

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Evaluasi strategi kampanye “Lewat Nada Bicara Keberagaman, Kesetaraan, Keberpihakan Perempuan dan Anak” Komunitas Nada Bicara, telah berjalan baik dan lancar. Dalam pelaksanaannya bahwa fokus utama program kampanye ini berjalan untuk menghapuskan segala kekerasan yang terjadi pada perempuan dan anak. Oleh sebab itu, kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian Evaluasi Strategi Kampanye Komunitas Nada Bicara Jogja dalam Kampanye “Lewat Nada Bicara Keberagaman, Kesetaraan, Keberpihakan pada Perempuan dan Anak”, dengan menggunakan model evaluasi PII dapat disimpulkan sebagai berikut :

Pada awal yaitu tahap persiapan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Komunitas Nada Bicara Jogja telah melaksanakan proses perencanaan program dengan menggunakan tahapan yang tepat sesuai dengan model tahap persiapan dalam model evaluasi PII. Namun ada beberapa tahapan yang kurang terpenuhi oleh Komunitas Nada Bicara, seperti perencanaan waktu untuk pelaksanaan program yang belum dilakukan, sistem pendanaan yang belum terorganisir dengan baik, kurangnya penyebaran kepada media konvensional, dan sedikitnya penyebaran kampanye di sekolah. Namun secara keseluruhan Komunitas Nada Bicara sudah sangat baik dalam menjalankan tahap persiapan. Dalam

hal ini, Nada Bicara mempunyai banyak cara tersendiri untuk menutup beberapa kekurangan yang ada pada tahap persiapan, seperti dalam pendanaan yang selalu mereka usahakan agar dapat bergotong royong dan guyub untuk menumbuhkan rasa kekeluargaan dalam menjalankan komunitas. Selanjutnya mengenai sasaran latar belakang khalayaknya pun Komunitas Nada Bicara sudah tepat dalam menentukannya, sehingga tujuan dari pelaksanaan program kampanye untuk menghapuskan segala kekerasan dapat dijalankan dengan baik.

Komunitas Nada Bicara mempunyai beberapa pedoman serta prinsip tersendiri dalam menjalankan pelaksanaan kegiatan yang telah mereka rencanakan, baik dari pelaksanaan program, publikasi, dokumentasi, dan kerjasama kepada media. Memang selama terbentuknya Komunitas Nada Bicara mereka kurang luas dalam diberitakan oleh media karena fokus untuk penyebaran publikasi media baru direncanakan dan akan dilaksanakan pada tahun ini, inilah penyebab mengapa mereka kurang dikenal oleh masyarakat luas, terutama di Yogyakarta itu sendiri. Selanjutnya dalam pelaksanaan peneliti menemukan kurangnya Komunitas Nada Bicara dalam melaksanakan penyebaran kampanye di sekolah, terhitung hanya UGM yang telah menjadi partner dalam penyebaran kampanyenya, seharusnya, menurut peneliti kampanye yang dilaksanakan di sekolah lebih banyak dilakukan, mengingat target sasaran Komunitas Nada Bicara adalah anak-anak dan remaja, untungnya mereka masih

mempunyai program kampanye Ruang Ekspresi Anak untuk penyebaran kampanye kepada anak-anak dan remaja.

Selanjutnya dalam tahapan Input ada beberapa temuan penting yang ditemukan oleh peneliti yaitu, hasil wawancara dengan responden yang bernama Feri, sejauh ini ia tidak mengerti mengenai arti kekerasan yang sebenarnya, dengan mengikuti kampanye yang diselenggarakan oleh Komunitas Nada Bicara menjadikan dirinya memahami betul apa makna dari kekerasan itu. Dalam model evaluasi PII tingkatan input (riset formatif), hal ini dapat melihat apa yang diketahui, dipikirkan dan dirasakan oleh audien sasaran dalam mengikuti kampanye Komunitas Nada Bicara. Sedangkan dalam melihat ketepatan medium yang dipilih oleh Komunitas Nada Bicara, peneliti menilai sudahlah sangat tepat, karena alasan mereka memilih medium musik yaitu dapat menyentuh ruang personal dan spiritual manusia, lebih cair, egaliter, dan diterima oleh semua kalangan. Selanjutnya dalam melihat kualitas presentasi pesan yang dibungkus oleh Komunitas Nada Bicara sudahlah sangat baik, mengingat dalam pelaksanaan kampanyenya Komunitas Nada Bicara selalu dapat menyesuaikan presentasi kampanye yang mereka persiapkan, melihat segmentasi dan khalayak yang akan mereka tuju.

Sedangkan dalam tahapan output “bagaimana pesan dikirim”, Nada Bicara sejauh ini lebih sering penyebaran pesan kampanyenya dilakukan dalam media sosial mereka, namun terkadang mereka melakukan media partner dengan beberapa media konvensional jika skala program

kampanyenya lebih besar. Sedangkan dari tahun 2015 ada 10 pemberitaan online dan 2 berita cetak yang telah naik redaksi. Program Kopyarkustik di Youth Center adalah salah satu program tersukses yang dilaksanakan oleh Komunitas Nada Bicara karena dapat diikuti oleh 200 peserta anak motor. Dalam penyebaran kampanyenya Nada Bicara lebih sering menggunakan media Instagram, terhitung hingga tanggal 8 Agustus 2018 sudah terdapat 271 postingan, dalam hal ini melihat tahapan bagaimana pesan yang ada di media. Namun pesan yang dikirim dalam lingkup sekolah sangatlah sedikit dilakukan oleh Komunitas Nada Bicara, terhitung hanya 3 penyebarannya, itupun hanya di UGM. Sedangkan dalam target sasaran kehadiran peserta kampanye belum ditentukan oleh Komunitas Nada Bicara, sehingga dalam melihat bagaimana orang yang menerima pesan belum dapat dilihat dengan pasti.

Dampak yang dapat dilihat dari pelaksanaan program kampanye adalah melalui opini para peserta mengenai tingkat pemahamannya terkait penyampaian pesan yang diberikan oleh Komunitas Nada Bicara. Hasil yang didapat dari 6 informan/responden adalah, para peserta merasa mendapatkan manfaat dan pengetahuan baru saat pelaksanaan program kampanye dilaksanakan, sehingga keberadaan Komunitas Nada Bicara dirasa mampu memberikan dampak yang baik kepada masyarakat, walaupun ada salah satu peserta yang kurang sependapat atas apa yang diberikan oleh Komunitas Nada Bicara. Namun ke 6 informan tersebut mampu menjawab pertanyaan yang peneliti berikan dengan baik dan

mampu memahami pesan yang disampaikan oleh Komunitas Nada Bicara Jogja.

Dalam menjalankan kampanyenya Komunitas Nada Bicara mendapatkan adanya faktor penghambat serta pendukung kampanye. Menurut Komunitas Nada Bicara faktor penghambat terbesar adalah orang-orang yang memiliki pola pikir konservatif dan fundamentalis, cara berfikir yang seperti ini terkadang tidak mau menerima apa yang disampaikan Komunitas Nada Bicara untuk menghapuskan kekerasan pada perempuan dan anak, karena biasanya pola pikir tersebut sudah terkonstruksi sejak sekian lama di dalam dirinya dan untuk membongkarnya tidak dapat dengan mudah. Sedangkan faktor pendukung kampanye terbesar adalah *support* dari teman-teman jaringan, komunitas, lembaga, pemerintah, dan dengan adanya sosial media.

B. Saran

Ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada Komunitas Nada Bicara Jogja agar dalam melaksanakan program kampanye dapat lebih baik.

Saran meliputi :

1. Perlunya indikator keberhasilan dalam melaksanakan program yang dijalankan. Sehingga perkembangan pada setiap pelaksanaan program kampanye dapat dilihat, tidak hanya diketahui dari testimoni dan jumlah kehadiran dari peserta kampanye saja.

2. Perlunya monitoring dalam setiap pelaksanaan program kampanye “Lewat Nada Bicara Keberagaman, Kesetaraan, Keberpihakan pada Perempuan dan Anak”.
3. Evaluasi program agar dilakukan lebih tertata dan ditulis agar arsip dapat dipunyai serta dapat dilihat kembali untuk program kedepannya untuk pelaksanaan yang lebih baik lagi.
4. Mulailah merambah pada media sosial Youtube, karena dengan menggunakan media Youtube, Komunitas Nada Bicara dalam menyampaikan videonya tidak terbatas oleh durasi waktu, selanjutnya dikarenakan Youtube adalah salah satu media yang sedang diminati oleh banyak khalayak luas.
5. Membuat konten media sosial seperti Instagram dan Facebook yang lebih menarik lagi, seperti penulisan *caption* yang lebih dapat menumbuhkan rasa dan minat peserta agar ingin mengikuti program kampanye Komunitas Nada Bicara.
6. Konten Wordpress diurus kembali. Tujuannya adalah jika media partner, NGO atau siapapun yang ingin bekerjasama dengan Nada Bicara agar melihat *track record* pelaksanaan program kampanye secara lengkap di Wordpress tersebut.
7. Mengenai data rekapan yang ada untuk kedepannya perlu diperhatikan lagi dalam kelengkapan data yang dimiliki. Hal tersebut seperti pencatatan jadwal kegiatan yang dilaksanakan, jumlah dokumentasi kegiatan, jumlah kehadiran peserta dan lain-lain.

8. Penyebaran kegiatan program lebih banyak dilakukan kembali, terutama menuju pelaksanaannya di tempat sekolah, mengingat Komunitas Nada Bicara khalayak sasaran utama adalah anak-anak dan remaja.
9. Perlunya menjalin hubungan yang lebih luas dan baik lagi dengan beberapa media, agar kedepannya pemberitaan positif Komunitas Nada Bicara dapat tersebar dengan luas.