

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Keseluruhan Kampanye counting down telah sesuai dengan perencanaan. Pada umumnya menurut pihak penyelenggara dari mulai membuat perencanaan sampai pelaksanaan tidak banyak kendala dan mampu memenuhi tujuan di buat nya kampanye counting down menjelang PON XIX 2016.
2. perencanaan yang disusun oleh panitia penyelenggara yaitu Bidang Penyiaran dan Pelayan Media cukup konkorit dan rinci, dimulai dari identifikasi masalah, penyusunan tujuan, penetapan tema kampanye, menyusun sumber daya manusia yang terlibat, mengalokasikan waktu yang akan ditempuh, dan menentukan isi pesan serta melakukan sleksi media. Menurut peneliti serangkaian dari perencanaan tersebut tergolong detail dan sesuai dengan aspek-aspek perencanaan. Walaupun di tahap identifikasi masalah kurang fokus.
3. Pada tahap pelaksanaan kampanye sendiri startegi komunikasinya yaitu dengan melakukan roadshow ke beberapa tempat untuk menyebarluaskan mengenai PON XIX 2016, dimana dalam pelaksanaan materi pesannya yaitu mengenai Jawa Barat sebagai tuan tumah PON, mewujudkan Catur Sukses dan mendukung terciptanya eknomomi kerakyatan.

Selain itu media yang dipergunakan dalam pelaksanaan kampanye counting down menjelang PON XIX 2016 terbukti cukup efektif. Dimana media massa menjadi media utama dalam penyebaran informasi. Waktu pelaksanaan kampanye counting down sendiri dilaksanakan per 100 hari menjelang pelaksanaan PON, dimulai dari 999 hari menuju PON XIX 2016 sampai 444 hari menjelang PON XIX 2016 selain

itu masi ada 3 kali pelaksanaan counting dow ini sampai pada akhirnya yaitu 111 Pelaksanaan PON.

Publik kampanye itu sendiri difokuskan kepada publik internal dan eksternal Provinsi Jawa Barat.

4. Pada tahap evaluasi sendiri panitia penyelenggara counting down yaitu Bidang PPM selalu melakukan evaluasi dari 3 sisi yaitu, evaluasi secara formatif, evaluasi secara proses dan evaluasi secara efek.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan penelitian yang telah dilakukan berkenaan dengan pelaksanaan kampanye counting down menjelang PON XIX 2016, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

1. Pada tahap perencanaan kampanye counting down PON XIX 2016 sudah cukup terencana, namun ada sedikit kekurangan yaitu kurang detail pada saat merencanakan tempat dan waktu yang akan diselenggarakan acara.
2. Pada tahap pelaksanaan kegiatan – kegiatan Kampanye yang akan dilaksanakan sebaiknya dibuat event yang berbeda-beda agar khlayak sasaran tidak merasa bosan dengan apa yang disuguhkan, sedangkan untuk saluran kampanye yang digunakan sebaiknya lebih diseleksi lagi agar terukur keefektifannya.
3. Penggunaan komunikator yang sama dalam setiap eventnya lebih di perbanyak dan waktu untuk menyampaikan pesannya lebih lama lagi, mungkin untuk pelaksanaan selanjutnya dapat dipertimbangkan kemabli.

4. Untuk pengemasan pesan sendiri kurang dikempangkan, materi pesan hanya berupa informasi mengenai PON XIX 2016, pengemasan pesan kurang membujuk masyarakat untuk aware terhadap kegiatan PON XIX 2016.
5. Untuk bisa menghasilkan suatu kampanye yang maksimal maka harus diperhatikan juga pengalokasian dana dan sumber daya manusia yang terlibat agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

5.2.2 Saran teoritis

1. Untuk mengembangkan secara teori, penulis menyarankan untuk peneliti selanjutnya yang tertarik kepada pembahasan mengenai kampanye dapat melakukan penelitian dalam perspektif lebih luas atau dengan kata lain berkelanjutan dari penelitian ini.
2. Untuk bisa mengetahui apakah kampanye yang dilaksanakan sesuai yang direncanakan dan telah berjalan dengan yang diharapkan, serta untuk jangka panjangnya akhir dari kampanye counting down ini adalah sesuai dengan tujuan.