

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan penulis dalam pengamatan, wawancara, dan observasi, maka dapat disimpulkan Kampanye sosial *Education Creative Campaign* dengan fokus judul iklan Akibat Mager yang di buat *Stechoq Academy* memberikan hasil positif untuk platform baru mereka. Meskipun menunjukkan hasil yang positif, tetap terselip hambatan hambatan dalam pembuatan kampanye ini. Berikut kesimpulan dari data data yang peneliti temukan:

Pertama, Tim kampanye "Akibat Mager" dalam tahap pra-kampanye *Education Creative Campaign* memfokuskan perhatian pada masalah dampak negatif dari kebiasaan malas dan ketergantungan pada teknologi, khususnya penggunaan ponsel. Fenomena "Efek Mager" dijelaskan sebagai permasalahan yang perlu mendapat perhatian masyarakat. Melalui brainstorming dan penelitian mendalam, kampanye ini bertujuan meningkatkan kesadaran terhadap dampak buruk perilaku lamban dan ketergantungan pada teknologi, dengan fokus pada ponsel seluler. Tokoh utama, Agung, digambarkan sebagai contoh yang mengalami dampak negatif, untuk menciptakan kesadaran akan pentingnya aktivitas fisik dan mengurangi ketergantungan pada teknologi. Ini menjadi dasar bagi perencanaan kampanye yang sukses.

Kedua, *Stechoq Academy* merancang kampanye "Akibat Mager" dengan fokus pada fenomena ketidakaktifan dan ketergantungan pada perangkat elektronik. Terinspirasi oleh pandangan Bapak Wishnutama dalam industri kreatif, strategi kampanye mencakup soft selling dengan produk berlabel *Stechoq Academy*. Produksi yang intensif dilakukan selama 3 hari 3 malam di dua lokasi berbeda, diikuti oleh proses editing selama 1 bulan sebelum kampanye diimplementasikan di media sosial. Pendekatan kreatif ini bertujuan meningkatkan kesadaran dan mengubah pengetahuan, sikap, dan

keterampilan masyarakat terkait dampak buruk perilaku "mager." Distribusi melalui Ads Instagram dipilih untuk memaksimalkan jangkauan pesan edukatif, mencapai penilaian positif, dan mengukur dampak terhadap perubahan perilaku menuju gaya hidup lebih aktif dan sadar lingkungan. Produksi iklan dan distribusi terencana dengan cermat menjadi pilar utama kesuksesan kampanye.

Ketiga, Secara keseluruhan, evaluasi pasca kampanye "Akibat Mager" menunjukkan hasil positif dalam mencapai tujuan utamanya, yaitu mengubah perilaku dan mengurangi masalah terkait fenomena "mager" dalam konteks edukasi kreatif. Melalui pendekatan yang terfokus pada karakterisasi tokoh utama, Agung, kampanye dapat menggambarkan dampak negatif dari ketergantungan pada teknologi terhadap aktivitas fisik dan kesadaran lingkungan. Pesan kampanye yang jelas dan tajam terbukti efektif, tercermin dalam pertumbuhan signifikan followers di platform *Stechoq Academy* dan respons positif dari masyarakat. Hasil positif kampanye ini tidak hanya terlihat dari peningkatan kesadaran terhadap dampak "mager," tetapi juga dari kontribusinya dalam mengembangkan platform edukasi kreatif. Dengan demikian, kampanye ini dapat dianggap berdampak positif dalam mengatasi permasalahan yang diidentifikasi sebelumnya dan memberikan dampak positif pada masyarakat.

Keempat, Tim *Stechoq Academy* menghadapi beberapa hambatan dalam pelaksanaan kampanye sosial "Education Creative Campaign" berjudul "Akibat Mager." Salah satu hambatan utama adalah kurangnya pengalaman tim dalam merancang dan melaksanakan kampanye sosial, yang mempengaruhi pemahaman mereka tentang cara terbaik menjangkau audiens target dengan pesan kampanye. Hambatan spesifik terlihat pada jobdesk masing-masing informan, seperti kurangnya pemahaman dinamika kampanye sosial oleh Executive Producer & Mentor, keterbatasan ide kreatif oleh Sutradara Iklan, dan kesulitan merencanakan produksi oleh Producer. Untuk mengatasi tantangan ini, tim perlu meningkatkan pemahaman mereka melalui kegiatan pembelajaran aktif, membaca studi tentang kampanye sosial, dan melakukan penelitian mendalam untuk memilih platform dan jenis konten

yang tepat. Dengan fokus pada peningkatan pengetahuan, Tim Stechoq Academy diharapkan dapat mengatasi keterbatasan pengalaman mereka, memastikan kelancaran kampanye, dan mencapai dampak positif yang diinginkan.

Kelima, kesimpulan Berdasarkan penelitian yang dilakukan, kampanye sosial "Education Creative Campaign" dengan judul "Akibat Mager" dari Stechoq Academy berhasil memberikan hasil positif pada platform baru mereka. Fokus kampanye ini adalah pada dampak negatif dari kebiasaan malas dan ketergantungan pada teknologi, khususnya penggunaan ponsel. Melalui tokoh utama bernama Agung, kampanye berhasil meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya aktivitas fisik dan mengurangi ketergantungan pada teknologi. Meskipun sukses, terdapat hambatan dalam pelaksanaan kampanye, termasuk kurangnya pengalaman tim dalam merancang kampanye sosial. Evaluasi pasca kampanye menunjukkan pertumbuhan signifikan followers dan respons positif dari masyarakat, serta kontribusi positif terhadap pengembangan platform edukasi kreatif. Untuk mengatasi hambatan, tim perlu meningkatkan pemahaman mereka melalui kegiatan pembelajaran dan penelitian mendalam.

5.2 Saran

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif serta membawa perubahan dan kemajuan bagi *Stechoq Academy* dalam merancang kampanye sosial, seperti *Education Creative Campaign*. Di antaranya adalah:

1. Bagi peneliti berikutnya yang akan melanjutkan penelitian serupa, disarankan untuk mengoptimalkan tujuan penelitian dan menyusun fokusnya dengan lebih spesifik pada aspek yang sedang diteliti.
2. Disarankan kepada *Stechoq Academy* Jika kembali membuat kampanye sosial, mungkin bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan minat target audiens agar dapat memberikan nilai tambah yang signifikan dalam mengatasi fenomena yang diangkat. Pastikan konten memberikan solusi praktis dan inspiratif

3. Disarankan kepada *Stechoq Academy* Jika kembali membuat kampanye sosial kembali, bisa membuat Kampanye tidak hanya berfokus pada pengurangan permasalahan, tetapi juga goals nya bisa berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya hal hal yang diangkat.