

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pelaksanaan program strategi komunikasi yang telah dijalankan melalui kampanye #CoolEnough pada brand Smooly Juice, serta saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan strategi komunikasi di masa mendatang. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil analisis terhadap capaian program, efektivitas strategi komunikasi yang digunakan, serta kontribusi setiap peran dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan kampanye.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan program komunikasi serta analisis yang telah dilakukan pada kampanye #CoolEnough oleh Smooly Juice, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan dalam kampanye ini mampu mencapai sebagian besar target yang telah ditetapkan sejak tahap perencanaan. Kampanye ini dilaksanakan melalui berbagai aktivitas komunikasi yang terintegrasi, meliputi social media management, digital campaign, kolaborasi dengan Key Opinion Leader (KOL), serta penyelenggaraan event management.

Dari sisi manajerial, peran Program Manager dalam mengelola jalannya kampanye menunjukkan kinerja yang efektif. Seluruh Key Performance Indicator (KPI) yang telah ditetapkan berhasil tercapai, mulai dari koordinasi pelaksanaan program, penyusunan alur kerja tim, pengawasan timeline kegiatan, hingga pengelolaan anggaran kampanye. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa fungsi manajemen dalam konsep POAC (Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling) telah diterapkan secara optimal dalam mengelola jalannya kampanye. Melalui proses perencanaan yang jelas, pengorganisasian tugas yang sistematis, pelaksanaan kegiatan yang terarah, serta pengawasan yang dilakukan secara berkelanjutan, seluruh rangkaian kegiatan kampanye dapat berjalan sesuai dengan timeline yang telah ditetapkan. Selain itu, peran Account Executive juga memberikan kontribusi penting dalam menjaga hubungan antara tim internal dan pihak eksternal yang terlibat dalam kampanye. Account Executive berhasil menjalankan fungsi komunikasi dengan baik melalui kegiatan menjalin kerja sama dengan sponsor, menghubungi serta berkoordinasi dengan Key Opinion Leader

(KOL), menyusun proposal kemitraan, serta memastikan komunikasi eksternal berjalan dengan lancar. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Account Executive mampu membangun hubungan kerja sama yang efektif dengan berbagai stakeholder yang terlibat dalam pelaksanaan kampanye.

Dari sisi strategi komunikasi, penerapan social media management dalam kampanye #CoolEnough menunjukkan hasil yang positif. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah followers pada akun media sosial Smooly, baik di Instagram maupun TikTok, serta meningkatnya jangkauan konten yang dipublikasikan selama periode kampanye. Media sosial terbukti menjadi kanal komunikasi utama yang efektif dalam menyampaikan pesan kampanye kepada audiens, sehingga mampu meningkatkan eksposur brand serta memperkuat hubungan antara brand dan konsumen. Selain aktivitas digital, pelaksanaan event management melalui kegiatan Smooly Health and Move Fest juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendukung keberhasilan kampanye. Event ini berhasil melibatkan partisipasi audiens secara langsung serta memberikan pengalaman yang lebih interaktif antara brand dan konsumen. Keterlibatan sponsor, media partner, serta KOL dalam kegiatan ini juga membantu memperluas jangkauan komunikasi kampanye kepada audiens yang lebih luas.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan kepada responden, diketahui bahwa kampanye #CoolEnough berhasil meningkatkan brand awareness terhadap Smooly. Mayoritas responden telah mengenal brand Smooly serta mengetahui kampanye yang sedang dijalankan. Media sosial menjadi sumber utama bagi responden dalam memperoleh informasi mengenai brand Smooly maupun aktivitas kampanye yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan dalam kampanye ini cukup efektif dalam meningkatkan kesadaran audiens terhadap brand. Selain meningkatkan brand awareness, kampanye ini juga berhasil membentuk brand association yang positif terhadap Smooly. Sebagian besar responden mengasosiasikan Smooly sebagai brand yang peduli terhadap kesehatan serta mendukung gaya hidup sehat. Asosiasi tersebut muncul dari pesan kampanye yang secara konsisten menekankan konsep

healthy lifestyle melalui berbagai konten digital maupun aktivitas event yang dilakukan selama kampanye berlangsung.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kampanye #CoolEnough berhasil mencapai tujuan utama yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan brand awareness serta membangun brand association Smooly sebagai brand minuman yang mendukung gaya hidup sehat. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan agar efektivitas strategi komunikasi dapat semakin optimal di masa mendatang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kampanye dan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan strategi komunikasi di masa mendatang. Bagi pihak Smooly, strategi komunikasi yang telah dijalankan melalui media sosial dapat terus dikembangkan dengan memanfaatkan berbagai fitur interaktif yang tersedia pada platform digital. Penggunaan fitur seperti polling, add yours, atau konten interaktif lainnya dapat membantu meningkatkan keterlibatan audiens serta memperluas jangkauan distribusi konten kampanye.

Selain itu, kolaborasi dengan *Key Opinion Leader* (KOL) dapat lebih dioptimalkan, khususnya pada tahap promosi sebelum event berlangsung. Keterlibatan KOL dalam mempromosikan kegiatan kampanye sejak tahap awal dapat membantu meningkatkan awareness audiens terhadap event yang akan diselenggarakan serta berpotensi meningkatkan jumlah partisipasi peserta. Smooly juga disarankan untuk memperluas kerja sama dengan berbagai pihak eksternal seperti komunitas kesehatan, media partner, maupun organisasi yang memiliki kesamaan nilai dengan brand. Kolaborasi tersebut dapat membantu memperluas jangkauan komunikasi kampanye sekaligus memperkuat positioning Smooly sebagai brand yang mendukung gaya hidup sehat.

Selain itu, konsistensi dalam menyampaikan pesan mengenai kesehatan perlu terus dipertahankan agar asosiasi brand sebagai minuman sehat dapat semakin kuat di benak konsumen. Penyampaian pesan yang konsisten melalui berbagai aktivitas komunikasi akan membantu memperkuat citra brand serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Smooly.