



### **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

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Yayasan Cinta Anak Bangsa dalam proses pelaksanaan kampanyenya telah menerapkan strategi *mass campaign*. Strategi ini kemudian diturunkan ke dalam taktik kampanye yang terbagi atas dua jenis yakni luring dan daring. Pelaksanaan kampanye luring dilakukan dengan melakukan sosialisasi dari sekolah ke sekolah dan dilanjutkan dengan kampanye daring dengan memberikan tantangan di media sosial instagram sebagai langkah penerapan materi yang telah dipaparkan sebelumnya. Taktik daring dan luring ini kemudian kembali diwujudkan dalam acara puncak yang bertajuk *Campaign Day Out* yang merupakan acara terakhir untuk melatih 100 siswa-siswi terpilih untuk menjadi Duta *Think Before You Share*.

#### 5.2 Saran

##### 5.2.1 Saran Bagi Akademis

Untuk penelitian yang selanjutnya mengenai kampanye public relations dapat menggali kampanye tidak hanya dengan metodologi kualitatif, namun bisa juga dengan metode kuantitatif. Melalui metode

kuantitatif kedepannya penelitian terkait kampanye dapat di elaborasi dalam mengukur keberhasilan kampanye untuk mencapai hasil yang maksimal.

### 5.2.2 **Saran Bagi Praktis**

- Pada keseluruhan proses pelaksanaan kampanye tersebut, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh YCAB yakni proses penetapan tujuan, penguatan strategi yang dipilih, pengembangan sumber daya manusia, peranan *media relations*, dan pendalaman evaluasi.
- Dalam pelaksanaan kampanye kedepannya, megacu kepada sebuah teori mengenai kampanye menjadi hal dasar yang perlu dilakukan untuk menjadi modal dasar pelaksanaan kampanye.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA