

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan dalam bab sebelumnya, ada beberapa kesimpulan yang dapat ditarik. Kesimpulan ini berhubungan dengan tujuan dari penelitian ini dan pertanyaan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam unsur-unsur yang dibangun dalam konten kampanye sosial #NyalaUntukYuyun hingga berhasil menjadi viral di media sosial dan memahami strategi Kolektif Betina dalam mempertahankan kampanye sosial agar tetap memiliki efek yang berkelanjutan. Oleh karena itu, melalui penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kampanye #NyalaUntukYuyun memiliki beberapa unsur yang dibangun untuk mendukung viralitas dari kampanye, yaitu Kolaborasi dan KOL, Kesamaan persepsi publik, Emosi, Relevansi dan *sense of urgency*, serta Simbol, atribut, dan pemicu. Unsur kolaborasi dan KOL dilakukan dengan membuka ruang kolaborasi dengan organisasi lain yang sejenis dan bergerak di bidang dan tujuan yang sama, juga dengan tokoh-tokoh publik yang memiliki kredibilitas dan kemampuan untuk mempengaruhi publik. Unsur kesamaan persepsi publik juga ikut mendorong publik menjadikan kampanye ini viral, yaitu dengan adanya kesamaan persepsi bahwa anak-anak tidak pantas menjadi korban kekerasan apalagi kekerasan seksual. Unsur Emosi dibangun melalui penggunaan kisah YY yang memang sudah mampu membangkitkan episode emosi yang kompleks dan intens, penggunaan nama Yuyun dan bukan inisial sebagai identitas kampanye, dan menggunakan bahasa yang mudah dan lumrah bagi audiens. Unsur relevansi dan *sense of urgency* dibangun dengan menggunakan kedekatan tema kekerasan seksual dengan kehidupan sehari-hari seperti menggunakan kasus ini sebagai pengingat kepada orang-orang di sekitar bahwa kekerasan seksual bisa terjadi kepada siapapun terlepas dari usia, gender, maupun pakaian yang dikenakan. Unsur simbol, atribut, dan pemicu dibangun dengan menetapkan identitas

- dan *trademark* yang mampu menjadi unsur pembeda bagi kampanye yaitu berupa tagar #NyalaUntukYuyun di media sosial, penggunaan kata “Nyala” dan unsur api sebagai simbol solidaritas, aksi solidaritas menyalakan seribu lilin, dan menggunakan momentum kasus YY sebagai pendorong agar isu kekerasan seksual bisa terus dibicarakan oleh publik.
2. Ada beberapa usaha yang dilakukan oleh Kartika Jahja maupun Kolektif Betina dalam mempertahankan efek dari kampanye #NyalaUntukYuyun ini agar berkelanjutan. Di tingkat *Exposure*, kampanye ini menggunakan dua media sosial sebagai media kampanye utama, dan membuka kemungkinan kolaborasi dengan organisasi sosial lain sejenis dengan tujuan yang sama. Di tingkat *Engagement*, selain Kolektif Betina aktif melakukan dialog dengan siapapun yang berkomentar di media sosial terkait kampanye, kegiatan offline berupa aksi massa juga dilakukan di banyak kota. Di tingkat *Influence* dan *Impact*, untuk mengusahakan perubahan pandangan ataupun perilaku baik pada audiens yang potensial maupun yang atentif, Kolektif Betina melanjutkan usaha edukasi melalui kampanye lain yaitu #TidakMemperkosakan dan melalui Bersama Project. Di tingkat *Advocacy*, Kolektif Betina melakukan kerjasama dengan organisasi atau lembaga bidang advokasi kebijakan untuk menjadikan kampanye ini sebagai pendorong disahkannya UU Penghapusan Kekerasan Seksual. Efek atau dampak dari kampanye #NyalaUntukYuyun paling besar hanya sampai tahap *Engagement*.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang ditarik dari penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti terhadap beberapa pihak lain yang mungkin membutuhkan penelitian ini, yaitu:

### **5.2.1 Saran Akademis**

Saran bagi akademisi dari penelitian ini:

1. Penelitian selanjutnya bisa mencoba untuk menganalisis keberhasilan kampanye sosial sejenis dengan menggunakan strategi lain selain

pembentukan unsur-unsur pesan dengan prinsip STEPPS maupun unsur-unsur yang ditemukan dalam penelitian ini.

2. Penelitian berikutnya bisa menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur kekuatan dan efektivitas masing-masing prinsip dalam STEPPS maupun unsur yang ditemukan dalam penelitian ini dan pengaruhnya pada viralitas sebuah konten kampanye.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran yang bisa diberikan kepada Kolektif Betina yaitu:

1. Membuat perencanaan kampanye dengan lebih matang mulai dari riset dan analisis situasi hingga evaluasi yang terukur dari kegiatan atau kampanye yang dibuat dengan memaksimalkan pemanfaatan media sosial.
2. Dalam pembuatan kampanye, ada baiknya memiliki satu payung atau tema besar, yang kemudian memiliki berbagai macam rangkaian kegiatan dan gerakan agar tujuan yang tercapai lebih menyeluruh, misalnya kampanye yang bukan hanya mampu meningkatkan kesadaran publik juga mampu memberikan edukasi dan perubahan sikap pada publik.

### **5.2.3 Saran Umum**

Saran yang bisa diberikan untuk masyarakat secara umum dari penelitian ini:

1. Mengaplikasikan prinsip STEPPS sebagai strategi dalam membuat konten agar menjadi viral untuk tujuan yang baik.
2. Memaksimalkan penggunaan media sosial dan fitur-fiturnya untuk mendukung isu-isu sosial yang positif dan mampu membawa perubahan baik bagi masyarakat.