

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan dari Implementasi Kampanye *Healthy Lifestyle* Great Giant Foods Selama Pandemi *Covid-19* Melalui *Instagram @greatgiantfoods* bahwa Kampanye *Healthy Lifestyle* yang dilakukan oleh GGF melalui media sosial *Instagram* melalui lima proses utama yaitu perencanaan, pengembangan, implementasi, pemantauan, dan evaluasi sesuai dengan model manajemen kampanye yang dipopulerkan oleh Antar Venus. Selama proses implementasi kampanye, Tim *Corporate Communication* GGF melakukan *trial and error* dalam proses implementasi kampanye untuk memperkirakan tingkat keberhasilan kampanye dan dijadikan sebagai bahan untuk mengambil langkah selanjutnya. Dalam melaksanakan Kampanye *Healthy Lifestyle*, GGF melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala agar kampanye yang dilakukan terus membaik dari waktu ke waktu.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan penjabaran yang sudah dilakukan oleh penulis di atas, penulis memiliki saran praktis dan saran teoritis sebagai berikut:

##### 5.2.1 Saran Praktis

Penulis menyarankan agar GGF juga memanfaatkan media sosial lain yang tidak kalah berpengaruh seperti *Tiktok* yang saat ini sedang menarik perhatian masyarakat dan berpengaruh besar pada masyarakat. Selain itu, penulis juga menyarankan GGF untuk menentukan evaluasi yang memiliki aspek kuantifikasi dan membuat standar pengukuran keberhasilan (*measurement standart*) sehingga lebih mudah dalam menghitung tingkat keberhasilan kampanye.

### 5.2.2 Saran Teoritis

Saran penulis kepada penulis selanjutnya yang ingin meneliti tentang kampanye di media sosial dapat mengambil perspektif lain yaitu dari sisi khalayak. Penelitian dapat berfokus pada kampanye seperti apa yang menarik bagi khalayak dan aspek apa saja yang penting dalam pesan kampanye sehingga khalayak tertarik untuk membaca pesan tersebut. Selain itu, penulis juga menyarankan kepada penulis selanjutnya untuk membahas standar pengukuran keberhasilan kampanye terutama melalui media sosial.