

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dengan judul Pengaruh Pesan Kampanye #WasteDownBeautyUp terhadap Kesadaran Lingkungan *followers* Instagram @sociolla dan melalui hasil penelitian yang didapat dari penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form*, dan hasil data yang diperoleh diolah dengan SPSS versi 26 dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Terdapat pengaruh pada pesan kampanye #WasteDownBeautyUp terhadap kesadaran lingkungan. Angka yang didapat dari pengaruh pesan kampanye #WasteDownBeautyUp terhadap kesadaran lingkungan adalah sebesar 11,9% dan sisanya sebesar 88,1% ditentukan oleh faktor lainnya. Pesan kampanye #WasteDownBeautyUp berpengaruh terhadap kesadaran lingkungan hingga tahap *unconscious competence* yang berarti seseorang telah memiliki kebiasaan dan mengetahui dengan benar apa yang dilakukannya. Tingkat korelasi pesan kampanye dan kesadaran lingkungan menunjukkan hasil yang positif dan rendah dengan nilai korelasi sebesar 0,345.
2. Jika hasil penelitian ini dikaitkan dengan Model Kampanye Nowak & Warneryd menghasilkan adanya keselarasan yang dibuktikan dengan benar adanya bahwa pesan pada kampanye dapat menumbuhkan kesadaran, memengaruhi, memperteguh, dan juga meyakinkan penerima pesan bahwa pilihan/tindakan mereka benar.
3. Saat ini kampanye memiliki *power* yang kecil dalam memengaruhi kesadaran masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dengan judul “Pengaruh Pesan Kampanye #WasteDownBeautyUp terhadap Kesadaran Lingkungan”. Peneliti memberikan saran-saran penelitian sebagai berikut:

5.2.1 Saran Praktis

1. Pada penelitian ini, pesan kampanye #WasteDownBeautyUp pada dimensi struktur pesan menunjukkan nilai rata-rata terendah. Peneliti

mengharapkan untuk penyelenggara kampanye yaitu Sociolla untuk dalam pelaksanaan kampanye kedepannya untuk memperhatikan struktur pesan yang digunakan pada kampanye dan meninjau kembali susunan penyajian gagasan pada pesan kampanye #WasteDownBeautyUp.

2. Peneliti mengharapkan untuk penyelenggara kampanye yaitu Sociolla untuk menyampaikan inti pesan kampanye secara berulang-ulang agar mudah diingat oleh audiens serta diharapkan Sociolla dapat menyajikan pernyataan kesimpulan pada pesan kampanye yang disampaikan dalam bentuk postingan *feeds* satuan maupun *carousel*.

5.2.2 Saran Akademis

1. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat mencoba untuk melakukan penelitian kampanye dengan cakupan yang lebih luas dan meneliti dengan variabel lain yang berbeda dari berbagai model atau teori lainnya yang memiliki bahasan mengenai kampanye sehingga penelitian yang dihasilkan menjadi lebih lengkap dan variatif. Diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi lainnya untuk mengkaji penelitian selanjutnya.
2. Penelitian selanjutnya dapat meneliti kampanye lainnya pada media atau media sosial lain agar penelitian tentang kampanye ini menjadi beragam dan juga mendapat sudut pandang baru.