



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Kampanye yang dikemas melalui *event* Musik Edukasi merupakan kampanye yang dilakukan oleh Asia Pulp and Paper (APP) Indonesia untuk mengedukasi dan memberikan informasi kepada khalayak sarasanya terkait isu yang menimpa industri mereka. Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti menarik kesimpulan bahwa strategi yang digunakan dalam kampanye ini adalah dengan menggunakan *special event* Musik Edukasi. Melalui *event* ini, APP menyampaikan pesan dan informasi terkait kertas, hutan, dan lingkungan kepada khalayak sarasanya, yaitu siswa SMP dan SMA dengan menggunakan *celebrity spoke person*, yaitu Noe Letto melalui pendekatan persuasif dan dialog interaktif.

Key message yang ingin disampaikan adalah bahwa kertas itu bermanfaat serta industri kertas tidak merusak hutan lindung dan konservasi karena mereka “memanen” pohon dari hutan industri sebagai penyedia bahan baku. *Goals* dan *objective* dari kampanye ini tercapai yaitu APP berhasil membuat target audiens *aware* dan teredukasi dengan pesan yang disampaikan. Melalui *event* ini pula, APP berhasil menarik ±10.000 siswa yang menjadi target audiens mereka dalam kampanye ini serta membuat beberapa sekolah ingin bekerja sama dengan APP dalam program-program yang terkait dengan lingkungan. *Exposure* media yang diperoleh juga sesuai dengan target yang diharapkan. Oleh karena itu, kampanye

PR melalui *event* Musik Edukasi ini dinilai berhasil dalam mengedukasi generasi muda, khususnya para siswa SMP dan SMA.

5.2 SARAN

5.2.1 Saran Akademis

Kampanye yang dilakukan sebagai bentuk komunikasi merupakan suatu program berkelanjutan dalam jangka waktu panjang, dan hasil dari setiap program dalam berkampanye tersebut juga akan terus mengalami perubahan secara dinamis. Untuk terus mengamati setiap perubahan hasil yang ada maka sebaiknya dilakukan penelitian evaluatif terhadap hasil dari program yang dilakukan.

5.2.2 Saran Praktis

1. Strategi dan taktik yang dijalankan oleh Asia Pulp and Paper (APP) Indonesia dalam melakukan kampanye melalui *special event* sudah baik. Akan lebih baik lagi, jika APP memaksimalkan *tools* yang tidak digunakan dalam kampanye ini seperti pemanfaatan *social media* untuk memaksimalkan publikasi.
2. Peneliti juga menyarankan APP untuk melakukan analisis situasi yang lebih mendalam dan sistematis dalam menyusun program kampanye yang akan dilakukan selanjutnya. Serta, melakukan evaluasi yang lebih dalam dan terperinci untuk melihat keberhasilan dan keefektifan pesan yang disampaikan dalam kampanye yang telah dijalankan ini.