

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pengolahan hasil penelitian, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam strategi kampanye *Public Relations Stop KBGO* yang dilakukan oleh ICT Watch, terdapat tahapan perencanaan kampanye seperti riset, penentuan maksud dan objektif, tujuan, objektif, strategi atau taktik, dan yang terakhir adalah evaluasi dan tinjauan. Selain itu, terdapat beberapa peranan *Public Relations* dalam strategi kampanye yang telah dianalisis melalui konsep PENCILS yaitu *publication, events, news, community involvement, image, lobbying, dan social responsibility*. Melalui konsep tahapan perencanaan *Public Relations* dan juga konsep PENCILS, ICT Watch Indonesia memiliki tujuan yang jelas dalam menyelenggarakan kampanye PR isu KBGO. Berdasarkan tahapan perencanaan, ICT Watch melakukan kegiatan riset, penentuan maksud dan objektif, tujuan, dan menerapkan strategi serta taktik. Kegiatan riset ini dilakukan melalui survei dalam *Channel Whatsapp* resmi milik ICT Watch Indonesia, kemudian penentuan maksud dan objektif yang disesuaikan dengan visi misi organisasi sehingga KBGO menjadi fokus kampanye saat ini. Kemudian, tujuan dari kampanye ICT Watch mengatasi kasus KBGO adalah agar masyarakat dapat teredukasi untuk menjaga keamanan diri dalam menggunakan internet saat ini, khususnya masyarakat rentan yaitu perempuan. Beberapa hambatan juga dialami oleh ICT Watch seperti kekurangan SDM, anggaran, keterbatasan teknologi masyarakat, dan hambatan lainnya.
2. Kesimpulan dari hasil penelitian selanjutnya adalah, strategi dan taktik kampanye yang digunakan adalah kampanye PR Stop KBGO melalui

program *road to campus*. Di dalam penerapan konsep PR, ICT Watch melakukan kegiatan publikasi, acara program yang berlangsung, pembuatan modul, bekerjasama dengan pihak komunitas dan pemerintah, ingin menciptakan cira positif, serta melakukan kegiatan negoisasi dengan lembaga dan *platform* media sosial lainnya. Organisasi ICT Watch Indonesia belum melakukan evaluasi terhadap program kampanye Stop KBGO yang berlangsung, karena ICT Watch belum pernah melakukan pengukuran terhadap program yang dilakukan dan juga program sedang berlangsung. Terakhir, ICT Watch Indonesia tidak melakukan kegiatan CSR karena organisasi ini termasuk lembaga *non-profit* dan LSM, yang memiliki fokus pelayanan untuk masyarakat dan publik, sehingga tidak memiliki tanggung jawab sosial karena sudah menjadi bagian dari organisasi.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti telah menemukan beberapa saran yang dapat diimplementasikan pada penelitian selanjutnya dan kepada organisasi ICT Watch Indonesia. Berikut saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

5.2.1 Saran Akademis

Pada penelitian selanjutnya yang membahas topik mengenai strategi ICT Watch dalam mengatasi kasus KBGO, penelitian dapat dilakukan di ruang lingkup yang berbeda dan lebih luas. Hal ini dilakukan agar penelitian selanjutnya menemukan kebaruaran, terutama melalui penggunaan metode dalam penelitian, sehingga dapat mengangkat topik dari sudut pandang yang berbeda. Agar penelitian selanjutnya dapat lebih komperhensif, peneliti menyarankan penelitian menggunakan metode kuantitatif. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian selanjutnya dapat digunakan untuk membantu mengukur keefektifan atau keberhasilan strategi kampanye PR yang dilakukan ICT Watch saat ini untuk membantu kasus KBGO.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, ICT Watch Indonesia sudah menerapkan beberapa tahapan perencanaan kampanye PR dan melakukan beberapa fungsi atau peran *Public Relations* dalam kegiatan kampanye KBGO ini. Namun, dalam beberapa tahapan perencanaan dan peranan PR, ICT Watch masih belum menerapkan hal tersebut sesuai dengan teori yang digunakan oleh peneliti. ICT Watch Indonesia belum menjalankan tahap objektif dan evaluasi. Hingga saat ini, ICT Watch sendiri belum pernah mengukur strategi kampanye PR yang digunakan dalam membantu kasus KBGO, dan tingkat keberhasilan kampanye di kalangan masyarakat belum diketahui. Beberapa kendala juga dialami seperti sumber daya manusia, anggaran, dan perubahan informasi yang cepat. Maka dari itu, peneliti ingin memberikan saran bagi organisasi ICT Watch Indonesia:

1. Menerapkan tahapan objektif dan evaluasi, sehingga pesan yang disampaikan dalam kampanye terstruktur dan selaras. Kemudian evaluasi sangat penting dilakukan, sehingga ICT Watch dapat melihat apakah strategi dan taktik yang digunakan saat ini efektif dan berhasil di kalangan masyarakat.
2. Menambah sumber daya manusia atau anggota dalam organisasi, agar segala kegiatan kampanye PR yang dilakukan dapat lebih terorganisir, dan mencapai tujuan perusahaan.