

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil peneliti pada proses pengambilan gambar secara langsung di Studio TA TV, dari pengamatan peneliti pada 6 episode program acara UNS Menyapa di TA TV, dan dari hasil wawancara peneliti dengan host acara sekaligus kepala Humas UNS, produser talkshow UNS Menyapa, dan khalayak yang menonton program acara UNS Menyapa, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

A. Kesimpulan

Program acara UNS Menyapa dapat dikategorikan sebagai kegiatan kampanye komunikasi. Seperti kegiatan kampanye komunikasi lainnya yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, penayangan program acara UNS Menyapa ini juga mengharapkan adanya efek tertentu pada masyarakat atau dengan kata lain memiliki tujuan tertentu terhadap masyarakat. Dalam program acara UNS Menyapa ini, UNS berkeinginan supaya masyarakat semakin mengenal UNS dan keunggulan yang dimiliki UNS. Apalagi pada tahun 2007 sampai 2015 UNS sedang merintis dan mempersiapkan menuju *world class university*.

Program acara UNS Menyapa ini melalui proses perencanaan pula. Proses perencanaan ini dimulai dari pendefinisian masalah oleh UNS. Dalam pendefinisian masalah ini kepala Humas UNS memperoleh pendefinisian permasalahan awal ini dari diskusi dengan informan kunci yaitu dari panitia

SPMB dan kemudian mendefinisikan permasalahan awal ini adalah penurunan minat SPMB.

Kemudian dalam tahap perencanaan dan pemrograman, pernyataan masalah tersebut mendasari pemilihan solusi, penetapan tujuan dan sasaran dalam solusi program yang dipilih. Selanjutnya, sebagai solusi dari masalah penurunan peminat SPMB yang dihadapi dirancanglah kegiatan komunikasi untuk mensosialisasikan UNS dan keunggulannya. Kegiatan ini kemudian dikemas melalui program acara UNS Menyapa di TA TV. Pemilihan program acara ini sebagai solusi karena melalui program acara ini masyarakat akan lebih banyak mendapat informasi. Keinginan untuk mensosialisasikan UNS dan keunggulannya ini kemudian mendasari tujuan dan sasaran dalam program acara UNS Menyapa. Dalam tahap perencanaan dan pemrograman ini dapat dilihat bahwa tujuan dan sasaran program acara UNS Menyapa ini berkaitan dengan peningkatan pemahaman masyarakat mengenai UNS. Dengan kata lain, tujuan dan sasaran program acara ini mengarah pada tingkat kognitif atau *knowledge outcome*.

Tujuan dan sasaran pada program acara UNS Menyapa ini kemudian mendasari proses berlangsungnya kegiatan komunikasi dalam program acara ini. Dengan kata lain, solusi yang telah ditetapkan dalam tahap perencanaan dan pemrograman serta tujuan dan sasaran program ini mendasari tahap bertindak dan berkomunikasi dalam program acara UNS Menyapa. Dalam menjelaskan kegiatan komunikasi dalam program acara UNS Menyapa ini peneliti menggunakan model kampanye komunikasi Nowak & Warneryd. Dari model kampanye komunikasi ini nampak bahwa tujuan program acara untuk mengenalkan UNS dan keunggulannya ini mempengaruhi elemen-elemen lain

dalam program acara ini. Tujuan dan sasaran dalam program ini mendasari penentuan tujuan yang diinginkan dalam program acara ini. Kemudian tujuan yang ingin dicapai ini mendasari semua elemen kampanye komunikasi yang muncul sehingga memberikan hasil akhir yang sesuai.

Berkaitan dengan hasil akhir yang dicapai, program acara UNS Menyapa ini cukup berhasil mengenalkan UNS dan keunggulannya dibenak khalayak. Hal ini disampaikan oleh kepala Humas UNS yang juga host acara UNS Menyapa dan opini khalayak yang ditemui peneliti. Tujuan UNS supaya masyarakat semakin mengenal UNS dan keunggulan program studi di UNS, sedikit banyak telah dirasakan masyarakat, mahasiswa, dan alumni UNS sendiri. Dari hasil yang diperoleh peneliti, terlihat bahwa mereka yang melihat program acara ini dapat semakin mengetahui program studi-program studi yang ada di UNS beserta keunggulan program studi tersebut. Namun menurut sebagian besar masyarakat yang ditemui peneliti, program acara UNS Menyapa belum dapat meyakinkan mereka akan UNS yang sedang merintis sebagai *world class university*.

Kemudian dari tahap evaluasi program, peneliti juga melihat opini masyarakat, mahasiswa dan alumni UNS mengenai konsep acara, muatan informasi, dan pemahaman masyarakat terhadap pesan. Dari segi konsep acara dan muatan informasi dalam program acara UNS Menyapa ini, masyarakat, mahasiswa dan alumni UNS yang ditemui peneliti menyatakan diperlukan peningkatan dalam dua aspek tersebut. Sementara untuk pemahaman mengenai pesan yang disampaikan, seperti yang telah dijelaskan bahwa masyarakat, mahasiswa dan alumni UNS yang melihat program acara ini mendapatkan gambaran mengenai UNS dan keunggulannya.

Dari analisis peneliti, program acara UNS Menyapa ini memperlihatkan adaptasi *product-oriented campaign* melalui media televisi. Program acara UNS Menyapa ini dilihat peneliti sebagai usaha UNS untuk mengenalkan keunggulan produknya yaitu program studi yang ada di UNS kepada publik.

Program acara ini juga tidak lepas dari peran Humas, dalam acara UNS Menyapa ini Humas sebagai host acara berperan untuk menjadi jembatan komunikasi antara UNS dengan masyarakat. Dari dialog interaktif dengan narasumber dan audiens yang melihat acara UNS Menyapa ini, humas sebagai host acara juga dapat membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat luas. Pada program acara ini, humas juga berperan untuk membantu institusi dalam mencapai tujuannya untuk membangun pemahaman masyarakat mengenai keunggulan UNS dan lingkungan didalamnya. Dalam tugasnya sebagai host acara UNS Menyapa, kepala humas UNS sebagai ketua publikasi SPMB UNS membantu UNS dan panitia SPMB UNS dalam mengenalkan UNS kepada masyarakat luas.

Sementara sebagai media kehumasan untuk mengenalkan keunggulan sebuah institusi pendidikan, program acara ini dapat dikatakan media yang bagus dan efektif. Hal ini dikarenakan, setelah kemunculan program pengenalan prodi UNS melalui UNS Menyapa, mulai bermunculan institusi pendidikan swasta di Solo dan Yogyakarta yang membuat acara serupa di stasiun televisi yang sama.

B. Kelemahan Studi

Namun demikian, dalam proses penelitian ini ada hambatan teknis yang ditemui peneliti dalam mendapatkan rekaman video program acara UNS Menyapa. Dalam penelitian ini, pada awalnya peneliti ingin menggunakan rekaman video program acara UNS Menyapa pada episode awal, episode pertengahan, dan episode paling terakhir. Namun dalam proses pengumpulan data dari video rekaman program UNS Menyapa ini, rekaman acara mulai dari episode pertama yaitu 25 Agustus 2008 sampai dengan akhir Oktober 2008 tidak dapat disalin ke media lain. Hal dikarenakan video CD rekaman UNS Menyapa mengalami gangguan saat hendak diputar kembali.

Untuk mengatasi hal ini, peneliti menyalin rekaman acara UNS Menyapa pada bulan November 2008 sampai dengan April 2009. Rekaman acara yang disalin adalah tiga episode program studi non eksakta dan dua episode program studi eksakta. Untuk menguatkan penelitian yang dilakukan, peneliti menambah lagi dengan melakukan observasi langsung pada acara UNS Menyapa episode Program Doktor Ilmu Ekonomi pada tanggal 14 September 2009.

Kendala teknis ini tidak menghambat proses penelitian secara keseluruhan. Namun episode-episode pada awal kemunculan program acara UNS Menyapa sampai dengan bulan Oktober 2008 ini dapat memberikan gambaran kepada peneliti mengenai perubahan gaya penyampaian pesan pada program acara UNS Menyapa ini dari awal penayangan hingga episode 14 September 2009. Dengan adanya kendala teknis pada proses penelitian ini, peneliti juga mengalami sedikit hambatan dalam mendapatkan gambaran mengenai gaya penyampaian pesan pada episode-episode awal program acara UNS Menyapa. Namun demikian, peneliti tetap dapat mengamati kesesuaian

run down acara, relevansi materi yang diangkat, dan pesan mengenai keunggulan UNS yang disampaikan dalam program acara UNS Menyapa ini.

C. Saran

Dari kesimpulan yang didapat, maka beberapa hal yang disarankan untuk program talkshow UNS Menyapa :

1. Dalam mendefinisikan permasalahan, selain mendapatkan dari informan kunci, tim UNS juga perlu menggali dengan metode yang lain, seperti analisis situasi atau melakukan riset sehingga pemetaan permasalahan akan lebih jelas. Dari pemetaan masalah yang terperinci ini akan membuat perencanaan program ini dapat lebih matang pula.
2. Berkaitan dengan tahap perencanaan, dalam mempersiapkan pengemasan program acara ini hendaknya tim UNS melakukan penyesuaian antara konsep acara yang dipilih dengan keinginan masyarakat sehingga konsep acara yang disajikan dapat benar-benar memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai UNS dan keunggulannya tanpa meninggalkan konsep edutainment yang dibawa.
3. Dalam mengkomunikasikan keunggulan UNS ini, perlu mempertajam muatan informasi dalam program acara UNS Menyapa ini. Hal ini dapat dilakukan dengan menambah informasi mengenai kesiapan program studi yang bersangkutan dalam merintis UNS sebagai *world class university*. Selain itu, menambah muatan informasi mengenai perkembangan prestasi yang dicapai UNS dalam merintis sebagai *world class university*. Muatan informasi mengenai perkembangan prestasi UNS ini dapat dibuat dalam segmen khusus melalui tayangan video maupun dialog supaya masyarakat

lebih mendapat gambaran mengenai usaha yang dilakukan UNS dalam merintis *world class university*.

4. Menambah variasi narasumber yang dihadirkan dalam program acara UNS Menyapa. Variasi ini dapat dilakukan dengan menghadirkan alumni yang berprestasi di bidangnya atau pemakai alumni yang merasa sangat terbantu dengan adanya alumni UNS yang bekerja di tempat mereka.
5. Melakukan evaluasi secara berkala berkaitan dengan konsep acara, muatan informasi, dan pemahaman masyarakat terhadap pesan yang disampaikan. Dengan melakukan evaluasi secara berkala, diharapkan tim UNS dan TA TV dapat mengetahui hasil pencapaian program acara ini di masyarakat. Kemudian dari hasil evaluasi berkala berkaitan dengan konsep acara dan muatan informasi yang diinginkan masyarakat ini dapat menjadi bahan acuan bagi UNS dan TA TV mengembangkan program ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat mengenai informasi tentang UNS.

Sementara untuk penelitian selanjutnya, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk mengantisipasi kendala teknis seperti data sekunder dari video pada episode tertentu yang tidak dapat diputar, hendaknya mempersiapkan kontak dengan pihak lain yang dapat dihubungi dan juga menyimpan rekaman video yang sama. Hal ini supaya gambaran kronologis penelitian yang diperoleh peneliti dapat lebih lengkap lagi.
2. Untuk peneliti yang melakukan penelitian mengenai program acara serupa, hendaknya melakukan observasi dengan melihat secara langsung program acara dari awal episode atau merekam sendiri program acara dari awal

episode. Hal ini guna mengantisipasi terjadinya kendala teknis seperti tidak bisa disalinnya video rekaman program acara yang bersangkutan.



DAFTAR PUSTAKA

- Baskin, Otis; Craig Aronoff ; Dan Latimore. 1997. *Public Relations The Profession and The Practice*. Brown & Benchmark Publisher
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H and Broom, Glen M. 2006. *Effective public relations*. Pearson education
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kriyantono, Rakhmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunika Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Edisi pertama Cetakan kedua. Jakarta : Kencana.
- McElreath, Mark P. 1997. *Managing Systematic and Ethical Public Relations Campaigns, Second Edition*. Brown & Benchmark Publisher
- Mulyana, Deddy ; Solatun. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi, Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Onong, Uchjana Effendy. 1993. *Human Relations dan Public Relations*. Bandung : Penerbit Mandar Maju.
- Olii, Helena. 2007. *Opini Publik*. Jakarta : PT. Indeks
- Putra, I Gusti Ngurah. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Ritonga, Jamaluddin. 2005. *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : konsep dan aplikasi; edisi revisi*. Cetakan kedelapan. Jakarta :PT. RajaGrafindo Persada
- Ruslan, Rosady. 2005. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta :PT. RajaGrafindo Persada
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*, edisi terjemahan. Dialihbahasakan oleh Tri Wibowo B.S. Jakarta : Kencana

Venus, Antar. 2007. *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis Dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Werner & Tankard. 2005. *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terapan Di Dalam Media Massa*, edisi kelima. Dialihbahasakan Oleh Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana

-----2009. *Laporan Tahunan Rektor UNS Dalam Dies Natalis XXXIII*. Laporan Tahunan Rektor UNS. Universitas Sebelas Maret, Surakarta

-----2007. *Rencana Pencapaian UNS Menuju World Class University*. Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

-----2007. *Laporan Tahunan Rektor UNS Tahun 2007 Dalam Dies Natalis XXXI*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

