

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil perancangan dan pelaksanaan kampanye #IngatNomorDarurat, dapat disimpulkan bahwa kampanye ini sesuai dengan *objective* atau tujuan yang telah ditetapkan di awal dan seluruh rangkaian kegiatan berhasil mencapai tujuan tersebut. Kampanye ini terbukti efektif dalam membangun pemahaman masyarakat terhadap pentingnya mengetahui dan menggunakan nomor darurat 112 dan 0811-9000-74 secara tepat, baik melalui pendekatan edukatif untuk anak-anak dalam kegiatan Anak Hebat Tanggap Bencana maupun pendekatan interpersonal kepada warga dalam kegiatan Misi Siaga Warga.

Kampanye *offline* ini memperlihatkan ketercapaian dalam menyampaikan informasi secara langsung dan membangun keterlibatan emosional audiens. Pada kegiatan edukasi anak TK, pesan nomor darurat dapat dihafal dengan baik oleh anak-anak dan dikonfirmasi melalui wawancara lanjutan dua minggu pasca kegiatan. Sementara itu, pada kegiatan *door-to-door*, banyak warga yang baru mengetahui adanya nomor 112 dan 0811-9000-74 sebagai layanan pemadam kebakaran, yang menunjukkan bahwa kampanye ini mengisi kesenjangan informasi yang nyata di masyarakat.

Selain mencapai tujuan kampanye, ditemukan sejumlah temuan lapangan yang memberikan nilai tambah pada proses edukasi. Salah satunya adalah pentingnya keterlibatan tokoh masyarakat, seperti ketua RT dan ibu-ibu PKK, dalam memperlancar komunikasi dengan warga. Penulis juga menemukan bahwa pendekatan komunikasi tatap muka lebih efektif dalam menciptakan ruang dialog dibandingkan pendekatan digital, terutama dalam menjangkau kelompok masyarakat yang belum terbiasa dengan media daring. Temuan lain adalah bahwa anak-anak lebih mudah mengingat nomor darurat melalui media visual dan fisik seperti gantungan kunci, dibanding hanya melalui penjelasan lisan.

Selain itu, kampanye ini juga menunjukkan ketercapaian yang signifikan dalam hal distribusi materi edukasi secara langsung kepada masyarakat. Melalui kegiatan *door-to-door* dalam program Misi Siaga Warga, tim kampanye berhasil mendatangi total 165 rumah yang tersebar di tiga wilayah utama, yaitu Pondok Betung, Rempoa, dan Kedaung. Jumlah ini menjadi indikator nyata bahwa proses penyebaran informasi berjalan sesuai target. Dukungan aktif dari tokoh masyarakat seperti ketua RT dan pengurus PKK turut memperlancar proses distribusi serta meningkatkan tingkat penerimaan warga terhadap pesan kampanye.

Selain itu, keberhasilan juga terlihat dari program Anak Hebat Tanggap Bencana, di mana berhasil mendatangkan 50 anak TK serta 10 guru. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara lanjutan dengan anak-anak yang menjadi peserta, mereka sudah memahami dengan baik bahwa dalam situasi berbahaya seperti kebakaran atau adanya hewan berbahaya, mereka harus segera menghubungi petugas Damkar melalui nomor darurat 112. Anak-anak tidak hanya mampu menyebutkan nomor tersebut dengan lancar, tetapi juga sudah mengerti tindakan apa yang harus dilakukan jika terjadi kondisi darurat. Pencapaian ini memperkuat bukti bahwa pendekatan edukasi interaktif dan media visual dalam kampanye ini efektif dalam membentuk pemahaman dan kesadaran sejak usia dini.

Distribusi *press release* kampanye berhasil dimuat oleh 19 media *online* tanpa biaya, menunjukkan bahwa pendekatan *Public relations* dengan konten edukatif menarik tetap efektif meski tanpa anggaran promosi. Namun, keterbatasan dana membatasi jangkauan ke media berbayar dan publikasi sosial media. Secara keseluruhan, kampanye ini bukan hanya sarana edukasi, tapi juga implementasi nyata teori komunikasi persuasif dan *public relations*, yang berhasil membangun kesadaran dan pemahaman publik tentang nomor darurat

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Akademis**

1. Kampanye ini dapat dijadikan rujukan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang tertarik dalam praktik kampanye sosial dan edukasi publik berbasis isu

keselamatan. Diharapkan kampanye selanjutnya dapat menambahkan pendekatan kuantitatif untuk mengukur tingkat perubahan pengetahuan atau sikap masyarakat secara lebih sistematis.

2. Kampanye ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa dan instansi pemerintahan dapat menciptakan dampak yang nyata. Oleh karena itu, kegiatan serupa dapat dijadikan bagian dari program pengabdian masyarakat yang terstruktur di lingkungan akademik.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Dinas Pemadam Kebakaran dan Penyelamatan Kota Tangerang Selatan disarankan untuk menjadikan materi kampanye ini sebagai referensi dalam kegiatan edukasi masyarakat yang dilakukan secara rutin, khususnya materi cetak seperti stiker, *flyer*, dan media promosi lainnya.
2. Kegiatan kampanye serupa sebaiknya dilaksanakan secara berkala dan menjangkau kelompok masyarakat yang berbeda, seperti pelajar SMP/SMA, kelompok lansia, atau komunitas tertentu, sehingga edukasi mengenai layanan darurat dapat merata di berbagai lapisan masyarakat.

