

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Karya tugas akhir berjudul *Behind the Papringan* disusun untuk menjawab kebutuhan akan media kreatif yang mampu mendokumentasikan, mempromosikan, dan mengedukasi publik tentang kehidupan masyarakat desa dan nilai-nilai lokal yang hidup di Pasar Papringan, Desa Ngadiprono, Temanggung. Tujuan utama dari karya ini adalah untuk menyampaikan nilai-nilai sosial, budaya, serta lingkungan yang tumbuh dari komunitas desa melalui pendekatan kampanye digital yang komunikatif, kontekstual, dan visual.

Melalui pendekatan eksploratif-visual dengan metode kualitatif-deskriptif, karya ini berhasil menjalankan tahapan riset, observasi langsung, wawancara dengan pengelola dan warga, serta dokumentasi visual di lapangan. Tahapan ini menjadi fondasi kuat dalam merancang strategi kampanye digital yang berbasis pada data lapangan dan narasi personal yang autentik. Seluruh konten yang dihasilkan—baik berupa foto, *video*, narasi teks, maupun elemen visual lainnya—dibangun dengan mengedepankan storytelling, estetika visual, dan kepekaan terhadap kearifan lokal.

Dalam tahapan produksi, *Behind the Papringan* mengembangkan konsep visual yang kuat melalui proses kreatif seperti penyusunan *moodboard*, perumusan narasi konten, dan penentuan gaya visual yang sesuai dengan nuansa desa. Pilar-pilar konten difokuskan pada lima aspek utama: kehidupan warga, kearifan lokal, nilai bambu, suasana pasar, dan harmoni dengan alam. Seluruh elemen ini ditampilkan melalui media sosial *Instagram @behindthepapringan* sebagai kanal utama penyebaran kampanye.

Secara teknis, kampanye ini berhasil memenuhi seluruh indikator output yang ditetapkan oleh klaster *Digital Campaign*, yaitu:

- a. *Feed Instagram* sebanyak 18 unggahan sesuai standar minimal.
- b. *Instagram Reels* sebanyak 6 konten pendek berdurasi dinamis dengan storytelling reflektif dan ringan.
- c. *Instagram Story* dipublikasikan secara aktif minimal 5 posting per hari selama satu minggu, dan diarsipkan dalam bentuk Highlight.
- d. *TikTok* diaktifkan sebagai kanal tambahan dengan konten yang disesuaikan untuk format vertikal dan ritme platform tersebut.
- e. *Live Content* dilakukan minimal 2 kali selama periode pengambilan data lapangan dan puncak kegiatan.

Dari sisi performa publikasi, kampanye ini berhasil menjangkau lebih dari 110.000 tayangan konten, mencatat lebih dari 3.200 interaksi langsung (*likes*, komentar, dan *share*), serta memperoleh lebih dari 180 pengikut baru selama periode kampanye. Menariknya, 90% dari interaksi tersebut berasal dari non-pengikut, yang menunjukkan bahwa kampanye berhasil menjangkau audiens yang lebih luas di luar komunitas eksisting. Dari demografi, mayoritas audiens berasal dari kota besar seperti Jakarta dan didominasi oleh kelompok usia 25–34 tahun (sekitar 40%), serta sebanyak 75% merupakan perempuan. Data ini mengindikasikan bahwa konten kampanye berhasil relevan dengan target demografis yang diharapkan, yaitu kalangan muda dan urban yang memiliki ketertarikan terhadap nilai-nilai tradisi, lingkungan, dan keberlanjutan.

Dengan melihat proses, capaian, serta respons publik tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Behind the Papringan* telah berhasil mencapai seluruh tujuan yang ditetapkan dalam Bab I, yaitu:

- a. Membangun narasi digital yang memperkenalkan nilai-nilai sosial, budaya, dan lingkungan dari komunitas Pasar Papringan kepada audiens yang lebih luas.

- b. Menghadirkan dokumentasi visual yang estetis dan reflektif tentang kehidupan desa sebagai bentuk konservasi budaya melalui media digital.
- c. Memberikan ruang eksposur bagi komunitas lokal dalam bingkai kampanye yang ramah generasi muda dan selaras dengan dinamika media sosial saat ini.

Konten diuji coba melalui unggahan terbatas di akun *Instagram @behindthepapringan*. Evaluasi dilakukan berdasarkan *insights Instagram* seperti *reach*, *impression*, *share*, dan komentar. Hasil soft launch menunjukkan ketertarikan tinggi dari audiens usia 25–34 tahun di wilayah urban seperti Jakarta. Evaluasi ini mengacu pada metode analisis digital engagement dari Tuten & Solomon (2018).

Kampanye ini juga menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan atau promosi, tetapi juga sebagai medium dokumentasi dan edukasi yang strategis dalam mempopulerkan praktik hidup berkelanjutan dan kearifan lokal. Dengan pendekatan *visual storytelling* dan teknik kampanye digital yang terukur, karya ini telah membuktikan bahwa warisan lokal dapat diangkat dengan cara yang relevan, kontemporer, dan berdampak.

