

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kuesioner, data dan fakta yang didapat, dapat disimpulkan yaitu masih ada kesenjangan pendidikan antara laki-laki dan perempuan terutama di jenjang SMP keatas. Adanya mitos dan anggapan bahwa pendidikan laki-laki lebih penting dari perempuan, orang tua kurang peduli dengan pendidikan anaknya. Hal-hal tersebut dapat memengaruhi siswi untuk mencapai cita-citanya dan terkadang membuat merasa minder dengan cita-citanya sendiri.

Diperlukan upaya untuk memotivasi siswi SMA agar mereka lebih percaya diri, optimis, dan semangat mengejar cita-citanya. Tujuannya untuk memotivasi bahwa di dalam kehidupan dibutuhkan kerja keras untuk meraihnya, Dalam proses meraih cita-cita dibutuhkan mimpi dan tindakan. Upaya untuk menanamkan percaya diri dalam diri perempuan diwujudkan dalam kampanye “*What If?*”.

Kampanye dilakukan dalam 3 tahap yaitu *awareness*, *informing*, *conditioning*, dan *reminding*. Tahap *awareness* dilakukan dengan menempelkan poster berseri ke beberapa sekolah, pemasangan umbul-umbul dan melalui media sosial. Tahap *informing* dilakukan dengan menempel poster *informing* ke beberapa sekolah, media sosial, umbul-umbul, *x-banner*, pembagian tiket *event* ke sekolah-sekolah dan mulai dibuka pendaftaran. Tahap *reminding* dengan menyelenggarakan *event* sekaligus memperingati hari perempuan internasional, pembagian *booklet* berisi kumpulan cerita anak muda Indonesia yang inspiratif-inovatif dan pembagian *gimmick*. Diharapkan pembagian *booklet* dalam *event* ini menjadi pengingat target sasaran untuk tidak cepat menyerah, selalu optimis dan dapat menggapai cita-cita yang mereka inginkan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis, saran yang akan penulis sampaikan jika ingin melakukan kampanye yaitu pertama harus melakukan riset dahulu agar bisa tahu permasalahan yang sedang terjadi di masyarakat saat itu, lalu mulai buat *timeline* agar tahapan kampanye tersusun rapih dan jelas agar kampanye bisa berjalan lancar. Kemudian pililah media yang tepat, media tidak harus banyak macamnya, yang penting media yang dipilih tepat sasaran. Susun *budgeting* yang masuk akal, tidak terlalu mahal/murah sehingga kampanye dapat dilaksanakan *real*. Sesuaikan juga *event* yang akan diadakan dengan usia target agar kampanye menjadi lebih efektif.