

BAB V

PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan, saran, serta implikasi dari pelaksanaan karya bidang Kampanye Komunikasi Pemasaran *Brand Fashion & Accessories* Ramah Lingkungan "Seko Upcycle" sebagai *social media officer*. Karya bidang telah terlaksana dengan memberikan pengalaman berharga dan hasil yang signifikan. Saran-saran yang akan diberikan dapat menjadi masukan untuk pihak klien maupun pihak lain yang berkepentingan.

5.1. Kesimpulan

Kampanye Komunikasi Pemasaran *Brand Fashion & Accessories* Ramah Lingkungan "Seko Upcycle" secara keseluruhan telah terlaksana dengan baik selama 3 bulan sesuai jangka yang telah ditentukan, yaitu 1 Januari 2025 hingga 31 Maret 2025. Seluruh tim karya bidang beserta pihak klien dan pihak eksternal yang terlibat telah berkoordinasi dengan baik selama berjalannya masa kampanye. Ilmu serta keterampilan yang telah dipelajari melalui mata kuliah seperti Strategi Kreatif, Strategi Media, Penulisan Kreatif, dan Desain Komunikasi Visual menjadi bekal yang bermanfaat dan dapat diterapkan oleh *social media officer* selama menjalankan tugasnya pada pelaksanaan karya bidang.

Seko Upcycle sebagai *brand fashion & accessories* ramah lingkungan, memiliki *niche* pasar yang sangat spesifik. Maka dari itu, kampanye komunikasi pemasaran ini dipersiapkan untuk Seko Upcycle yang ingin memperluas segmen pasar ke ranah B2C, hal ini telah terlaksana melalui peningkatan *brand awareness* dari yang awalnya berada pada angka 2% sebelum masa kampanye menjadi 46.8% setelah masa kampanye. Selain itu, dengan tercapainya tujuan pemasaran, yakni peningkatan sebesar 60% selama masa kampanye, dari 36 menjadi 60 produk terjual dari bulan Januari sampai dengan Maret 2025. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa Seko Upcycle sudah siap dengan adanya penjualan di segmen baru di ranah B2C.

Social media officer telah bertanggungjawab khususnya dalam lingkup *social media campaign* berdasarkan strategi komunikasi yang telah dirancang

sehingga mampu mencapai tujuan komunikasi & pemasaran. Meski terdapat kendala, tujuan komunikasi serta tujuan pemasaran dari karya bidang telah berhasil tercapai. Keberjalanan karya bidang memberikan kontribusi yang bermakna dalam memahami pentingnya pengelolaan media sosial untuk kampanye komunikasi pemasaran.

5.2. Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak klien maupun pihak lain yang berkepentingan adalah :

1. Instagram Seko Upcycle memiliki potensi yang besar karena sudah memiliki audiens yang familiar dengan *brand*, sehingga perlu untuk dioptimalkan baik dari segi konten dan penjagaan interaksi, agar menghasilkan *brand awareness* serta *conversion rate* yang lebih baik.
2. Konten-konten video vertikal yang ringan namun memiliki pendekatan *visual storytelling*, hiburan/komedi, mengikuti tren, serta yang mengangkat *core value* produk menjadi konten dengan *engagement* yang tinggi, sehingga konten yang serupa dapat diproduksi agar menaikkan performa media sosial kedepannya.
3. Melakukan kolaborasi dengan mikro-*influencer* atau komunitas yang memiliki niche *eco-friendly*, *sustainability*, atau *lifestyle* sehingga dapat memberikan *exposure* ke audiens yang menjadi target pasar B2C.
4. Evaluasi untuk KPI & Insight secara rutin untuk dapat melihat konten mana yang paling berdampak dan mendapat *feedback real-time* untuk penyesuaian strategi konten.

5.3. Implikasi

Keberjalanan Kampanye Komunikasi Pemasaran untuk *Brand Fashion & Accessories Ramah Lingkungan “Seko Upcycle”* secara keseluruhan memiliki implikasi yang signifikan terhadap berjalannya praktik *Social Media Officer*. Platform media sosial Seko Upcycle tidak hanya menjadi media untuk konten-konten promosi, namun juga sebagai tempat menyampaikan pesan-pesan yang membangun *brand identity* dan

uniqueness Seko Upcycle, serta menjadi jembatan emosional antara isu lingkungan dengan skala yang besar dan solusi yang ditawarkan oleh Seko Upcycle sebagai *brand fashion & accessories* ramah lingkungan. Pengelolaan media sosial Seko Upcycle juga menunjukkan bahwa media sosial mampu menjadi batu loncatan bagi sebuah *brand* untuk memperluas segmen pasar. Dengan mengelola media sosial secara efektif, suatu kampanye komunikasi pemasaran dapat mencapai hasil yang baik dan optimal.