

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dalam upaya meningkatkan kesadaran terhadap generasi Z usia 17-25 tahun, Cretivox Creative Community membuat kampanye digital dengan tema *#ChangeBeginsWithYou*. Kampanye ini menjadi sebuah ajakan untuk bertindak, bersama-sama mengambil langkah yang berarti dan berdampak. Perancangan kampanye ini menggunakan analisis SOSTAC dan *content marketing*, dalam pembuatan *copywriting*, menggunakan model *copywriting* AIDA (*Awareness, interest, desire, dan action*) ini tujuannya mempersuasi dan mengubah pola pikir generasi Z terhadap permasalahan yang mereka hadapi dan memulai sebuah perubahan kecil yang dapat berdampak besar.

Setelah menjalankan kampanye *#ChangeBeginsWithYou* selama periode bulan Oktober hingga Desember 2024, dapat dikatakan beberapa hal yang menjadi kesimpulan bahwa kampanye digital *#ChangeBeginsWithYou* dapat dikatakan telah menjadi kampanye yang dapat meningkatkan kesadaran terhadap perubahan dimulai dari diri sendiri kepada generasi Z. Kampanye ini telah menyajikan pemahaman serta solusi mengenai permasalahan sosial yang dihadapi oleh generasi Z melalui konten yang dapat menginspirasi dan mengedukasi audiens generasi Z. Kampanye digital *#ChangeBeginsWithYou* berhasil mendapatkan 50,793 *accounts engaged* yang mengalami peningkatan sebesar 47,809 *accounts engaged* sebelum aktivitas kampanye dan berhasil mendapatkan 405,059 *account reached* tanpa bantuan *ads*. Kegiatan yang dilakukan berhasil melibatkan kolaborasi dengan *influencer* dan sebanyak 350 orang membuat postingan menggunakan salah satu *template add yours* dari CCC. Secara keseluruhan, kampanye *#ChangeBeginsWithYou* telah berhasil dijalankan melalui tahap-tahap analisis, perencanaan dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi dan evaluasi. Sehingga, kampanye dapat berjalan sesuai yang terlihat dari tingkat *engagement* dan ketertarikan audiens serta kesadaran akan kampanye digital ini.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dalam menjalankan project kampanye digital ini, menggunakan mata kuliah Social Media and Mobile Marketing dan Art, Copywriting and Creative Strategy. Pada mata kuliah Social Media and Mobile Marketing kedepannya diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk memperdalam ilmu mengenai content creating dan bagaimana mengimplemetasikannya pada era digital yang terus berkembang ini. Untuk mata kuliah Art, Copywriting and Creative Strategy diharapkan dapat membantu memberikan pembelajaran lebih mendalam dan mendasar mengenai Copywriting dan bagaimana teknik penulisan yang persuasif, seperti penggunaan AIDA, AISAS, PAS, dan lainnya yang benar dan menarik.

5.2.2 Saran Praktis

Pada pembuatan kampanye digital ini disarankan menggunakan analisis framework SOSTAC untuk memudahkan dalam penelitian agar struktur menjadi lebih jelas, strategi lebih dapat dipertimbangkan, sehingga proses perancangan dapat lebih efektif, efisien, dan terukur. Diharapkan juga mempersiapkan perancangan kampanye, seperti analisis dan pengumpulan data untuk kampanye digital ini agar hasil yang diperoleh lebih maksimal. Dalam pembuatan konten, diharapkan juga dapat membuat konten yang *visual* dan *copywriting* yang dapat menarik banyak audiens, mengikuti tren agar konten yang dihasilkan mendapatkan engagement tinggi, dan melakukan lebih banyak interaksi kepada audiens.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A