

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini dilakukan berdasarkan permasalahan mengenai kurangnya tingkat kesadaran masyarakat akan isu-isu perempuan yang ada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui audit komunikasi yang tepat dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan isu-isu sosial yang berkaitan dengan perempuan khususnya pada kasus kekerasan seksual.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan serangkaian pengumpulan serta pengolahan data, maka ditarik beberapa kesimpulan, diantaranya:

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan, dihasilkan dua faktor utama yaitu faktor internal dan faktor eksternal yang dimana faktor internal meliputi (*strength* dan *weakness*) dan eksternal yang meliputi (*opportunity* dan *threats*). Pada hasil analisis matriks IFE dihasilkan 5 kekuatan dan 4 kelemahan dimana bobot tertinggi terdapat pada faktor kreatifitas *branding* yang menarik sebagai kekuatan utama sedangkan pada faktor kelemahan terdapat pada proses pendistribusian pesan yang lama. Selanjutnya pada hasil matriks EFE dihasilkan 3 peluang dan 3 ancaman dimana diantara faktor tersebut bobot tertinggi yaitu pada indikator proses kampanye yang dilakukan

secara *online* dan banyaknya pembentukan kolaborasi yang dilakukan dengan pihak luar. Selanjutnya hasil analisis matriks SPACE menunjukkan bahwa strategi yang cocok digunakan oleh komunitas Girl Up yaitu dengan strategi agresif dimana Girl Up Semarang berada diposisi yang baik untuk memanfaatkan faktor internal mereka untuk memanfaatkan peluang eksternal.

Simpulan akhir yang didapat oleh peneliti terkait strategi audit komunikasi yang dibangun oleh Girl Up Semarang secara menyeluruh telah berjalan dengan baik, mulai dari perencanaan, manajemen terkait sumber daya hingga eksekusi kampanye itu sendiri telah berjalan dengan baik dengan menyusun berbagai program yang tidak hanya melibatkan organisasi namun juga target audiens mereka, namun pada tahap akhir pada proses evaluasi Girl Up Semarang masih kurang dalam melakukan evaluasi mendalam pada setiap kampanye mereka, evaluasi hanya dilakukan secara besar dan tidak ada evaluasi mendetail terkait kinerja antar divisi maupun anggota dari tiap-tiap divisi tersebut.

## **5.2 Saran**

- a.** Melakukan riset mendalam dan lebih detail terkait tema kampanye yang akan dilaksanakan nantinya, sehingga materi, dan informasi akan tersampaikan dengan baik dan secara menyeluruh untuk mengurahi kesalahpahaman target audiens.

- b.** Lebih konsisten dalam mencamtumkan narasumber pada setiap postingan terkait informasi maupun pesan yang di distribusikan melalui media sosial, dengan tujuan untuk membangun kepercayaan audiens akan setiap informasi yang mereka terima dan menjaga kredibilitas informasi dari Girl Up Semarang itu sendiri.
- c.** Lebih konsisten dalam menggugah konten-koten dan informasi terkait isu-isu yang ada.
- d.** Perlu adanya evaluasi secara mendalam setiap berakhirnya *event* atau sosialisasi yang dilakukan, tidak hanya dalam lingkup besar namun perlu adanya evaluasi mendetail antar divisi dan masing-masing anggota.

### **5.3 Rekomendasi**

- a.** Peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis dapat melakukan penelitian mengenai audit komunikasi dalam perspektif peserta sosialisasi, dengan memfokuskan bagaimana suatu informasi dapat diterima oleh peserta.
- b.** Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan audit komunikasi dapat dilakukan bagaimana berjalannya suatu komunikasi internal dalam perusahaan, dengan memberikan perspektif yang dapat diberikan oleh divisi-divisi lain dalam internal Girl Up Semarang terhadap kinerja setiap divisi mengenai proses kampanye yang dilakukan oleh Girl Up Semarang.