

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil penelitian maupun pembahasan yang sudah diperoleh, ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pesan kampanye #BijakBerkonsumsi telah berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan kesadaran dan perilaku sikap ramah lingkungan, khususnya dalam hal konsumsi bijak dan pengelolaan sampah.
2. Beberapa faktor utama yang mendukung keberhasilan pesan kampanye #BijakBerkonsumsi ini, yaitu penggunaan struktur pesan yang jelas dan terarah, serta segmentasi audiens yang tepat.
3. Struktur pesan yang disusun dengan baik, didukung oleh data dan fakta, terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman audiens tentang isu – isu lingkungan. Pesan yang disampaikan menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta relevan dalam kehidupan sehari – hari audiens mampu memfasilitasi internalisasi pesan dan mendorong perubahan sikap.
4. Nilai $r_{hitung} (15,145) > \text{Nilai } r_{tabel} (1,662)$. Maka karena itu H_0 ditolak, sementara H_a diterima yang diasumsikan terdapat pengaruh signifikan pesan kampanye #BijakBerkonsumsi terhadap sikap ramah lingkungan.
5. Nilai korelasi sebesar 0,837 menguatkan adanya hubungan linier positif yang kuat, artinya setiap peningkatan dalam kualitas atau frekuensi pesan kampanye akan berdampak positif pada peningkatan sikap ramah lingkungan.
6. Pesan kampanye #BijakBerkonsumsi pada akun Instagram Lyfewithless memiliki pengaruh yang kuat terhadap sikap ramah lingkungan mencapai 70,1% dengan sisa 29,9% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak termasuk kedalam penelitian.
7. Setiap peningkatan satu unit dalam pesan kampanye #BijakBerkonsumsi yang dirancang dengan baik, dapat menghasilkan dampak signifikan terhadap perubahan sikap ramah lingkungan sebesar 0,502 pada perilaku masyarakat mengenai isu – isu lingkungan.

5.2 Saran

Mengacu pada hasil penelitian maupun kesimpulan, Adapun saran yang diberikan oleh peneliti, yaitu:

1. Organisasi yang ingin menjalankan kampanye serupa disarankan untuk menyusun pesan yang jelas, terstruktur, dan berbasis data. Pesan yang mudah dipahami dan relevan dengan audiens target akan lebih efektif dalam menyampaikan informasi dan mendorong perubahan sikap.
2. Kampanye harus mempertimbangkan segmentasi audiens berdasarkan demografi, minat, dan perilaku. Penargetan yang tepat dapat meningkatkan relevansi pesan dan efektivitas kampanye dalam mempengaruhi kelompok audiens tertentu.
3. Disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi efektivitas kampanye, seperti pengaruh konten visual, keterlibatan influencer, dan penggunaan teknologi interaktif. Penelitian lanjutan juga bisa mengevaluasi dampak jangka panjang kampanye terhadap perubahan sikap dan perilaku.

