

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan Tugas Akhir yang berjudul “Kampanye Media Sosial #KeVora untuk Meningkatkan *Awareness* tentang Voca Radio melalui Instagram @vocaradio.undip”, proyek ini menghasilkan serangkaian konten kampanye digital yang dipublikasikan melalui akun Instagram @vocaradio.undip. Konten yang diproduksi terdiri atas format *Reels* dan *Carousel* yang dirancang untuk memperkenalkan identitas, program siaran, serta aktivitas Voca Radio kepada mahasiswa Universitas Diponegoro sebagai target audiens utama. Dengan demikian, tujuan proyek untuk melaksanakan kampanye media sosial sebagai upaya meningkatkan *awareness* tentang Voca Radio telah terlaksana.

Pelaksanaan kampanye dilakukan melalui tahapan yang mengacu pada metode RACE (*Research, Action Planning, Communication, and Evaluation*). Pada tahap *Research*, penulis melakukan observasi akun Instagram Voca Radio, identifikasi permasalahan komunikasi, analisis kebutuhan audiens, serta penyebaran pra-survei untuk mengetahui tingkat *awareness* awal. Tahap *Action*, meliputi penyusunan strategi kampanye berupa penentuan tujuan komunikasi, penyusunan *content pillar*, *content mapping*, *content calendar*, dan *Standard Sequence Guide* (SSG). Tahap *Communication* diwujudkan melalui proses produksi, publikasi, dan distribusi konten kampanye #KeVora melalui Instagram. Selanjutnya, pada tahap *Evaluation*, penulis melakukan pengukuran performa konten berdasarkan *Key Performance Indicator* (KPI), Instagram Insights, serta hasil pasca-survei untuk mengetahui perubahan *awareness* audiens terhadap Voca Radio.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kampanye #KeVora mampu meningkatkan eksposur akun Instagram @vocaradio.undip serta menjangkau audiens di luar pengikut yang telah dimiliki sebelumnya. Capaian tersebut terlihat dari performa konten yang memenuhi target KPI yang telah ditetapkan, peningkatan interaksi audiens terhadap konten kampanye, serta bertambahnya jumlah pengikut

akun Instagram selama periode pelaksanaan kampanye. Selain itu, hasil pasca survei menunjukkan adanya peningkatan tingkat pengenalan audiens terhadap Voca Radio, baik dari sisi identitas media maupun pengetahuan mengenai program siaran yang dimiliki.

Secara keseluruhan, implementasi kampanye media sosial #KeVora menunjukkan bahwa pengelolaan Instagram yang dilakukan secara terencana, konsisten, dan berbasis strategi komunikasi mampu mendukung peningkatan *awareness* audiens terhadap Voca Radio. Temuan ini mengindikasikan bahwa Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi digital yang efektif untuk memperluas jangkauan informasi, memperkenalkan identitas media kampus, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens sasaran sehingga tujuan proyek dapat dinyatakan tercapai.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan *campaign* #KeVora, sebagai media penyiaran kampus yang aktif memanfaatkan media sosial, Voca Radio memiliki peluang untuk mengembangkan Instagram tidak hanya sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media interaksi dan penguatan hubungan dengan audiens. Oleh karena itu, beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan adalah sebagai berikut.

a. Mempertahankan Perencanaan Konten yang Terstruktur

Voca Radio perlu mempertahankan penggunaan *content pillar*, *content mapping*, *content calendar*, dan *Standard Sequence Guide* (SSG) dalam proses pengelolaan media sosial. Perencanaan yang terstruktur membantu memastikan bahwa setiap konten memiliki tujuan komunikasi yang jelas, mendukung identitas Voca Radio, serta dipublikasikan secara konsisten sesuai jadwal yang telah ditetapkan.

b. Mengoptimalkan Produksi Konten *Reels*

Berdasarkan hasil *campaign* #KeVora, format *Reels* menunjukkan kemampuan yang baik dalam menjangkau audiens di luar pengikut akun Instagram. Oleh karena itu, Voca Radio disarankan untuk meningkatkan frekuensi publikasi konten *Reels* yang memuat informasi program siaran,

aktivitas penyiar, *behind the scenes*, maupun tren yang relevan dengan karakteristik audiens mahasiswa.

c. Mengembangkan Konten Interaktif

Selain berfokus pada penyebaran informasi, Voca Radio perlu menghadirkan lebih banyak konten yang mendorong partisipasi audiens. Pemanfaatan fitur seperti *polling*, *question box*, *kuis*, *challenge*, maupun sesi interaktif melalui Instagram *Story* dapat membantu meningkatkan keterlibatan audiens terhadap akun **@vocaradio.undip**.

d. Memperluas Kolaborasi dengan Komunitas dan Organisasi Kampus

Kolaborasi dengan organisasi mahasiswa, unit kegiatan mahasiswa, komunitas kampus, maupun media *partner* dapat menjadi strategi untuk memperluas jangkauan komunikasi Voca Radio. Kerja sama tersebut dapat diwujudkan melalui pembuatan konten bersama, peliputan kegiatan kampus, atau promosi silang antar akun media sosial.

e. Melakukan Evaluasi Performa Konten Secara Berkala

Evaluasi perlu dilakukan secara rutin melalui pemanfaatan fitur Instagram *Insights*. Indikator seperti *reach*, *views*, *likes*, *comments*, *shares*, *saves*, dan pertumbuhan *followers* dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan jenis konten yang paling diminati audiens. Hasil evaluasi tersebut dapat menjadi acuan dalam penyusunan strategi konten pada periode berikutnya.

f. Mengintegrasikan Aktivitas Media Sosial dengan Program Siaran

Konten media sosial sebaiknya tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengarahkan audiens pada program siaran Voca Radio. Informasi jadwal siaran, cuplikan program, *highlight* penyiar, serta dokumentasi kegiatan dapat dipublikasikan secara terintegrasi sehingga media sosial dan program siaran saling mendukung dalam membangun awareness serta kedekatan dengan audiens.

Dengan menerapkan rekomendasi tersebut, Voca Radio diharapkan dapat mengoptimalkan pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi digital yang

tidak hanya meningkatkan *awareness*, tetapi juga memperkuat engagement dan loyalitas audiens terhadap Voca Radio.