

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data yang berjumlah tujuh berita pada ketiga media kuasakata.com, jawapos.id, dan jatengnews.id pada periode tahun 2019-2022 yang telah disajikan dan dianalisis. Hasil analisis tersebut dapat diuraikan yakni pada kegiatan kampanye “Semarang Hebat” yang dilaksanakan oleh Walikota Semarang yakni Hendar Prihadi yang diunggah pada media kuasakata.com, jawapos.id, dan jatengnews.id memenuhi kriteria 7c pada strategi kampanye *public relations*. Hal tersebut dikarenakan terdapat 5 unsur 7c yang ditemukan pada berita yang berkaitan dengan tagline “semarang hebat” yang diunggah oleh kuasakata.com, jawapos.id, dan jatengnews.id yakni pada unsur *credibility, content, context, channels, dan capability of the audience*. Hal tersebut memberikan kesimpulan bahwa pelaksanaan kampanye dengan menggunakan tagline “semarang hebat” mengalami keberhasilan dalam penggunaan strategi kampanye *public relations*.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan. Peneliti mengusulkan saran kepada media *online* dalam mengaplikasikan strategi kampanye *public relations*. Saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut.

- 1) A. Kepada media Kuasakata.com, Jawapos.id, dan Jatengnews.id.

Strategi kampanye yang dilakukan pada suatu berita sudah menerapkan unsur 7C, namun dalam penerapan tersebut masih terdapat beberapa berita yang belum memenuhi unsur 7C dalam suatu kampanye. Hal tersebut dapat mengakibatkan pesan pada kampanye yang hendak disampaikan tidak dapat menjangkau ke seluruh masyarakat. Oleh karena itu, pihak media [kuasakata.com](http://kuasakata.com) dan [jatengnews.id](http://jatengnews.id) dapat menjalankan semua unsur 7C pada strategi kampanye *public relation* agar kampanye yang hendak dilaksanakan dapat berjalan secara efektif.

## 2. Saran Akademis

Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya terkait dengan penggunaan strategi kampanye “Semarang Hebat” yang dilakukan pada media *online* dapat diperluas, tidak hanya pada media *online* lokal saja melainkan media *online* secara lebih luas. Hal tersebut diharapkan berita terkait kampanye dapat memberikan informasi kepada masyarakat serta efek yang terjadi jika kampanye tersebut berhasil dilakukan.