

BAB V

PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan serta saran berdasarkan pelaksanaan karya bidang yang telah dilakukan. Kesimpulan yang disampaikan mengarah pada nilai akademis melalui implementasi materi perkuliahan ke dalam praktik nyata. Karya bidang ini memberikan wawasan dan pengalaman baru serta capaian yang berhasil diraih melalui terselenggaranya kegiatan Kampanye Semarang Wegah Nyampah 2025. Pelaksanaan karya bidang ini juga membuka peluang dan pengalaman yang belum pernah didapatkan sebelumnya. Dengan berakhirnya seluruh rangkaian kegiatan Kampanye Semarang Wegah Nyampah 2025, maka berakhir pula masa bertugas sebagai *Media Planner dan Social Media Specialist*.

5.1. Kesimpulan

Kegiatan Kampanye Semarang Wegah Nyampah 2025 berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu mendorong penggunaan produk alternatif ramah lingkungan melalui kampanye edukatif dan kolaboratif untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Berdasarkan survei sebelum dan sesudah kegiatan kampanye, tingkat kebiasaan participant menggunakan produk alternatif ramah lingkungan untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai meningkat dari 17,6% menjadi 79,4%. Keberhasilan ini menunjukkan efektivitas strategi komunikasi yang dirancang melalui peran sebagai *Media Planner dan Social Media Specialist*, dalam penyelenggaraan kegiatan kampanye ini.

Sebagai *Media Planner*, strategi kolaborasi dengan lima media partner dan tiga organisasi kemahasiswaan berhasil meningkatkan jangkauan informasi kegiatan kampanye kepada target audiens. Pemilihan media yang tepat dan kerja sama dengan berbagai pihak memastikan bahwa publikasi kegiatan kampanye tersebar luas dan menjangkau mahasiswa yang menjadi target utama. Keberhasilan ini turut didukung oleh optimalisasi media sosial di mana total 25 konten telah dipublikasikan, melampaui target awal 15 konten, dengan komposisi 13 feeds Instagram, 12 reels, dan Instagram story. Strategi yang dirancang sebagai bagian dari peran *Social Media Specialist* juga memberikan hasil positif.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan Kampanye Semarang Wegah Nyampah 2025, terdapat beberapa saran strategis yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas kegiatan kampanye serupa kedepannya. Saran ini berfokus pada peningkatan strategi komunikasi, optimalisasi media sosial, serta pengelolaan media partner dan anggaran agar dampak kegiatan semakin luas dan berkelanjutan.

1. Peningkatan kebiasaan menggunakan produk alternatif ramah lingkungan melalui strategi komunikasi yang lebih terpadu untuk mengubah perilaku, penting untuk mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi secara lebih efektif. Kampanye pemasaran dapat diperluas dengan kombinasi strategi online dan offline yang lebih interaktif, aktivasi digital melalui challenge media sosial, serta kolaborasi dengan komunitas dan influencer yang relevan.
2. Publikasi di media sosial perlu dilakukan lebih dini dan lebih strategis. Pembuatan *content plan* yang lebih matang dengan fokus pada format visual yang menarik seperti reels dan UGC (*user-generated content*) dapat meningkatkan engagement.
3. Kolaborasi dengan organisasi kemahasiswaan dan komunitas perlu ditingkatkan dengan memberikan peran yang lebih aktif, seperti menjadikan mereka delegasi kegiatan atau penyelenggara sesi khusus dalam kegiatan kampanye. *Media partner* juga dapat diberdayakan lebih jauh dengan menyediakan paket kerja sama yang lebih menarik seperti fitur eksklusif dalam publikasi atau peluang *sponsorship* bersama.
4. Pencarian sponsor harus dilakukan lebih awal agar negosiasi dapat berjalan lebih fleksibel dan menarik bagi calon sponsor. Proposal kerja sama dapat dibuat lebih *customized* sesuai kebutuhan sponsor misalnya dengan menawarkan branding eksklusif atau keterlibatan dalam aktivitas kegiatan.
5. Pengelolaan anggaran yang lebih efektif untuk memastikan efisiensi finansial, perencanaan anggaran harus lebih detail dan fleksibel. Selain itu,

perlu ada strategi diversifikasi sumber pendanaan, seperti kerja sama dengan mitra bisnis lokal, program *crowdfunding*, atau penjualan *merchandise* terkait kegiatan sebagai alternatif pemasukan tambahan.