

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Karya perancangan kampanye digital “Panen Cerita” disusun sebagai upaya untuk mengaktifkan kembali Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati melalui pembangunan identitas dan visibilitas komunitas di media sosial. Perancangan kampanye berangkat dari permasalahan utama berupa vakumnya aktivitas kelompok, minimnya dokumentasi kegiatan, serta belum adanya akun media sosial resmi sebagai sarana publikasi. Untuk menjawab permasalahan tersebut, kampanye dirancang menggunakan kerangka SOSTAC agar setiap tahapan, mulai dari analisis situasi hingga evaluasi, dapat berjalan secara terarah dan sistematis. Pendekatan *storytelling* dipilih karena mampu merepresentasikan pengalaman, nilai, dan peran perempuan desa secara autentik, sekaligus membuka ruang partisipasi bagi anggota KWT Melati sebagai subjek utama dalam narasi kampanye.

Hasil pelaksanaan kampanye menunjukkan bahwa target kuantitatif yang ditetapkan sebagian besar berhasil dicapai, baik dari pertumbuhan pengikut, jangkauan konten, maupun tingkat keterlibatan audiens. Namun, capaian utama kampanye ini tidak hanya terletak pada performa metrik digital, melainkan pada dampak sosial yang dihasilkan bagi anggota KWT Melati. Kampanye “Panen Cerita” menjadi ruang komunikasi yang memungkinkan perempuan desa tampil sebagai aktor yang terlihat, didengar, dan diakui, baik di ranah digital maupun dalam konteks komunitas lokal.

Secara reflektif, keputusan desain komunikasi dalam kampanye ini, mulai dari pemilihan cerita *storytelling* personal, penampilan wajah dan identitas anggota yang merupakan praktik nyata penguatan agensi perempuan. KWT Melati tidak diposisikan sebagai pelengkap atau objek promosi, tetapi sebagai subjek yang memiliki suara, pengalaman, dan kapasitas untuk membangun narasi tentang diri dan komunitasnya. Praktik ini menjadikan SDG 5 (*Gender Equality*) sebagai

fondasi normatif utama dalam perancangan kampanye, yang diwujudkan melalui representasi, partisipasi, dan penguatan kepercayaan diri perempuan desa.

Selain itu, keterkaitan dengan SDG 2 (*Zero Hunger*) tercermin dalam pengangkatan aktivitas pertanian, pengolahan hasil pangan, serta upaya menghidupkan kembali usaha keripik singkong sebagai bagian dari sistem pangan lokal. Kampanye digital ini tidak hanya bertujuan agar KWT Melati dikenal secara publik, tetapi juga berkontribusi pada penguatan kapasitas komunitas perempuan dalam menjaga ketahanan pangan keluarga dan membuka peluang ekonomi berbasis desa.

Dengan demikian, kampanye digital “Panen Cerita” dapat dipahami sebagai bagian dari *social impact initiative* yang memanfaatkan media digital sebagai ruang simbolik untuk mempraktikkan kesetaraan gender, memperkuat identitas kolektif, dan mendorong keberlanjutan komunitas. Karya ini menunjukkan bahwa kampanye digital berbasis komunitas tidak hanya bersifat promotif, tetapi juga dapat menjadi sarana pembelajaran sosial dan pemberdayaan yang kontekstual, reflektif, dan berkelanjutan.

5.2 Saran

Dalam proses perancangannya, terdapat beberapa aspek dari kampanye media sosial “Panen Cerita” yang masih dapat ditingkatkan. Temuan ini penting untuk dijadikan saran dan rekomendasi bagi pengembangan kampanye digital serupa di masa mendatang, khususnya yang berkaitan dengan pemberdayaan komunitas dan penguatan peran perempuan dalam sistem pangan desa:

5.2.1 Saran Akademis

Secara akademis, karya berbasis perancangan kampanye digital ini masih dapat dikembangkan dengan memperkuat aspek evaluasi kualitatif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk tidak hanya mengukur keberhasilan kampanye melalui capaian metrik media sosial, tetapi juga menggali perubahan sikap, tingkat partisipasi, serta rasa kepemilikan komunitas terhadap media sosial yang dibangun. Pendalaman ini dapat dilakukan melalui metode kualitatif yang

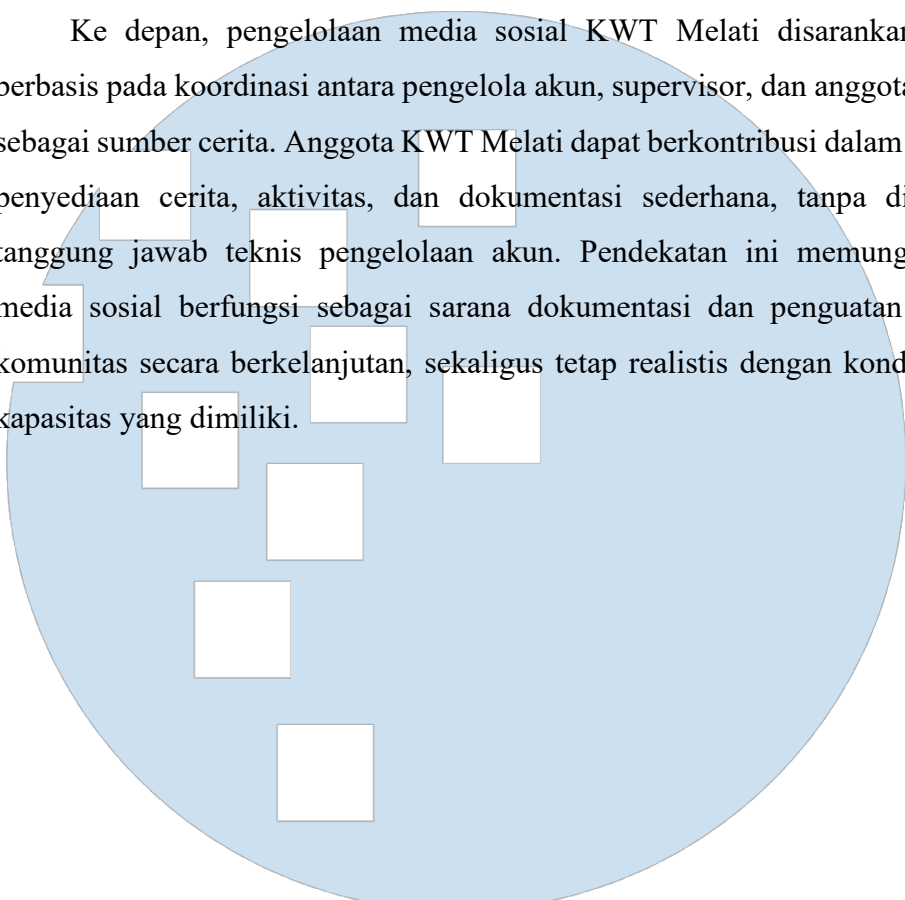
lebih terstruktur, seperti wawancara mendalam atau diskusi kelompok terarah, sehingga dampak sosial dari kampanye dapat dipahami secara lebih menyeluruh.

Selain itu, pembuatan karya lanjutan dapat memperdalam refleksi teoretis mengenai peran kampanye digital dalam konteks komunitas, khususnya terkait kontribusi perempuan dalam sistem pangan desa dan ketahanan pangan keluarga. Kampanye “Panen Cerita” menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang untuk memperkuat narasi perempuan sebagai aktor penting dalam kehidupan agraris dan rumah tangga. Oleh karena itu, kajian selanjutnya dapat mengembangkan analisis kampanye digital sebagai proses pembelajaran sosial yang tidak hanya bersifat promotif, tetapi juga berkontribusi pada penguatan kapasitas komunitas dalam mengelola narasi dan identitas mereka secara mandiri di ruang digital.

5.2.2 Saran Praktis

Secara praktis, keberlanjutan pengelolaan akun media sosial KWT Melati bergantung pada peran perwakilan KOPEL sebagai pengelola utama akun. Mengingat anggota KWT Melati tidak terlibat langsung dalam pengelolaan teknis media sosial, sistem ini sudah sesuai dengan kondisi komunitas yang memiliki keterbatasan waktu dan kapasitas. Namun demikian, pengelola akun tetap memerlukan dukungan pembelajaran berkelanjutan agar kualitas konten dan konsistensi unggahan dapat terjaga.

Dalam implementasinya, pengelolaan akun yang dilakukan oleh satu orang perlu didukung dengan peran supervisor yang berfungsi sebagai pendamping dan pengarah. Kehadiran supervisor penting untuk memberikan masukan terkait perencanaan konten, penyusunan narasi, serta evaluasi sederhana terhadap performa unggahan. Pola kerja ini dapat membantu mencegah ketergantungan berlebihan pada satu individu sekaligus memastikan keberlanjutan akun dalam jangka menengah.



Ke depan, pengelolaan media sosial KWT Melati disarankan tetap berbasis pada koordinasi antara pengelola akun, supervisor, dan anggota KWT sebagai sumber cerita. Anggota KWT Melati dapat berkontribusi dalam bentuk penyediaan cerita, aktivitas, dan dokumentasi sederhana, tanpa dibebani tanggung jawab teknis pengelolaan akun. Pendekatan ini memungkinkan media sosial berfungsi sebagai sarana dokumentasi dan penguatan narasi komunitas secara berkelanjutan, sekaligus tetap realistis dengan kondisi dan kapasitas yang dimiliki.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA