

## BAB 5

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang dijabarkan pada bab dimana mengacu pada teori, konsep, dan model yang dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat menarik sebuah kesimpulan. Kesimpulan ini mengacu pada tujuan penelitian yang telah dipaparkan pada bab satu dimana terdapat tiga tujuan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan, mengetahui proses promosi, serta mengetahui model kampanye #BalasYangBaik oleh Campaign. Oleh karena itu, penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Perencanaan Kampanye #BalasYangBaik oleh Campaign

Perencanaan Kampanye #BalasYangBaik Campaign diawali dengan mengacu pada momentum hari Mental Health sedunia yang jatuh pada bulan Oktober. Pada tahun 2017, melalui momentum itu Campaign berinisiasi untuk membuat sebuah gerakan terkait isu yang sedang marak terjadi yaitu *cyberbullying*. Kemudian, perencanaan kampanye dilakukan dengan berbagai kegiatan seperti riset *data collection*, *drafting series of activities*, *FGD*, dan analisis khalayak.

2. Proses Promosi Kampanye #BalasYangBaik oleh Campaign

Campaign dalam kampanye #BalasYangBaik melakukan proses promosi di berbagai media sosial, berkolaborasi dengan media *online*, menjadi narasumber di beberapa *talkshow*, dan *roadshow* ke berbagai universitas.

3. Model kampanye #BalasYangBaik oleh Campaign

Berdasarkan hasil kritikan pada model Kampanye Komunikasi Kesehatan Strategis dimana model tersebut harusnya memiliki bentuk sirkular, maka dari penelitian ini ditemukan kerangka model baru. Model baru tersebut dinamakan model Kampanye Sosial Sirkular yang memiliki tahapan perencanaan, eksekusi, dan juga evaluasi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil wawancara, pembahasan serta kesimpulan yang telah dipaparkan, ada beberapa saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini:

### 5.2.1 Saran Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lainnya yang ingin meneliti tentang kampanye sosial serupa khususnya dengan tema isu *cyberbullying*.

- a. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai dampak model Kampanye Sosial Sirkular
- b. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian mengenai strategi kampanye sosial *cyberbullying* yang diinisiasi komunitas lainnya ataupun kampanye dari sebuah NGO.
- c. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur keefektifan suatu teori model kampanye komunikasi atau *awareness* masyarakat mengenai suatu kampanye sosial.

### 5.2.2 Saran Praktis

Bagi Campaign, saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini adalah:

- a. Dapat dijadikan evaluasi bagi Campaign dalam membuat perencanaan sebuah kampanye sosial yang lebih matang dengan memperhatikan setiap tahapan yang ada mulai dari perencanaan, eksekusi hingga evaluasi, khususnya *measurement* yang jelas pada sebuah kampanye *online*.
- b. Diharapkan Campaign dapat memperhatikan pemanfaat media *digital* lebih dalam serta mengajak beberapa media serta mempersatukan komunitas-komunitas yang memiliki visi misi sejalan yang lebih banyak agar publikasi kampanye dapat dijalankan secara maksimal.
- c. Kedepannya dalam membuat kampanye dapat membuat suatu inovasi menggunakan suatu teori model kampanye atau penggabungan beberapa model kampanye komunikasi dan juga suatu strategi promosi agar dapat menambah minat target audiens.

- d. Diharapkan kedepannya, Campaign dapat terus membuat konten yang lebih menarik dan inovatif untuk kampanye selanjutnya.

### **5.2.3 Saran Umum**

Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada masyarakat umum yaitu:

- a. Diharapkan masyarakat mengetahui perencanaan sebuah kampanye sosial yang baik dan matang sehingga dapat dijadikan referensi dalam membuat sebuah kampanye sosial.
- b. Diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan *awareness* mengenai isu *cyberbullying* termasuk menggunakan *social media* dengan bijak dan benar sehingga tidak ikut serta dalam kegiatan *cyberbullying*.