

5.2.2 Saran Praktis

- Disarankan memiliki kemampuan dalam beradaptasi dengan baik di lingkungan yang baru, karena hal ini sangat diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan berbagai rangkaian kegiatan agar dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan
- Penting untuk memanfaatkan serta membagi waktu secara efektif dalam setiap tahapan pekerjaan, termasuk analisis, perancangan, dan pengumpulan data untuk menyiapkan kampanye digital.
- Penting dalam menggunakan fitur-fitur yang tersedia dalam Instagram, seperti *Reels* dan *Instagram Stories*, dapat dimanfaatkan secara optimal karena kedua fitur ini memiliki peran signifikan

dalam menyampaikan pesan secara efektif. *Reels* memberikan penyajian konten yang menarik dan mudah diakses oleh audiens, sehingga dapat meningkatkan interaksi dan jangkauan audiens. Sementara, *Stories* memberikan fleksibilitas dalam menyampaikan pesan kampanye secara real-time dengan cara yang lebih personal. Dengan memanfaatkan kedua fitur ini dengan maksimal, maka kampanye digital dapat menjadi lebih efektif dalam menarik perhatian dan penyampaian pesan secara dinamis dan efisien.

