

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan terhadap penelitian yang sudah dilakukan seperti :

1. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh ERAT Indonesia berbentuk kampanye terhadap pentingnya dalam meningkatkan kesadaran kita terhadap lansia di sekitar. Kampanye yang dilakukan oleh ERAT Indonesia ini dilakukan secara *online* dan *offline*. Kegiatan ini belum sepenuhnya maksimal lantaran kondisi yang terjadi pada saat ERAT Indonesia melakukan kampanye ini adanya wabah virus Corona sehingga harus mencoba berbagai cara dalam melakukan kegiatan kampanye. Dalam kampanye yang dilakukan, ERAT Indonesia menjadikan anak muda sebagai sasaran utama. Hal tersebut lantaran ERAT Indonesia memiliki tujuan jangka panjang untuk mengatasi isu lansia yang terjadi kedepannya. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh ERAT Indonesia terus dilakukan agar dapat mempengaruhi sikap dan pikiran anak muda terhadap lansia. Selama melakukan komunikasi persuasif tersebut, beberapa *persuadee* mulai memiliki perubahan terhadap lansia. Sesuai informan yang berasal dari anak muda, mereka merasa puas dengan materi yang diberikan oleh ERAT Indonesia dikarenakan respon yang diberikan semua positif. Tetapi tidak sedikit juga yang masih menghiraukan dengan isu lansia yang terjadi saat ini. Oleh sebab itu, ERAT Indonesia selalu menyampaikan pesan secara terus menerus agar perubahan sikap yang terjadi lebih banyak kedepannya. Hambatan komunikasi yang dialami oleh ERAT Indonesia selama melaksanakan kegiatan komunikasi persuasif terbagi atas dua faktor, yaitu internal dan eksternal. Faktor internal sendiri berasal dari pihak ERAT Indonesia yang hanya memiliki anggota sedikit dan *persuader* yang selalu berulang. Hal ini menjadi hambatan yang membuat kegiatan ERAT Indonesia tersebut hanya diisi oleh *persuader*

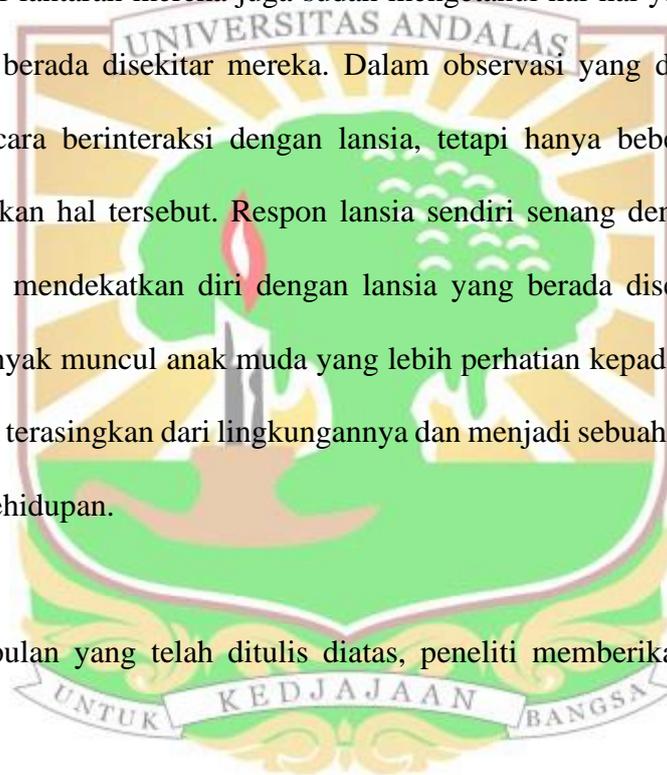
yang itu-itu saja. Faktor eksternal berasal dari *persuadee* yang mana masih banyak *persuadee* yang tetap mempertahankan sikap dan acuh terhadap isu lansia yang terjadi. Hal tersebut membuat ERAT Indonesia harus terus menerus untuk memberikan pesan agar *persuadee* dapat terpengaruh. Hambatan lain dikarenakan kondisi pandemic yang membuat ERAT Indonesia tidak bisa melakukan kegiatan secara tatap muka, sehingga kegiatan melalui media tidak maksimal dalam pelaksanaannya.

2. Pandangan anak muda terhadap lansia setelah mengikuti kegiatan ERAT Indonesia cukup positif lantaran mereka juga sudah mengetahui hal-hal yang membuat nyaman lansia yang berada disekitar mereka. Dalam observasi yang dilakukan, mereka tau bagaimana cara berinteraksi dengan lansia, tetapi hanya beberapa yang baru bisa mempraktekkan hal tersebut. Respon lansia sendiri senang dengan anak muda yang sudah mulai mendekati diri dengan lansia yang berada disekitar mereka. Lansia berharap banyak muncul anak muda yang lebih perhatian kepada mereka agar mereka tidak merasa terasingkan dari lingkungannya dan menjadi sebuah semangat saat mereka menjalani kehidupan.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah ditulis diatas, peneliti memberikan beberapa masukan sebagai berikut :

1. Kegiatan ERAT Indonesia dapat dilakukan dengan terjadwal, sehingga masyarakat yang sebelumnya ikut berpartisipasi dapat mengikuti kegiatan tersebut selanjutnya. Dengan melakukan kegiatan secara terjadwal, pesan-pesan yang disampaikan dapat berkelanjutan sehingga perubahan yang terjadi dari masyarakat dapat lebih terlihat dari respon yang diberikan.
2. ERAT Indonesia dapat melakukan kegiatan komunikasi persuasif mereka dengan melibatkan *influencer* dan tokoh ternama agar dapat menarik perhatian lebih dari



masyarakat. *Influencer* atau tokoh terlibat sebisa mungkin bergerak di bidang sosial sehingga tujuan antara ERAT Indonesia dan tokoh tersebut sejalan. Serta aktif dalam memberikan informasi di media sosial agar pengikut dapat menerima informasi terbaru dan memiliki interaksi dengan ERAT Indonesia secara berkelanjutan.

