

## BAB V

### KESIMPULAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses perancangan dan implementasi karya yang telah dipaparkan pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa kampanye digital video *Driver Training Astra UD Trucks* dirancang sebagai respons atas kebutuhan nyata pengemudi truk terhadap edukasi penggunaan fitur kendaraan yang aman dan efisien. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa konten video mampu berfungsi sebagai sarana edukasi yang relevan, mudah dipahami, serta berpotensi mendukung tujuan pemasaran perusahaan dengan membangun pemahaman, kepercayaan, dan kedekatan audiens terhadap merek Astra UD Trucks. Strategi penyampaian pesan yang berfokus pada praktik berkendara, keselamatan, dan efisiensi kendaraan menunjukkan bahwa kampanye tidak hanya berorientasi pada eksposur, tetapi juga pada nilai fungsional bagi target audiens.

Secara reflektif, karya ini menunjukkan bahwa kampanye digital berbasis edukasi memiliki peran strategis dalam konteks industri otomotif niaga, khususnya dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pengemudi sebagai pengguna utama produk. Perancangan kampanye ini menegaskan bahwa pendekatan komunikasi yang mengedepankan kebutuhan audiens, konsistensi pesan, serta evaluasi berbasis data dapat meningkatkan kualitas komunikasi pemasaran secara keseluruhan. Meskipun masih memiliki keterbatasan dari sisi jangkauan dan durasi implementasi, karya ini memberikan gambaran bahwa video edukatif dapat menjadi fondasi penting dalam mendukung aspirasi perusahaan terhadap keselamatan berkendara dan peningkatan kompetensi pengemudi. Dengan demikian, karya ini tidak hanya

memenuhi tujuan perancangan yang telah ditetapkan, tetapi juga membuka peluang pengembangan kampanye serupa yang lebih berkelanjutan dan terukur di masa mendatang.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian berbasis karya ini masih memiliki keterbatasan dari sisi ruang lingkup evaluasi dan durasi implementasi kampanye. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas periode pengamatan agar dampak kampanye digital dapat dianalisis secara lebih komprehensif, khususnya dalam melihat perubahan pemahaman, sikap, atau perilaku audiens dalam jangka menengah hingga panjang. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif secara lebih seimbang, misalnya melalui wawancara mendalam dengan pengemudi atau analisis statistik terhadap data *engagement* dan retensi audiens, sehingga hasil evaluasi tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis.

Peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan kajian dengan memperluas landasan konsep, seperti mengaitkan kampanye digital edukatif dengan teori pembelajaran orang dewasa (*adult learning theory*) atau pendekatan komunikasi keselamatan (*safety communication*). Penggunaan kerangka evaluasi yang lebih beragam, selain *AMEC Integrated Evaluation Framework*, juga dapat dipertimbangkan untuk memperkaya perspektif pengukuran efektivitas karya. Dengan demikian, skripsi berbasis karya di bidang kampanye digital otomotif dapat memberikan kontribusi akademis yang lebih mendalam terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya pada konteks komunikasi pemasaran berbasis edukasi.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Bagi industri, khususnya Astra UD Trucks, disarankan agar kampanye digital video *Driver Training* dikembangkan secara berkelanjutan dan tidak hanya bersifat periodik. Konten edukatif dapat diperluas dengan variasi format, seperti video simulasi kasus, seri lanjutan berbasis pertanyaan pengemudi, atau integrasi dengan platform pelatihan internal perusahaan. Selain itu, optimalisasi distribusi konten melalui kanal digital lain, seperti YouTube atau platform pembelajaran daring, dapat meningkatkan jangkauan dan daya guna kampanye sebagai media edukasi jangka panjang.

Bagi pemangku kepentingan lain, seperti komunitas pengemudi atau lembaga terkait keselamatan transportasi, kampanye serupa dapat dijadikan referensi dalam menyusun program edukasi yang lebih aplikatif dan relevan dengan kebutuhan lapangan. Pendekatan komunikasi yang sederhana, visual, dan berbasis pengalaman nyata terbukti lebih mudah diterima oleh audiens pengemudi. Dengan pengembangan yang konsisten dan evaluasi yang terukur, kampanye digital berbasis edukasi diharapkan mampu berkontribusi pada peningkatan kompetensi pengemudi serta mendukung terciptanya praktik berkendara yang lebih aman dan bertanggung jawab.

