

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Instagram sebagai salah satu media sosial terbesar dapat dimanfaatkan sebagai media sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan beragamnya fitur yang disediakan Instagram dan dapat digunakan secara bebas oleh para penggunanya. Fitur yang disediakan Instagram dapat digunakan membuat ataupun memperoleh informasi dengan berbagai bentuk, mulai dari foto, video, hingga siaran langsung. Selain itu, Instagram juga merupakan media yang relevan untuk menyampaikan informasi terkait kepedulian lingkungan dan zero waste karena dekat dengan masyarakat dan mudah dijangkau. Adanya peluang pada Instagram dimanfaatkan oleh @Aliansizerowaste.id untuk menyampaikan pesan berkaitan dengan lingkungan, terutama konsep zero waste.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Kekayaan Media atau Media Richness Theory yang dicetuskan oleh Richard L. Daft dan Robert H. Lengel pada tahun 1984. Teori ini menyatakan bahwa sebuah media dikatakan kaya (rich) jika memiliki kemampuan memberikan fasilitas kepada penggunanya dalam memperoleh atau memberikan informasi secara jelas sehingga mampu mencegah adanya ketidakpastian. Pemanfaatan Instagram sebagai media sosialisasi dalam penelitian ini dianalisis menggunakan kriteria dari Teori Kekayaan Media itu sendiri.

Berdasarkan kriteria Teori Kekayaan Media, keragaman isyarat yang ada dalam akun Instagram @Aliansizerowaste.id meliputi penggunaan angka untuk menyajikan olahan data kuantitatif, grafis untuk mendeskripsikan suatu peristiwa atau pesan, intonasi suara, dan gerak tubuh yang digunakan untuk membangun ikatan emosional dengan audiens. Selain itu, Kesegaraan umpan balik yang terdapat dalam akun Instagram @Aliansizerowaste.id adalah saat AZWI melakukan interaksi dengan audiensnya melalui kolom komentar. Namun, berdasarkan observasi yang dilakukan, AZWI cenderung jarang dalam memberikan balasan audiens melalui kolom komentar.

Sedangkan, Keragaman bahasa pada akun @Aliansizerowaste.id meliputi penggunaan bahasa istilah sains dan asing yang beragam. Banyaknya penggunaan istilah sains yang dilakukan AZWI tidak terlepas dari sumber informasi AZWI yang berasal langsung dari hasil riset para peneliti. Adapun AZWI juga kerap mencampurkan bahasa dalam pesan dengan Bahasa Inggris. Selain itu, penggunaan istilah kekinian juga dilakukan untuk mengikuti tren yang ada di media sosial. Kriteria yang terakhir adalah Personal Source atau kemampuan membuat sumber personal. Pada praktiknya, AZWI cenderung menyajikan konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari serta dekat dengan masyarakat. Melalui konten yang dekat dengan masyarakat dan penempatan diri sebagai pelaku gaya hidup zero waste diharapkan dapat membangun ikatan emosional dengan audiens.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram sebagai media sosial, menurut kriteria yang ada pada Teori Kekayaan Media belum termasuk dalam media paling kaya karena dalam konteks pengelolaan akun yang dilakukan oleh suatu organisasi, Instagram belum mampu memfasilitasi penggunaanya untuk bertukar umpan balik secara tatap muka. Namun, berdasarkan kritik terhadap Teori Kekayaan Media, menunjukkan bahwa semua media dapat menjadi kaya tergantung dari latar belakang sosial, budaya, kebutuhan, dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai oleh penggunaanya.

Melalui kritik tersebut, maka Instagram juga dapat dikatakan sebagai media yang kaya bagi Aliansi Zero Waste Indonesia (AZWI) melalui Instagram @Aliansizerowaste.id karena telah mampu memenuhi kebutuhan AZWI dalam menyosialisasikan kepedulian lingkungan melalui konsep zero waste. Hal yang sama juga dirasakan oleh follower akun Instagram @Aliansizerowaste.id yang merasa bahwa konten yang dibagikan telah mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Berbagai fitur yang disediakan oleh Instagram dimanfaatkan oleh AZWI untuk menyampaikan pesan dengan konsep menarik.

Penelitian ini yang menggunakan Teori Kekayaan Media sebagai alat bantu peneliti dalam menganalisis hasil penelitian, penelitian ini juga memiliki keterbatasan dari teori tersebut yang pada era digital ini dengan kehadiran media yang semakin beragam. Pada praktiknya, media sosial Instagram sebagai salah satu medium komunikasi menciptakan realitas komunikasi kompleks dalam hubungan

antara komunikator dengan komunikannya yang tidak hanya sebatas teknis, melainkan juga melibatkan budaya digital, algoritma, dan interaksi sosial bersifat nonlinear. Maka, keterbatasan aspek interpretatif dan sosial kultural masih belum diterangkan lebih jelas pada penelitian ini. Demikian, penelitian dengan fokus yang sama ini dapat dikembangkan lebih dalam dengan menggunakan teori lain seperti Teori Resepsi Khalayak dan *Theory of Planned Behaviour*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti menyimpulkan saran yang akan disampaikan kepada Aliansi Zero Waste Indonesia sebagai aliansi organisasi yang bergerak dalam bidang kepedulian lingkungan.

5.2.1. Saran Teoritis

Peneliti menyarankan penelitian berikutnya untuk membahas terkait perkembangan penggunaan media sosial lain sebagai media sosialisasi yang berkaitan dengan kepedulian lingkungan, terutama zero waste. Hal ini perlu dilakukan agar masing-masing media digital dapat dieksplorasi dan dapat menentukan media sosial apa yang paling relevan dalam menyosialisasikan pesan-pesan kepedulian lingkungan. Adapun media sosial yang peneliti paling rekomendasikan adalah Tiktok dikarenakan kemiripan fiturnya dengan Instagram.

Saran lainnya adalah agar penelitian selanjutnya melakukan komparasi terhadap beberapa akun Instagram yang bergerak dalam bidang kepedulian lingkungan. Komparasi yang dilakukan bertujuan untuk para akun kepedulian lingkungan agar saling melengkapi kekurangan dalam pengelolaan Instagram yang dilakukan. Hasil penelitian tersebut dapat dijadikan acuan oleh pegiat kepedulian lingkungan lain agar dapat memaksimalkan fitur-fitur Instagram.

Selain itu, peneliti juga menyarankan adanya penelitian dengan metode kuantitatif terhadap konten kepedulian lingkungan oleh @Aliansizerowaste.id. Melalui penelitian kuantitatif, maka penelitian berikutnya mampu menyediakan data dalam bentuk angka terkait pengaruh konten yang disajikan oleh akun terhadap suatu sikap di lingkungan masyarakat tertentu. Melalui penelitian ini juga akan memberikan wawasan berbeda mengenai pengaruh kekayaan media Instagram dalam pemahaman dan partisipasi audiens.

Perlu juga ada pengkajian lebih lanjut yang didasarkan pada keutuhan media digital, khususnya media sosial Instagram, dalam hal kampanye lingkungan bersifat partisipatif dan melihat pengaruh sosial budaya, penggunaan teori lain dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian berikutnya. Teori lain yang dapat digunakan adalah Theory of Planned Behaviour oleh Icek Ajzen yang memfokuskan pada intensi individu melakukan suatu tindakan. Selain itu, penggunaan Teori Resepsi Khalayak juga dapat dipertimbangkan untuk melihat bagaimana pesan yang disampaikan AZWI ditafsirkan oleh para pengikutnya.

5.2.2. Saran Praktis

Aliansi Zero Waste Indonesia (AZWI) sebagai aliansi organisasi yang berfokus pada ranah kepedulian lingkungan perlu melakukan kolaborasi dengan organisasi lingkungan atau influencer yang lebih besar agar dapat semakin dikenal dan meningkatkan pengikut akun Instagram. Selanjutnya, AZWI juga sebaiknya lebih menyederhanakan penggunaan bahasa dari hasil penelitian agar semakin mudah dipahami oleh masyarakat. Selain itu, AZWI sebagai pegiat lingkungan yang memanfaatkan Instagram sebagai medium sosialisasi hendaknya lebih responsif terhadap komentar yang masuk agar dapat meningkatkan kualitas hubungan dengan audiensnya.

Saran kepada pegiat lingkungan lain agar juga memanfaatkan secara maksimal fitur yang di Instagram dalam menyampaikan pesan-pesan kepedulian lingkungan sebagai media sosialisasi. Melalui semakin banyaknya penyebaran konten kepedulian lingkungan yang dilakukan oleh pegiat lingkungan, maka akan semakin banyak masyarakat yang mengetahui cara tepat pengelolaan sampah dan gaya hidup yang baik untuk masa depan bumi. Sistem dan pemanfaatan yang telah dilakukan oleh AZWI dapat menjadi acuan dalam mengelola Instagram dengan tujuan yang sama.

Selain itu, AZWI dan pegiat lingkungan lainnya diharapkan dapat terus meningkatkan konsistensi interaksi dengan audiens untuk membangun hubungan lebih personal dan emosional dengan audiens. Berdasarkan hal tersebut, pengoptimalan visual yang ada di Instagram juga perlu dilakukan untuk memaksimalkan fitur yang ada di Instagram agar penyampaian pesan lebih terarah.