

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sebelumnya dilakukan mengenai Strategi Komunikasi Edukasi Kesadaran Kesehatan Mental Pada Generasi Milenial yang dilakukan oleh PT.Satu Persen Edukasi, peneliti dapat menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Komunikator adalah sumber atau pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Ada syarat yang harus dimiliki seorang komunikator yakni; kredibilitas, daya tarik (*attractiveness*), dan kekuatan (*power*). Bagi PT. Satu Persen Edukasi kredibilitas komunikator adalah merupakan lulusan psikologi. Selain itu untuk menjadi seorang komunikator mereka harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik seperti aktif mendengarkan, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti audiens, mempunyai rasa empati, kompeten dalam *problem solving*, *knowledge*, *mindfulness*, dan juga memahami nilai-nilai yang dibawa oleh Satu Persen agar pesan yang disampaikan mudah diterima oleh audiens. Sedangkan daya tarik komunikator adalah memiliki skill komunikasi yang baik sehingga dapat menjelaskan pesan secara ringkas dan baik, aktif mendengarkan sehingga audiens merasa nyaman ketika berbicara dengan komunikator, bisa menunjukkan empati sehingga bisa membangun hubungan yang baik dan juga menggunakan bahasa yang mudah dimengerti

audiens. Menurut PT. Satu Persen Edukasi kekuatan (*power*) komunikator adalah mereka memiliki latar belakang pendidikan psikologi. Psikolog yang menjadi komunikator di Satu Persen merupakan psikolog terlatih juga memiliki lisensi dari universitas terbaik. Sehingga sebagai komunikator mereka paham dengan permasalahan yang dialami oleh audiens nya.

2. Pesan yaitu segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Pesan bisa berbentuk verbal maupun non verbal. Pesan yang disampaikan dapat bersifat informatif, persuasif, dan edukatif. Penyusunan pesan edukatif maupun persuasif yang dilakukan PT. Satu Persen Edukasi yaitu melalui proses riset, penggunaan fitur QnA (*Questions and Answer*) pada sosial media, dan berdiskusi untuk menentukan pesan yang akan diangkat menjadi topik. Topik yang diangkat pun biasanya *relateable* dan relevan terjadi dengan kehidupan sehari-hari, selain itu juga penggunaan bahasa pun menggunakan bahasa yang mudah dimengerti. Melalui proses penyusunan pesan yang dilakukan, PT.Satu Persen Edukasi berharap pesan yang akan disampaikan kepada audiens bisa bermanfaat. Perubahan perilaku yang bersifat kognitif yang diharapkan yaitu audiens mendapat pemahaman sehingga menjadi lebih paham dengan permasalahan yang sedang mereka alami sehingga mereka dapat mencari jalan keluar dari permasalahannya dan juga mendapat *insight* dari pesan yang disampaikan oleh Satu Persen. Perubahan perilaku yang bersifat afektif yang diharapkan yaitu berharap sesuai dengan tujuan utama Satu Persen ingin

memberdayakan masyarakat, sehingga mereka menjadi orang yang punya perasaan bahagia, optimis, positif dalam menjalani kehidupannya melalui edukasi kesadaran kesehatan mental yang dilakukan oleh PT. Satu Persen Edukasi. Sedangkan untuk perubahan perilaku yang bersifat konatif yang diharapkan yaitu audiens menjadi mau lebih berani untuk melakukan hal-hal positif yang ingin mereka lakukan.

3. Media merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada penerima. Berdasarkan waktunya media dapat dikategorikan menjadi 2 yaitu : (1) Media lama dan (2) Media baru. Media lama yang digunakan oleh PT. Satu Persen Edukasi dalam pemilihan media untuk menyampaikan pesan yaitu komunikasi antarpribadi dengan bertatap muka secara langsung antara komunikator dengan komunikan. Selain komunikasi antarpribadi, Satu Persen juga menggunakan komunikasi kelompok seperti seminar untuk menyampaikan pesan secara langsung kepada audiensnya. Media baru (*internet*) yang digunakan oleh PT. Satu Persen Edukasi dalam pemilihan media untuk menyampaikan pesan yaitu *youtube, instagram, twitter, webinar, facebook, spotify, dan tiktok.*

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi saran akademis yaitu :

- 1) Mengembangkan kajian dan disiplin ilmu komunikasi.

- 2) Mengembangkan kajian strategi komunikasi dalam komunikasi kesehatan.
- 3) Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang sejenis dalam cakupan yang lebih luas.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran praktis yaitu :

- 1) Memberikan sumbangan pemikiran mengenai strategi komunikasi kepada masyarakat ataupun organisasi dan lembaga yang aktif dalam melakukan kegiatan mengedukasi kesadaran kesehatan mental.
- 2) Harapan bagi PT. Satu Persen Edukasi agar selalu menyusun strategi komunikasi dengan sangat baik agar upaya dalam mengedukasi kesadaran kesehatan mental kepada masyarakat khususnya generasi milenial dapat terus berjalan dengan baik dan mewujudkan generasi milenial yang sadar akan pentingnya kesehatan mental.