

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil sajian data dan analisa, dapat disimpulkan bahwa analisis yang dilakukan oleh LBH APIK Yogyakarta dengan analisis SWOT sudah baik dikarenakan analisis SWOT ini lebih memfokuskan diri kepada kalkulasi peluang pencapaian tujuan kampanye. Strategi kampanye yg telah dilakukan LBH APIK Yogyakarta menggunakan program sosialisasi-sosialisasi dengan menggunakan metode dua arah atau tatap muka dan strategi kampanye bermedia. Strategi tersebut menggunakan tatap muka langsung (*face to face*) yang berupa bentuk program sosialisasi langsung ke ibu-ibu PKK atau workshop. Sedangkan strategi menggunakan media baik itu media cetak ataupun media elektronik. Media yang paling efektif yaitu *face to face* atau tatap muka langsung karena disitu terjadi proses komunikasi antar komunikator dan komunikan yang langsung berdiskusi mengenai dampak kekerasan dalam rumah tangga.

Pelaksanaan strategi kampanye LBH APIK Yogyakarta 2012 dengan Tema kampanye “Cegah Kekerasan Rumah Tangga” bertujuan mengajak bekerja sama menanggulangi dan mencegah masalah kekekerasan dalam rumah tangga. Kampanye itu merupakan bagian dari komunikasi sosial karena dalam kegiatan-kegiatan kampanye yang dilakukan terjadi interaksi antara pihak LBH APIK Yogyakarta dengan masyarakat setempat. Evaluasi dilakukan dalam garis besar

saja dalam satu periode program kampanye yakni dalam satu tahun. Hasil evaluasi juga dilaksanakan pada akhir periode yang menyertakan dalam seluruh bidang yang ada di LBH APIK Yogyakarta. Setiap 2 tahun sekali LBH APIK Yogyakarta juga menghadiri pertemuan LBH APIK se Indonesia untuk membahas program dan mengevaluasi hasil program.

Namun dalam pelaksanaannya menemukan beberapa kekurangan. Kekurangan tersebut terdapat pada ruang lingkup wilayah pelaksanaan kampanye yang belum merata, bentuk pesan yang kurang komunikatif, kekurangan sumber daya manusia serta kurangnya pemanfaatan media cetak dan elektronik serta dana yang sangat minim. Faktor pendukung strategi kampanye diantaranya adalah kerja tim yang baik, dukungan dari pihak-pihak terkait seperti pemerintah daerah, mempunyai jaringan dengan beberapa instansi dan pemanfaatan media cetak dan elektronik. Sedangkan faktor penghambat dalam kampanye adalah fakta di lapangan sering kali berbeda dengan perencanaan, dana yang tersedia minim. Serta LBH APIK Yogyakarta belum memiliki website sendiri atau blog.

B. SARAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Saran kepada klien

Dalam memahami perihal KDRT sebaiknya masyarakat berperan aktif untuk hadir dalam kegiatan program-program kampanye yang dilakukan LBH APIK.

2. Saran kepada LBH APIK YOGYAKARTA

- a. Dalam pelaksanaan kegiatan sebaiknya LBH APIK Yogyakarta menambah anggota lawyer agar semua klien dapat di atasi.
- b. LBH APIK Yogyakarta sebaiknya melakukan riset dan perencanaan program dengan lebih mendalam dan detail agar pelaksanaan kampanye akan jauh lebih baik, misalnya dalam perencanaan pendanaan, sehingga tidak ada lagi alasan kegiatan tidak maksimal karena hambatan dana.
- c. Memaksimalkan penggunaan media elektronik maupun cetak untuk melakukan kampanye dan pemanfaatan media brosur, pamflet, baliho, dan media-media lainnya.
- d. LBH APIK Yogyakarta sebaiknya memiliki website khusus untuk LBH APIK Yogyakarta.
- e. LBH APIK diharapkan membuat program *community education* tentang KDRT untuk suami (lelaki).

3. Saran kepada peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian deskriptif kualitatif ini disarankan untuk peneliti selanjutnya bisa menerapkan pendekatan kuantitatif dengan responden LBH APIK yang lebih banyak.