

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pelaksanaan kampanye digital "SEHATI" dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan awareness masyarakat mengenai pencegahan diabetes melitus melalui media sosial Instagram. Kampanye dilaksanakan melalui tahapan perencanaan, produksi, publikasi, hingga evaluasi konten digital yang terdiri atas berbagai format, seperti *Reels*, *carousel*, dan *Instagram Story*. Seluruh konten disusun berdasarkan kebutuhan informasi target audiens dengan mengangkat materi edukasi mengenai diabetes melitus, pencegahan, pola hidup sehat, serta aktivitas interaktif yang mendorong keterlibatan audiens.

Berdasarkan hasil evaluasi, kampanye digital "SEHATI" berhasil mencapai seluruh *Key Performance Indicator* (KPI) yang telah ditetapkan. Kampanye mampu meningkatkan awareness masyarakat mengenai diabetes melitus yang ditunjukkan melalui hasil survei efektivitas, di mana mayoritas responden menyatakan bahwa konten kampanye mudah dipahami, meningkatkan pengetahuan, membantu memahami cara pencegahan diabetes melitus, meningkatkan kepedulian terhadap risiko penyakit, serta mendorong niat untuk menerapkan gaya hidup sehat. Selain itu, efektivitas kampanye juga terlihat dari capaian 1.478 akun yang berhasil dijangkau, 528 total *engagement*, *engagement rate* sebesar 35,7%, serta peningkatan jumlah pengikut akun Instagram sebanyak 56 *followers* selama periode kampanye. Aktivitas interaktif berupa *7 Days Healthy Habits Challenge* juga berhasil memenuhi target partisipasi yang telah ditetapkan.

Meskipun dalam pelaksanaannya terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan waktu produksi konten yang bertepatan dengan persiapan *offline campaign* serta partisipasi audiens dalam aktivitas interaktif yang masih berada pada batas minimal target, berbagai penyesuaian yang dilakukan memungkinkan seluruh rangkaian kampanye tetap terlaksana dengan baik. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa kampanye digital "SEHATI" efektif sebagai media komunikasi dalam meningkatkan awareness masyarakat mengenai pencegahan diabetes melitus melalui pemanfaatan media sosial Instagram.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi kampanye digital "SEHATI", terdapat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pelaksanaan kampanye serupa di masa mendatang, yaitu:

1. Kampanye digital sebaiknya dilaksanakan dalam periode yang lebih panjang agar proses penyampaian pesan dapat dilakukan secara lebih konsisten serta memberikan kesempatan bagi audiens untuk berinteraksi dengan seluruh rangkaian konten yang dipublikasikan.
2. Perencanaan produksi konten perlu dilakukan lebih awal sehingga proses pengambilan dokumentasi, penyuntingan, dan publikasi dapat berjalan sesuai dengan content calendar, terutama apabila pelaksanaan kampanye digital berlangsung bersamaan dengan kegiatan offline campaign.
3. Penggunaan format konten yang beragam, khususnya Reels sebagai format dengan performa jangkauan yang baik serta carousel sebagai format yang dinilai paling berkesan oleh audiens, perlu terus dipertahankan dan dikembangkan agar efektivitas penyampaian pesan kampanye semakin optimal.
4. Evaluasi kampanye pada penelitian atau proyek selanjutnya dapat dilakukan dalam jangka waktu yang lebih panjang untuk mengetahui apakah peningkatan awareness yang terbentuk mampu berkembang menjadi perubahan perilaku hidup sehat secara nyata dalam kehidupan sehari-hari.