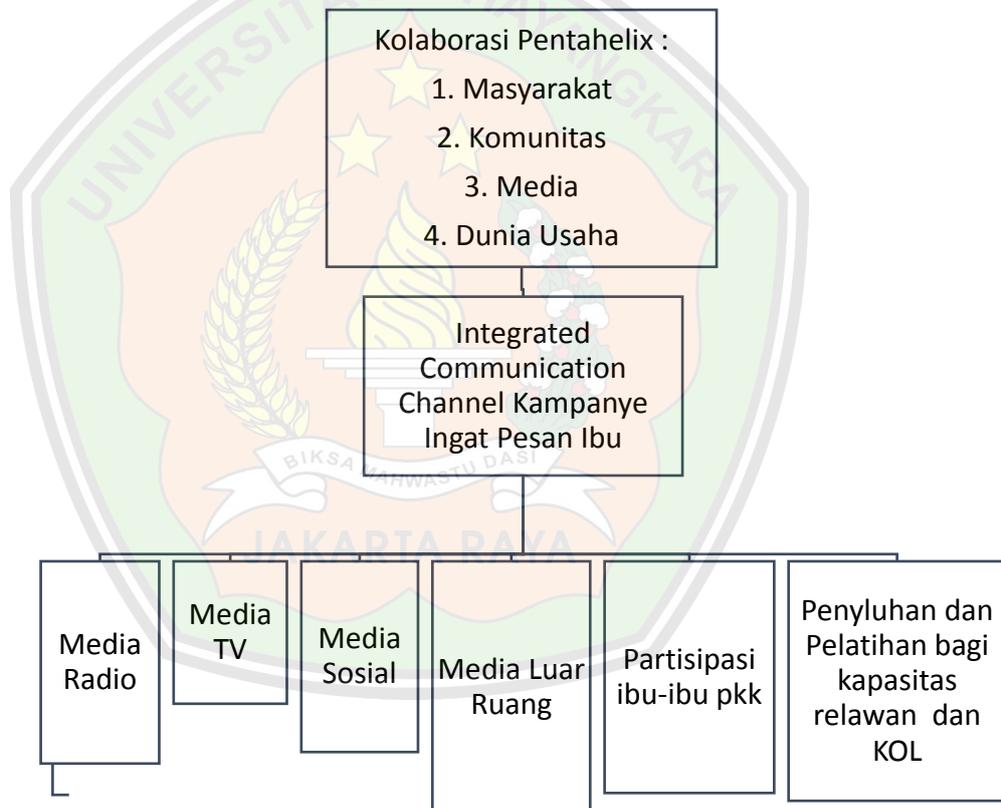


BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi persuasif Satgas COVID-19 dalam kampanye Ingat Pesan Ibu, dengan menggunakan teori *Four step of PR* menurut Cutlip dan Center. Pada bagian akhir skripsi ini, peneliti akan memaparkan beberapa kesimpulan berdasarkan hasil temuan data melalui wawancara penelitian. Peneliti menyimpulkan bahwa penyusunan strategi persuasif Satgas COVID-19 dalam kampanye Ingat Pesan Ibu :



Bagan 5.1 Kesimpulan Penelitian

Strategi persuasif Satgas Covid-19 dalam kampanye Ingat Pesan Ibu dilakukan dengan cara, kolaborasi pentahelix. Kolaborasi dilakukan agar penyampaian kampanye ingat pesan ibu dapat menjangkau masyarakat secara luas, cepat dan serentak. Strategi penyampaian kampanye Ingat Pesan Ibu

melalui rekan-rekan media, tidak hanya dilakukan dengan memutar lagu ingat pesan ibu saja. Tetapi juga dilakukan melalui ragam kegiatan seperti penyampaian protokol kesehatan melalui *ad lib* news anchor pada media tv, iklan layanan masyarakat pada media radio, penggunaan *tagline* #ingatpesanibu pada media sosial, dan kegiatan *talkshow* atau diskusi dengan pakar melalui ketiga media tersebut. Selain melalui kolaborasi dengan rekan-rekan media, strategi penyampaian kampanye juga dilakukan dengan partisipasi ibu-ibu pkk, penyuluhan online via zoom, pelatihan bagi relawan, dan penempatan pada media luar ruang seperti baliho, banner dan sebagainya. Se jauh ini, pelaksanaan strategi persuasif dalam kampanye Ingat Pesan Ibu sudah menghasilkan perubahan yang positif bagi perilaku sehat masyarakat Indonesia. 92.20% masyarakat sudah memakai masker saat beraktifitas di luar rumah, 91.10% sudah menerapkan cuci tangan dengan sabun, 90.75% masyarakat sudah menjaga jarak dan menghindari kerumunan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan maka peneliti bermaksud untuk memberikan saran agar dapat meningkatkan kegiatan kampanye Ingat Pesan Ibu dan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut :

- 1) Bagi Pihak Satgas COVID-19
 - a. Peneliti melihat bahwa pemutaran lagu Ingat Pesan Ibu pada ruang publik sangat jarang ditemukan, karena itu peneliti menyarankan agar Satgas COVID-19 kiranya memberikan himbauan atau aturan untuk memutar lagu Ingat Pesan Ibu di ruang publik seperti pada mall, transportasi publik. Khususnya pada sentra vaksinasi, agar lagu Ingat Pesan Ibu lebih melekat lagi di masyarakat. Kemudian, Satgas COVID-19 juga dapat mengajarkan atau mengajak masyarakat untuk menyanyikan lagu Ingat Pesan Ibu dalam kegiatan yang dilakukan oleh duta perubahan perilaku.

- b. Seperti yang sudah dipaparkan, strategi PR memiliki peranan yang sangat penting untuk menentukan efektif atau tidaknya sebuah program kegiatan kampanye. Sejauh ini, penggunaan media dalam kampanye Ingat Pesan Ibu sudah mampu menjangkau masyarakat Indonesia bahkan mereka yang tidak memiliki sosok seorang ibu. Namun masih perlu memperluas jangkauan khususnya kepada masyarakat menengah ke bawah yang memiliki hambatan dalam melakukan protokol kesehatan karena faktor keuangan, peneliti menyarankan pihak Satgas COVID-19 untuk tidak hanya berfokus mengampanyekan Ingat Pesan Ibu melalui media-media tetapi meningkatkan penyediaan kebutuhan prokes bagi masyarakat menengah ke bawah serta edukasi & informasi seputar virus corona.
 - c. Kemudian mengenai hambatan yang dilalui tim Satgas Covid-19 serta relawan, kiranya dapat memberikan motivasi serta penghargaan bagi tim yang melaksanakan kampanye Ingat Pesan Ibu
- 2) Bagi Peneliti Selanjutnya
- Berikut beberapa saran bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji penelitian tentang strategi persuasif *public relations* atau kampanye Ingat Pesan :
- a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih banyak sumber dan referensi mengenai teori-teori strategi *public relations* agar pembahasan dan hasil penelitian dapat lebih baik dan lengkap lagi.
 - b. Pelaksanaan kampanye Ingat Pesan Ibu pada media radio hanya dilakukan selama 3 bulan, pemutaran lagu dilakukan oleh seluruh radio di Indonesia, sementara hanya beberapa rekan radio yang melakukan kegiatan *talkshow*. Peneliti melihat bahwa untuk peneliti selanjutnya, layak untuk dilakukan penelitian terkait efektivitas kampanye Ingat Pesan Ibu pada media radio.

- c. Pada penelitian ini, Satgas COVID-19 tidak melakukan evaluasi dengan melihat opini masyarakat tentang kampanye Ingat Pesan Ibu. Peneliti melihat bahwa untuk peneliti selanjutnya, layak dilakukan penelitian terkait opini masyarakat terhadap kampanye Ingat Pesan Ibu.

