

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan perumusan masalah, sebagai berikut:

- a. Kampanye *#ONEDAYONETRASHBAG* pada akun TikTok pandawara group memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap kesadaran ramah lingkungan.
- b. Kesadaran ramah lingkungan meningkat dikarenakan adanya kampanye *#ONEDAYONETRASHBAG* pada akun TikTok pandawara group (@pandawaragroup).
- c. Nilai r_{hitung} (0,994) > nilai r_{tabel} (0,561). Maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat hubungan dari pengaruh kampanye *#ONEDAYONETRASHBAG* pada akun TikTok pandawara group terhadap kesadaran ramah lingkungan. Nilai korelasi 0,994 menandakan kekuatan hubungan yang sangat kuat serta hubungan yang linier (searah) dikarenakan nilai korelasi positif.
- d. Kampanye *#ONEDAYONETRASHBAG* pada akun TikTok pandawara group memiliki pengaruh terhadap kesadaran ramah lingkungan sebesar 98,9% dan sisanya sebesar 1,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
- e. Setiap penambahan 1% nilai kampanye *#ONEDAYONETRASHBAG*, maka nilai kesadaran ramah lingkungan bertambah sebesar 1,397.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis, yaitu:

- a. Saran Praktis

Untuk pengelola akun @pandawaragroup, dengan adanya penelitian pengaruh kampanye *#ONEDAYONETRASHBAG* pada akun TikTok pandawara group terhadap kesadaran ramah lingkungan menunjukkan hasil yang positif dan signifikan, diharapkan agar pengelola akun @pandawaragroup dapat terus meningkatkan kinerja baiknya saat ini.

b. Saran Akademis

Disarankan kepada peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai fenomena yang sama agar dapat meneliti faktor – faktor lainnya, seperti *brand image* dan lainnya.

