

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil temuan penelitian serta pembahasan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan terhadap Strategi Kampanye yang dilaksanakan oleh Unala melalui media sosial dan komunikasi penyuluhan, yaitu :

1. Strategi Kampanye *youth decide, we provide* yang dilakukan Unala melalui media sosial dan komunikasi penyuluhan, ada beberapa tahap yang harus dilalui dalam melakukan kampanye. Tahap – tahapnya ialah, analisis khalayak, menetapkan sasaran, menetapkan tujuan pengelolaan, rancangan strategi, implementasi perencanaan, dan evaluasi.
2. Unala melalui media sosial dan komunikasi penyuluhan, bertujuan untuk meningkatkan pemahaman kesehatan reproduksi dan seksualitas dikalangan remaja. Pemberian informasi tersebut, juga diharapkan dapat merubah persepsi, sikap serta perilaku remaja terhadap isu-isu kesehatan reproduksi dan seksualitas.
3. Unala melalui media sosial dan komunikasi penyuluhan melakukan beberapa hal untuk mendukung kampanye yang mereka laksanakan agar sesuai dengan *project goal* yang telah mereka rencanakan. Terdapat beberapa aspek yang ada dalam sebuah kampanye yaitu, analisis khalayak dan kebutuhannya, penetapan sasaran, penetapan tujuan pengelolaan, penetapan strategi, rancangan strategi,

implementasi perencanaan, efek yang diharapkan, brand awareness dan evaluasi.

4. Pelaksanaan strategi kampanye yang digunakan oleh Unala melalui media sosial masih belum maksimal, hal ini disebabkan oleh strategi dalam publikasi media sosial Unala masih perlu digencarkan lagi untuk kedepannya agar awareness remaja terhadap media sosial Unala semakin meningkat. Pelaksanaan strategi kampanye yang digunakan oleh Unala melalui komunikasi penyuluhan sudah tepat, dengan yaitu menggunakan pre test dan post test untuk mengukur keberhasilan kegiatan promosi Unala. Komunikasi penyuluhan Unala melalui youth gathering ini belum maksimal, hal ini disebabkan oleh tidak ada rencana tindak lanjut (RTL) agar kesadaran yang ingin dicapai oleh Unala dapat sesuai target. Audiensi yang dilakukan Unala dengan stakeholder sudah tepat dengan adanya tanggapan positif dari stakeholder, ada rencana tindak lanjut (RTL) dan dapat bersinergi dengan layanan pemerintah.
5. *Brand awareness* remaja terhadap Unala melalui media sosial ini belum dapat diukur. Selama ini, Unala menggunakan software untuk melihat interaktifitas pengunjung media sosial. *Brand awareness* remaja terhadap Unala melalui komunikasi penyuluhan ini sudah tepat. Kesadaran remaja terhadap Unala ini ditahap *brand recognition*, di mana remaja dihadapkan berbagai pilihan klinik layanan remah remaja yang salah satunya adalah Unala.

6. Evaluasi yang dilakukan oleh Unala melalui media sosial dan komunikasi penyuluhan merupakan evaluasi proses. Evaluasi ini, sudah tepat dengan melakukan evaluasi selama tiga bulan sekali. Evaluator yang mengevaluasi ialah dari pihak internal (Siklus Indonesia dan UNFPA) dan eksternal (bappenas dan kemenkes).

B. Saran

Setelah peneliti melaksanakan penelitian di atas maka, terdapat beberapa hal yang ingin peneliti sampaikan sebagai saran bagi Unala melalui media sosial dan komunikasi penyuluhan.

1. Melaksanakan acara *youth gathering* sebaiknya, ada perencanaan tindak lanjut (RTL) usai diskusi, agar kesadaran yang ingin dicapai oleh Unala dapat sesuai target. RTL yang dilakukan ini, berupa diskusi membuat peta konsep dan alur mengenai langkah-langkah tindakan dan aksi seperti apa yang akan dilakukan.
2. Unala disarankan, memaksimalkan kampanye yang dilakukan melalui media sosial seperti facebook, twitter, dan instagram. Diharapkan adanya standarisasi secara tertulis dalam menentukan konten, gambar, caption di media sosial agar dapat mempertahankan kredibilitas Unala sebagai program layanan ramah remaja.
3. Dalam memaksimalkan kampanye yang dilakukan melalui media sosial, disarankan lebih menyiapkan lagi isi dan kemasan, konten kesehatan reproduksi, kegiatan Unala, dan promosi dokter-dokter Unala secara tematik, yang akan diunggah ke media sosial misalnya

setiap hari senin siang mengunggah konten motivasi, senin sore mengunggah konten mitos dan fakta kesehatan reproduksi serta, malam mengunggah informasi seputar ims.

4. Unala disarankan, lebih konsisten dalam mengunggah postingan di media sosial, tiga kali *post* dalam satu hari di waktu-waktu *prime time*. Misalnya sekitar pukul 06.00-07.00, 12.00-13.00, 15.00-17.00, 19.00-20.00.