

## **BAB V**

### **KESIMPULAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Tujuan dari kampanye digital ini, sebagaimana disampaikan pada Bab I, adalah untuk meningkatkan kesadaran para kepala keluarga di Kampung Gardu Timur. Secara kontekstual, kampanye digital ini dirancang menggunakan model *SOSTAC*, yang merupakan tekanan perencanaan kampanye digital yang terstruktur, mulai dari analisis tahap situasi hingga tahap pengendalian. Dalam pelaksanaannya, model tersebut terbukti mampu membantu membentuk alur kampanye yang terencana, meskipun masih diperlukan beberapa penyesuaian dengan kondisi nyata di lapangan.

Pada tahap perencanaan, konsep awal kampanye ini menempatkan media sosial sebagai sarana utama untuk melakukan edukasi mitigasi bencana dengan asumsi bahwa audiens akan memiliki ketertarikan dan kesiapan yang sama dalam mengakses serta merespon konten digital yang dibagikan. Tapi kenyataannya, tidak sepenuhnya sejalan dengan asumsi tersebut. Meskipun penggunaan fitur *boost* terbukti mampu memperluas jangkauan konten secara signifikan, capaian tersebut tidak secara otomatis berbanding lurus dengan tingkat ketertarikan dan keterlibatan audiens terhadap pesan kampanye. Dalam penerapan di lapangan kampanye ini dapat dengan efektif menekankan penyampaian pesan yang baik. Misalnya, dengan dilakukan siaran langsung, ini bisa membuka ruang komunikasi secara dua arah dengan audiens. Maka dari itu, kampanye ini menegaskan bahwa keberhasilan suatu kampanye tidak bergantung pada perencanaan konseptual saja, tetapi diperkuat dengan adanya pemahaman bahwa kampanye digital dapat dijadikan sebagai sarana untuk pemberdayaan dan meningkatkan kapasitas masyarakat apabila dirancang secara strategis, konsisten, dan responsif pada kebutuhan yang ada di lapangan.

## **5.2. Saran**

Melalui karya ini, ditemukan beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai rekomendasi akademis dan praktis untuk meningkatkan performa dan efektivitas kampanye digital mengenai isu kebencanaan khususnya dalam upaya mitigasi bencana alam.

### **5.2.1. Saran Akademis**

Perlu dilakukannya eksplorasi konsep atau kerangka perancangan kampanye digital lainnya yaitu selain menggunakan *framework SOSTAC*. Karena seiring berjalananya waktu, yang mana perkembangan di dunia digital sangat pesat, mendorong adanya model atau pendekatan baru yang jauh lebih efektif khususnya dalam menangani isu kebencanaan. Tahap eksplorasi ini juga bisa memperkaya kajian akademik di bidang komunikasi risiko dan kampanye sosial, khususnya pada konteks kebencanaan di wilayah yang rawan bencana. Dengan upaya tersebut, karya selanjutnya dapat menghasilkan kebaharuan karya yang jauh lebih adaptif dan lebih bagus lagi. Selain itu, perlu juga dilakukan analisis evaluasi secara lebih mendalam, yang tidak hanya mengukur jangkauan dan keterpaparan, tetapi juga bagaimana perubahan pengetahuan dan perilaku audiens terhadap konten yang diberikan. Ini perlu dilakukan agar kedepannya evaluasi tersebut bisa memperkuat dan mendukung validitas dan efektivitas kampanye yang dirancang.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Keterbatasan terutama dalam aspek waktu yang cukup singkat yaitu kurang lebih hanya dua bulan, yang dimana hal ini membuat tidak semua strategi dapat dimaksimalkan. Untuk perancangan karya kampanye digital berikutnya disarankan untuk dapat mempersiapkan perancangan kampanye lebih efisien dan efektif lagi, agar proses segmentasi audiens, perumusan pesan, dan perencanaan lainnya dapat lebih maksimal lagi. Realitanya, kampanye kebencanaan secara khusus membutuhkan dedikasi yang tinggi karena isu ini menuntut adanya pendekatan yang lebih emosional dan

humanis. Oleh sebab itu, peneliti selanjutnya diharapkan mampu meluangkan waktu dan kesiapan mental untuk melakukan pendekatan secara langsung, dengan memahami kebutuhan audiens secara kritis, serta memahami bagaimana pemahaman, pola pikir, dan motivasi mereka. Pendekatan secara emosional ini diperlukan karena untuk membangun kesadaran masyarakat terutama wilayah kecil, sering kali menuntut usaha lebih besar, yaitu dengan membangun kedekatan secara personal dengan target audiens. Hal ini dilakukan agar mampu membuat mereka bersedia menerima dan memperhatikan pesan yang ingin disampaikan.

Selain itu, perancangan karya selanjutnya juga mengutamakan konsistensi penyampaian pesan secara berulang kepada target audiens yang disasar, agar pesan yang disampaikan masuk ke dalam benak audiens. Penguatan pesan yang disampaikan secara berulang kali dapat mendorong adanya perubahan pola pikir dan perubahan sikap. Pada kampanye digital yang sudah dijalankan, adanya keterbatasan waktu memberikan hambatan dalam menjaga konsistensi penyampaian pesan. Untuk saran kedepannya, dapat mengembangkan jadwal distribusi konten yang lebih terencana dan berkelanjutan. Dengan adanya kampanye digital Ngopi Bareng Bapak Siaga ini diharapkan kepada masyarakat khususnya kepala keluarga, untuk semakin menyadari akan peran pentingnya terhadap ancaman bencana tsunami. Harapannya kampanye ini dapat memberikan dampak secara luas untuk mewujudkan pemahaman dan menciptakan sebuah aksi (*action*) dari setiap kepala keluarga sebagai inisiator untuk menjadikan keluarga yang *tsunami ready*.