

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kegiatan kampanye "*Coin Collecting Day*" YCAC menjadi salah satu kegiatan yang terus dikembangkan, YCAC berupaya untuk terus menerus meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap pendidikan anak yang kurang mampu di Yogyakarta. Kegiatan *social marketing* melalui beberapa tahapan diantaranya adalah perencanaan, implementasi, dan evaluasi.

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dijelaskan pada BAB I, maka peneliti dapat menarik kesimpulan terkait dengan strategi *social marketing* yang dilakukan oleh YCAC melalui kampanye "*Coin Collecting Day*" pada tahun 2010-2016 sebagai berikut:

1. Dalam perencanaan kampanye CAC membuat konten kampanye menggunakan foto-foto adik asuh sebagai konten yang dapat menarik donatur.
2. Pelaksanaan kampanye dilakukan secara serentak dengan mengupload konten ke semua media sosial CAC
3. Divisi event dalam melakukan kegiatan *social marketing* yang dilakukan oleh CAC dalam melaksanakan kampanye "*Coin Collecting Day*" menggunakan 2 strategi yaitu strategi dua arah dan strategi bermedia. Strategi menggunakan dua arah yang bertatap muka langsung dengan melakukan *roadshow* ke

sekolah-sekolah dan univesitas. Media tatap muka cukup efektif karena terjadi proses komunikasi secara langsung tentang kepedulian dengan adik-adik yang kurang mampu. Sedangkan strategi bermedia sangat efektif dapat langsung menjangkau seluruh masyarakat.

4. Strategi kampanye *social marketing* yang dilakukan oleh CAC sesuai dengan teori pelaksanaan *social marketing*, namun ada dua tahap yang tidak dilakukan yaitu skala waktu dan sumber daya. EH Jogja menganggap hal tersebut belum perlu dilakukan karena EH Jogja masuk ke dalam kategori organisasi *non profit*.

B. Saran

1. Pada elemen media promosi CAC mengalami keterbatasan dalam masalah keuangan, karena memang CAC adalah organisasi non-profit yang tidak memiliki anggaran pasti. Seharusnya divisi keuangan dan administrasi perlu membangun kerjasama dengan media periklanan seperti televisi, radio, dan koran untuk dapat membantu pengeluaran dibidang iklan tidak besar.
2. Perlu adanya monitoring atau seleksi terhadap volunteer baru agar berdampak pada tingkat sdm yang lebih baik dalam membangun organisasi yang lebih baik kedepannya. Dan dengan harapan volunteer yang sudah bergabung tidak menghilang begitu saja setelah bergabung dengan CAC.

3. Pada tahap perencanaan, sebaiknya CAC perlu memeberikan ide-ide baru untuk kampanye yang baru agar lebih beda dari kampanye sebelumnya dan lebih banyak menarik perhatian khalayak yang lebih banyak.