



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Kalbe Ethical Customer Care (KECC), sebagai Divisi yang berfokus memberikan edukasi kesehatan kepada khalayak, menggunakan strategi proaktif, dengan strategi tindakan, dan dengan taktik pengadaan seminar awam atau *talk show* atau *health talk* sebagai strategi komunikasi edukasi, dengan menghadirkan dokter yang ahli di bidangnya sebagai komunikator. Selain seminar awam, *talk show*, dan *health talk*, saluran lainnya yang digunakan sebagai saluran edukasi adalah media *online* (Instagram, WhatsApp, Facebook, dan ZOOM Meeting), televisi, radio, dan buku. Media *online* mulai aktif digunakan sebagai saluran edukasi pada saat pandemi berlangsung. Penggunaan televisi dan radio dikhususkan pada hari-hari besar tertentu saja dikarenakan biayanya yang cukup mahal. Namun, akhir-akhir ini KECC menggunakan radio sebagai media penyampaian edukasi di luar hari-hari besar. Dalam menyusun strategi, KECC sudah melakukan pemetaan karakteristik berdasarkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi khalayak dalam penerimaan pesan. Faktor di luar edukasi yang menjadi bahan pertimbangan KECC dalam menyusun program edukasi adalah usia, jenis kelamin, karakteristik, dan kepemilikan media target audiensnya. Namun, pemetaan karakteristik tersebut belum dilakukan di semua wilayah yang menjadi jangkauan KECC. Selain faktor di luar pendidikan, KECC juga mempertimbangkan faktor-faktor yang berkaitan

dengan pendidikan, yaitu apakah audiens sudah pernah mendapatkan dan memahami informasi mengenai suatu penyakit, dan apakah mereka mengerti dengan bahasa medis. Hambatan pelaksanaan program terlihat pada kurangnya jumlah peserta yang mendaftar, yang disebabkan karena waktu pelaksanaan yang tidak tepat, bertepatan dengan hari libur.

Untuk melihat sejauh mana edukasi yang diberikan berpengaruh terhadap audiensnya, KECC melakukan *monitoring* dan evaluasi terhadap program yang sudah dijalankan. *Monitoring* untuk kategori pasien dilakukan dengan cara penyelenggaraan program edukasi secara periodik di suatu wilayah yang sama dan dengan mengadakan sesi *sharing* pasien. Sedangkan, *monitoring* yang dilakukan untuk audiens dengan kategori non pasien dilakukan dalam bentuk *call center*. Tujuan *monitoring* ini dilakukan adalah untuk melihat sejauh mana mereka paham akan informasi yang diberikan dan untuk menawarkan produk-produk suplemen dan nutrisi KECC. Dalam menyusun program yang baru, KECC menggunakan hasil evaluasi dari kegiatan-kegiatan tahun sebelumnya dan *data-baseline* sebagai acuan untuk membuat strategi program yang baru. Apabila ditinjau dari model KAP, tahapan dan strategi yang diterapkan dan digunakan oleh KECC ini mungkin dapat mencapai hasil perubahan perilaku yang diharapkan oleh KECC.

## **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian yang diperoleh, peneliti menuliskan saran praktis dan saran akademis terkait dengan strategi komunikasi yang dilakukan KECC dalam memberikan edukasi pada khalayak, yaitu sebagai berikut.

### **5.2.1 Saran Akademis**

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini menjadi penelitian kuantitatif yang berfokus pada *receiver* atau efek komunikasi, dari strategi komunikasi yang digunakan oleh KECC.

### **5.2.2 Saran Praktis**

1. Dalam menentukan strategi menggunakan pemetaan karakteristik masyarakat, seharusnya KECC menerapkan pemetaan tersebut pada seluruh wilayah yang dijangkau oleh KECC. Meskipun tidak menjadi hambatan, namun akan lebih baik lagi apabila KECC melakukan pemetaan karakteristik masyarakat Kota Medan untuk melihat kemungkinan adanya faktor budaya, nilai, lingkungan, kepercayaan, atau edukasi yang dapat memengaruhi penerimaan informasi khalayaknya.
2. Dalam memberikan edukasi, sebaiknya KECC memanfaatkan radio sebagai saluran edukasi lebih banyak lagi untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas, yang belum mengetahui keberadaan KECC. Juga akan lebih baik apabila KECC dalam menetapkan waktu pelaksanaan tidak berdekatan dengan hari-hari besar.