

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini, peneliti menguraikan kesimpulan yang berhubungan dengan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Kampanye #NoStrawMovement KFC Terhadap Kesadaran Masyarakat Untuk Tidak Menggunakan Sedotan Plastik” sebagai berikut:

1. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kampanye #NoStrawMovement KFC terhadap kesadaran masyarakat untuk tidak menggunakan sedotan plastik.
2. Penelitian ini menggunakan teori kampanye dengan model kampanye Ostergaard yang memiliki unsur penting yaitu isi pesan. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah kesadaran masyarakat.
3. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung KFC di Cinere Mall dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden dihitung menggunakan rumus taro yamane serta menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*.
4. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kampanye #NoStrawMovement terhadap kesadaran masyarakat untuk tidak menggunakan sedotan plastik dikarenakan faktor isi pesan dan struktur pesan, yang berarti kesadaran masyarakat (Variabel Y) ditentukan oleh pengaruh kampanye #NoStrawMovement (Variabel X). maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kampanye #NoStrawMovement KFC terhadap kesadaran masyarakat untuk tidak menggunakan sedotan plastik, yang artinya semakin besar pengaruh kampanye #NoStrawMovement maka akan

semakin besar juga tingkat kesadaran masyarakat untuk tidak menggunakan sedotan plastik.

## V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, dengan judul “Pengaruh Kampanye *#NoStrawMovement* KFC Terhadap Kesadaran Masyarakat Untuk Tidak Menggunakan Sedotan Plastik”, berikut saran yang dianggap relevan dengan penelitian yaitu :

1. Diharapkan PT.Fast Food Indonesia Tbk (KFC) dapat lebih mengedukasi atau mengkomunikasikan kampanye *#NoStrawMovement* kepada masyarakat agar masyarakat lebih sadar dan mengerti dampak yang dihasilkan dari sedotan plastik terhadap lingkungan.
2. PT.Fast Food Indonesia Tbk (KFC) diharapkan dapat menyelenggarakan kegiatan yang lebih menarik lagi agar masyarakat semakin tergerak hatinya untuk lebih peduli terhadap lingkungan dan tidak lagi menggunakan sedotan plastik.
3. Selain itu, disarankan juga agar PT.Fast Food Indonesia Tbk (KFC) memperhatikan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kesadaran masyarakat untuk tidak menggunakan sedotan plastik yang tidak terdapat dalam penelitian ini.