

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan diuraikan dalam pembahasan mengenai “Pengaruh Kampanye *Zero Waste* Indonesia #TukarBaju terhadap Sikap Ramah Lingkungan”, hasil penelitian didapatkan dengan dilakukan penyebaran kuesioner menggunakan *google form* melalui *direct message* (DM) sosial media Instagram dan melakukan wawancara dengan beberapa responden. Data hasil dari kuesioner diolah dengan menggunakan *software* SPSS versi 26. Olah data yang dilakukan dengan analisis uji data memperoleh hasil bahwa kampanye yang disampaikan memberikan pengaruh pada aspek kognitif, afektif hingga konatif khalayak. Terdapat pengaruh kampanye *Zero Waste* Indonesia #TukarBaju terhadap sikap ramah lingkungan sebesar 74,4% dan sebesar 25,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hasil uji korelasi dengan menggunakan IBM SPSS 26 memperoleh nilai korelasi ( $r$ ) 0,862, diketahui nilai hubungan kampanye *Zero Waste* Indonesia #TukarBaju terhadap sikap ramah lingkungan sangat kuat dan positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kampanye *Zero Waste* Indonesia #TukarBaju terhadap sikap ramah lingkungan memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif. Adanya pengaruh yang signifikan dan hubungan yang sangat kuat antar variabel membuktikan sebagian besar responden melakukan perubahan sikap. Perubahan sikap ramah lingkungan ini dipengaruhi oleh pesan kampanye #TukarBaju yang dilakukan oleh *Zero Waste* Indonesia. Berdasarkan hasil dari seluruh penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kebaruannya adalah kampanye #TukarBaju bukan hanya memberikan pesan edukasi dan ajakan saja namun juga memberikan pesan solusi dan webinar yang dikemas secara menarik, serta solusi lainnya seperti *open donation*, *workshop*, *event offline*, dan cara-cara lain dalam mengelola pakaian yang membuat responden merasa terlibat secara emosional dan langsung dalam menjaga kelestarian lingkungan.

## 5.2. Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Kampanye Zero Waste Indonesia #TukarBaju terhadap Sikap Ramah Lingkungan” yang telah dijabarkan, maka peneliti memberikan saran yaitu :

### 5.2.1 Saran Praktis

1. Akun Instagram @tukarbaju\_ tetap mempertahankan dan memperbanyak konten kampanye #TukarBaju agar dapat menjadi pengingat untuk masyarakat khususnya followers @tukarbaju\_ untuk tetap bersikap ramah lingkungan dan menjalankan sustainable fashion juga mengikuti rangkaian kegiatan yang dibuat oleh kampanye #TukarBaju. Selain itu @tukarbaju\_ harus konsisten mengunggah konten yang persuasif dan bermanfaat secara menarik kepada followers berkaitan dengan ajakan akan sikap ramah lingkungan terutama dalam usaha penerapan sustainable fashion dan bijak dalam mengelola pakaian sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh kampanye #TukarBaju.
2. Keterlibatan brand ambassadors dalam kampanye #TukarBaju perlu ditingkatkan, mengingat kampanye #TukarBaju belum memiliki brand ambassadors tetap untuk menyebarkan pesan kampanye agar isu yang diangkat dapat diketahui oleh lebih banyak masyarakat. Namun, brand ambassadors yang nantinya akan dipilih harus memiliki ketertarikan pada kelestarian lingkungan.
3. Peneliti juga mendorong pihak-pihak komunitas dan advokasi publik lainnya yang bergerak di bidang kelestarian lingkungan untuk terus mengajak masyarakat berkolaborasi dalam menjaga lingkungan. Memberi edukasi kepada masyarakat luas bahwa persoalan sampah tidak melulu tentang sampah plastik melainkan masih banyak jenis sampah lainnya salah satunya sampah *fashion* dan limbah tekstil yang dibahas oleh kampanye #TukarBaju. Sebagaimana diketahui bahwa jenis sampah *fashion* atau limbah tekstil dapat menimbulkan dampak negatif yang besar kepada lingkungan. Industri *fashion* saat ini dianggap sebagai

polutan terbesar kedua di dunia. Salah satu penyebab polusi dari *fashion industry* ini adalah lahirnya tren *fast fashion* yang terus berlomba-lomba dalam memproduksi *fashion*. Selain itu, adanya kampanye #TukarBaju yang diselenggarakan *Zero Waste Indonesia* diharapkan mampu memberikan edukasi bukan hanya pada *followers @tukarbaju* atau individu yang tertarik dengan *fashion* namun seluruh masyarakat mengenai dampak dari *fast fashion* yang bukan hanya memberikan dampak buruk bagi bumi namun membuat individu cenderung menjadi lebih konsumtif.

### 5.2.2 Saran Akademis

1. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan pendekatan kualitatif agar dapat memberikan perspektif hasil yang berbeda untuk menggali lebih dalam mengenai dampak kampanye terhadap perubahan sikap.
2. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan melihat pengaruh kampanye #TukarBaju terhadap perilaku ramah lingkungan.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mencari faktor pendukung lainnya yang dapat mempengaruhi perubahan sikap ramah lingkungan, dikarenakan beberapa responden mengaku bahwa perubahan sikap ramah lingkungan tidak hanya terjadi bila audiensnya hanya sekedar melalui membaca pesan saja, karena perubahan akan datang jika ada kemauan dari diri sendiri untuk berubah.
4. Beberapa responden juga mengatakan bahwa mereka mengetahui kampanye #TukarBaju bukan melalui Instagram, sehingga penelitian selanjutnya dapat mengambil sampel dari platform media sosial lainnya.