

## BAB V

### KESIMPULAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil evaluasi implementasi kampanye digital #StartYourSphere, dapat disimpulkan bahwa perancangan kampanye yang disusun secara strategis dan terstruktur berhasil meningkatkan kinerja komunikasi digital Nama Consultant, khususnya dalam memperkenalkan layanan NexusSphere. Penerapan *framework SOSTAC* terbukti efektif dalam mengarahkan proses kampanye mulai dari perumusan tujuan hingga tahap evaluasi. Hal ini tercermin dari peningkatan signifikan pada performa Instagram, meliputi kenaikan *views* sebesar 3.225,8%, *reach* sebesar 2.893,59%, serta engagement sebesar 583,53% dibandingkan periode sebelum kampanye. Target luaran konten juga tercapai bahkan melampaui rencana awal, dengan total distribusi 18 *feed*, 10 *reels*, dan 35 *story*. Meskipun pertumbuhan *followers* mencapai 15,11% dan belum sepenuhnya memenuhi *SMART Objective*, secara keseluruhan kampanye berhasil meningkatkan *brand visibility* dan *awareness* NexusSphere secara signifikan.

Selain itu, temuan penelitian menunjukkan bahwa karakteristik audiens yang terjangkau oleh kampanye telah sesuai dengan target sasaran utama. Dominasi audiens pada rentang usia 25–35 tahun menegaskan bahwa pesan kampanye, topik konten, serta format komunikasi telah relevan dengan kebutuhan *fresh graduate* dan *young professional* sebagai target utama NexusSphere. Kehadiran segmen usia 35–44 tahun juga memperluas jangkauan kampanye ke profesional berpengalaman yang berpotensi sebagai *decision maker* atau praktisi *HR*. Perbedaan performa antara Instagram dan LinkedIn mengindikasikan bahwa strategi *mirroring* memiliki keterbatasan, sehingga diperlukan penyesuaian pesan, format interaksi, dan *call-to-action* yang lebih spesifik sesuai karakter masing-masing *platform*. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan kampanye digital tidak hanya ditentukan oleh kuantitas konten, tetapi oleh kesesuaian strategi komunikasi, pemahaman

perilaku audiens, serta kemampuan mengintegrasikan *content marketing* dengan tujuan *brand awareness* secara berkelanjutan.

## **5.2 Saran**

Setelah melakukan perancangan dan melaksanakan kampanye digital #StartYourSphere, terdapat beberapa saran yang diajukan:

### **5.2.1 Saran Akademis**

Ditujukan bagi mahasiswa/i yang akan merancang kampanye digital maupun karya serupa, penting untuk memperdalam pemahaman mengenai konsep dan tahapan perencanaan kampanye digital. Pengetahuan tersebut membantu memberikan gambaran yang lebih akurat terkait proses kampanye, sehingga dapat meminimalkan potensi hambatan selama pelaksanaannya.

Selanjutnya, saran ditujukan bagi Universitas agar memperkuat pembahasan mengenai karakteristik masing-masing media sosial dan penerapannya dalam kampanye digital melalui mata kuliah *Social Media and Mobile Marketing*. Secara khusus, diperlukan pendalaman materi terkait optimalisasi kampanye digital di LinkedIn mulai dari pemilihan format konten yang tepat, penulisan *copy* yang profesional, strategi meningkatkan *engagement* organik, hingga pemanfaatan fitur yang ada.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Disarankan untuk membuat konten yang lebih sesuai dengan *platform* yang digunakan, berdasarkan evaluasi digital kampanye yang sudah dijalankan. Selain itu, Nama Consultant diharapkan dapat membuat berbagai kampanye yang mengangkat isu terkini yang disesuaikan dengan kebutuhan audiens untuk meningkatkan *awareness* dari layanan maupun perusahaan.