BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah menguraikan hasil penelitian pada Bab IV mengenai hasil penelitian dan pembahasan ini, maka pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dan saran yang sekiranya dapat menjadi bahan pertimbangan.

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat peneliti ambil berdasarkan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya pada Bab IV, strategi kampanye yang dapat digunakan dalam praktik kampanye yakni mengenai komunikator, pesan, media, dan khalayak sasaran kampenye diantaranya:

1. Komunikator atau sumber dari kegiatan kampanye yang memiliki kredibilitas, Kredibilitas adalah seperangkat *perseps komunicate* tentang sifat-sifat komunikator, dari pengertian kredibilitas terdapat dua alat ukur yaitu keahlian dan kepercayaan. Keahlian serta kepercayaan sebagai pelaku tindakan komunikasi melalui kegiatan kampanye yang mencakup keseluruhan proses dan fenomena praktik kampanye yang terjadi dilapangan. Seorang komunikator perlu memperhatikan kredibilitas dirinya sendiri diantaranya mengenai keahlian dan kepercayaan, dimana kredibilitas ini berkaitan dengan persepsi khalayak tentang keefektifan seseorang sebagai pembicara.

2. Isi pesan, mulai dari materi pendukungnya, visualisasi pesan, isi negatif pesan, serta pendekatan emosional. Jika dikaitkan dengan berbagai aspek isi pesan bahwa data riset yang dimiliki WALHI Jawa Barat merupakan materi pendukung bagi kegiatan kampanyenya. Sikap yang terbentuk berdasarkan gagasan, informasi atau isi pesan berupa contoh-contoh dan peristiwa yang telah terjadi lebih menetap dalam diri seseorang dalam waktu yang lama. Pesan dapat berupa lisan, tulisan maupun simbol.
3. Media yang digunakan oleh Wahana Lingkungan Hidup (WALHI) Jawa Barat dalam kegiatan kampanye yaitu media massa mulai dari koran, leaflet, brosur, hingga komunikasi kelompok seperti diskusi, seminar serta pertemuan dengan warga. Dalam program kampanye harus ditentukan dulu aspek-aspek pemilihan media yang digunakan sebagai saluran kampanye berupa jangkauan, tipe khalayak, ukuran khalayak, tujuan komunikasi serta batasan atau aturan.
4. Sasaran kampanye WALHI Jawa Barat yaitu kalangan buruh dan organisasi buruh. Pelaku kampanye umumnya menyadari bahwa khalayak merupakan titik tolak bagi setiap kegiatan kampanye. Pengetahuan tentang khalayak akan membimbing pelaku kampanye dalam merancang ”pesan apa”, ”untuk siapa”, disampaikan ”lewat media apa” dan ”siapa yang cocok untuk menyampaikannya”. Singkatnya pemahaman tentang khalayak akan menentukan

bagaimana kampanye dilaksanakan dan apa hasil yang akan dicapai.

5. Strategi kampanye

Dalam kegiatan kampanye, WALHI Jawa Barat mempunyai strategi yaitu mengenai komunikator atau pelaku kampenye bahwa WALHI jawa Barat selaku komunikator memiliki kredibilitas, isi pesan dalam kegiatan kampanye WALHI Jawa Barat yaitu mengenai bahaya asbes serta memiliki struktur pesan, media yang digunakan dalam praktik kampanye WALHI Jawa Barat berupa media massa, serta khalayak kampanye WALHI Jawa Barat yaitu kalangan buruh dan organisasi buruh. Praktik kampanye WALHI Jawa Barat telah sesuai jika ditinjau berdasarkan komponen-komponen diatas yaitu mengenai strategi kampanye.

5.2 Saran-saran

Sementara untuk saran yang peneliti kemukakan baik saran bagi Universitas, WALHI Jawa Barat, maupun bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat dijadikan masukan yang baik dan berguna bagi semua pihak kedepannya.

5.2.1 Saran Bagi WALHI Jawa Barat

1. Data riset atau informasi yang disajikan kepada khalayak diusahakan jangan bersumber dari luar Negeri, karena khayalak

menginginkan data riset mengenai orang yang telah terjangkit penyakit asbestosis tersebut berasal dari dalam Negeri.

2. Kegiatan kampanye yang dilakukan oleh WALHI Jawa Barat diharapkan dapat berhadapan secara langsung dengan khalayak yang bekerja pada perusahaan pengguna bahan asbes, karena jika pesan kampanye yang disampaikan langsung kepada khalayak tentu akan lebih ektif.
3. Libatkanlah atau ikutsertakan pemerintah untuk melakukan kampanye bahaya asbes, karena dengan melibatkan pemerintah, masyarakat atau khalayak sasaran kampanye akan lebih mudah percaya terhadap pesan yang disampaikan memalui kegiatan kampanye WALHI Jawa Barat.
4. Diharapkan kedepanya WALHI Jawa Barat senantiasa memberikan sumbangsih mengenai data yang diperlukan mengenai penelitian guna lebih efektif dan konduksif bagi peneliti selanjutnya.

5.2.2 Saran Bagi Universitas

1. Harapan besar peneliti, dalam mengadakan acara *study tour* pihak program studi lebih mengarah keberbagai bidang lain. Seperti halnya kunjungan terhadap Organisasi Masyarakat (ORMAS) maupun Pemerintah. Dengan harapan agar masing-masing konsentrasi ilmu mengetahui mengenai komunikasi yang terdapat didalamnya.

2. Harapan peneliti dengan adanya acara *study tour* atau kunjungan keberbagai bidang yang mencangkup mengenai ilmu komunikasi. Sehingga dapat menambah wawasan bagi mahasiswa/i untuk mengkaji Ilmu Komunikasi dalam berbagai bidang khususnya mengenai komunikasi politik.

5.2.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti sekaligus penelitian selanjutnya (baik dari mahasiswa/i konsentrasi ilmu humas dan jurnalistik) agar dapat memilih tema lebih selektif, menarik, unik yang tentunya memiliki aplikasi Ilmu Komunikasi dan konsentrasi ilmu masing-masing, yaitu melalui:

1. Studi literatur, untuk menemukan dan mengungkap hal atau fenomena yang terkait dalam dunia Ilmu Komunikasi khususnya yang mencangkup konsentrasi Humas. Hal ini dapat dilakukan melalui buku-buku teroritis maupun praktis, skripsi-skripsi yang telah ada (pengambilan tema penelitian dari sudut identifikasi permasalahan yang unik, dan menarik), ataupun melalui penelusuran media *onlie* (internet).
2. Studi pendahuluan yang mendalam dan terarah terhadap penelitian yang telah diteliti, orang yang ahli dibidang yang akan dikaji dalam penelitian, ataupun dengan dosen-dosen, untuk menemukan dan mengungkap hal atau fenomena terkait dengan Ilmu Komunikasi khususnya konsentrasi Humas.