

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data dan fakta yang diperoleh, banyak siswa-siswi yang duduk di kelas 4-6 Sekolah Dasar yang bertindak tidak jujur dengan menyontek PR dan juga pada saat ulangan. Mereka juga tidak mengetahui akibat buruk dan dampak-dampak negatif dari menyontek, seperti kurangnya rasa percaya akan kemampuan diri sendiri, dan kemampuan yang tidak maksimal. Bahkan jika terus menerus menyontek, maka akan memicu tindak plagiarism, dan akibat paling berbahaya dari menyontek ialah korupsi. Selain itu, orang tua mereka kebanyakan tidak paham akan bahaya dari menyontek bagi masa depan anak mereka, sehingga anak yang menyontek dibiarkan saja tanpa dicari solusinya.

Diperlukan upaya untuk menanamkan sifat kejujuran, dan upaya tersebut dapat diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya menghilangkan kebiasaan menyontek. Upaya tersebut diwujudkan dalam kampanye ‘Aku Bukan Penyontek’.

Kampanye dilakukan dalam tiga tahap, yaitu *conditioning*, *informing*, dan *reminding*. Tahap *conditioning*, kampanye lebih diarahkan untuk menarik perhatian, sekaligus memberi sedikit informasi mengenai akibat menyontek serta cara agar tidak menyontek lagi melalui cerita yang dibuat dalam bentuk 6 poster serial yang ditempel di 4 Sekolah Dasar. Tahap kedua ialah *informing*, dilakukan dalam bentuk roadshow yang diadakan di 4 Sekolah Dasar yang ada di kota Bandung. Dalam talkshow ini akan ada penjelasan lebih lanjut mengenai menyontek, akibat dari menyontek, cara mengatasinya, dsb. Orang tua juga diundang hadir karena ada sesi khusus untuk orang tua. Tahap ketiga berupa *event* dimana target diajak langsung mempraktekkan kejujuran, berinteraksi, dan bermain. Mereka juga akan melakukan janji bersama-sama untuk tidak menyontek lagi dan menerbangkannya menggunakan balon. Diharapkan event ini dapat menjadi pengingat bagi target sasaran untuk selalu bertindak jujur.

5.2 Saran

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan, penulis akan mencoba untuk memberikan saran yang mungkin akan berguna dalam melakukan kampanye, yaitu melakukan riset terlebih dahulu untuk dapat mengerti dengan baik permasalahan yang ada. Setelah itu buatlah kerangka berpikir dan juga timeline yang jelas untuk mendukung kelancaran kampanye yang akan dibuat. Pemilihan media juga harus diperhatikan karena jika tidak benar dalam memilih media, maka akan mengeluarkan biaya yang lebih besar. Pilih media yang efektif.

Selain itu, apabila targetnya anak-anak, maka media kampanyenya pun berbeda dengan target kampanye untuk remaja ataupun orang dewasa. Untuk anak-anak harus ada acara atau event yang membuat mereka terlibat sehingga memudahkan mereka untuk mengingat kampanye yang dilakukan.