

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang sudah dijalankan, kampanye ini dapat dikatakan berhasil karena sejalan dengan *objectives* yang ditetapkan dari awal yakni untuk membangun kesadaran merek MNC Leasing dengan meningkatkan interaksi perusahaan dengan publik sebanyak 100 *accounts engaged*, dan meningkatkan *account reached* sebanyak 50%. Dengan cara meningkatkan literasi keuangan publik terkait pembiayaan MNC Leasing, agar demikian dapat mendorong peningkatan minat terhadap layanan pembiayaan.

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari kampanye yang telah dijalankan, penulis menemukan bahwa kampanye ini telah berhasil mencapai seluruh target yang ditetapkan, yang dimana target tersebut sudah melalui analisis kondisi perusahaan di kala itu. Di akhir kampanye, terdapat peningkatan sebanyak 99,7% dalam *account reached* dimana penulis berhasil menjangkau sebanyak 5,049 akun, dan memiliki total 710 interaksi di media sosial Instagram. Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa fitur Instagram Reels berhasil menjangkau audiens secara signifikan, sejalan dengan konsep yang telah dirancang. Sebaliknya, Instagram Story kurang optimal dalam menjangkau audiens, kemungkinan besar disebabkan oleh keterbatasan dukungan dalam pembuatan konten. Meskipun demikian, tujuan kampanye secara keseluruhan tetap tercapai sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan.

5.2 Saran

Setelah penulis merancang dan melaksanakan kampanye ini, penulis memiliki beberapa saran yang dapat dilihat dibawah ini.

5.2.1 Saran Akademis

Untuk memperbanyak pemahaman teoritis mahasiswa dengan pengalaman langsung dalam memproduksi konten media sosial yang berkualitas, dan

memperbanyak praktek dalam pembuatan rencana konten, *moodboard*, dan *creative brief*. Untuk lebih memperbanyak melakukan praktek khususnya dalam merancang kampanye digital. Pihak universitas sudah baik dalam memberikan konsep-konsep pembelajaran pada saat mata kuliah berlangsung. Tetapi menurut saya, konsep harus diseimbangkan dengan praktek lapangan. Sehingga, mahasiswa dapat memiliki lebih banyak pengalaman dalam merancang kampanye digital.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi perusahaan MNC Leasing, untuk dapat mempertimbangkan penggunaan fitur media sosial yang lebih banyak terutama Instagram Story yang dapat berguna untuk meningkat interaksi dengan publik. Meskipun perusahaan MNC Leasing menggunakan model *business-to-business* (B2B), tapi banyak pebisnis terutama pebisnis generasi millennial yang sudah menggunakan Instagram sebagai basis berpromosi, maupun melakukan interaksi.

