

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan di analisis pada bab IV, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan adanya penumpukan sampah yang mencapai tujuh ribu ton per hari di ibukota menjadi dasar permasalahan sekaligus menjadi awal dari kampanye ini. Maka kampanye ini dibuat untuk melestarikan lingkungan serta menghidupkan kembali bumi yang kita pijak. Dengan pesan (*message*) utama dari kampanye ini adalah kita bertanggungjawab atas kebersihan lingkungan dimana kita tinggal. Dengan mendorong, mengajak, serta menyadarkan masyarakat dan semua orang yang terlibat untuk tidak membuang sampah sembarangan, memilah – milah sampah sebelum sampah dibuang, dan melakukan 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) sebagai perilaku sehari – hari. Serta meningkatkan kepedulian kita sebagai masyarakat dan sebagai makhluk ciptaan Tuhan yang seharusnya menjaga lingkungan dan kehidupan yang sudah Tuhan berikan.
2. Sesuai dengan data yang diperoleh peneliti melalui wawancara yang mendalam mengenai bagaimana strategi Kampanye *Clean Up Jakarta Day 2017*, terdapat tujuh (7) tahapan strategi kampanye yang digunakan oleh Indonesia Expat dalam mengkampanyekan *Clean Up Jakarta Day*, yaitu (1) menetapkan koordinator kampanye atau yang akan menjadi pemimpin gerakan kampanye. (2) memilih media yang akan digunakan untuk kegunaan publikasi sekaligus menjalin kerjasama. (3) mencari sponsor dukungan melalui proposal. (4) menjalin kerjasama dengan komunitas, Pemprov DKI, untuk melakukan sosialisasi. (5) *roadshow* ke sekolah – sekolah dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan. (6) melakukan *monthly meeting*. (7) Evaluasi.

3. Hambatan yang dihadapi oleh pihak *Clean Up Jakarta Day* adalah komunikasi, dan kurangnya kesadaran diri masyarakat akan lingkungannya sendiri. Pertama, karena hampir semua tim kampanye adalah para pekerja maka komunikasi yang dilakukan oleh pihak *Clean Up Jakarta Day* sebagian besar dilakukan virtual atau dilakukan via media *online*, yaitu menggunakan aplikasi media sosial *Whatsapp* dengan membuat grup. Dengan hanya mengandalkan *Whatsapp* untuk berkomunikasi maka terjadi *miss communication* antara tim *leader* dan pihak *Clean Up Jakarta Day*. Kedua, kurangnya kesadaran diri dari masyarakat yang dimana terjadi akibat perkembangan zaman serta pengaruh budaya, yang dimana dulu adalah merupakan suatu kebiasaan yang dilakukan untuk menjaga lingkungan tetap asri, gotong – royong, membersihkan sampah, dan sebagainya.
4. Komunikasi secara virtual adalah hambatan yang dihadapi oleh pihak *Clean Up Jakarta Day*, dikarenakan orang – orang yang terlibat aktif di dalamnya juga mempunyai pekerjaan dan kesibukannya masing – masing, lalu mereka juga bekerja secara *volunteer* dalam kampanye ini. Namun bagi Mbak Agustina, hal ini bukanlah menjadi suatu hambatan tetapi suatu tantangan. Mbak Agustina selaku koordinator kampanye ini membuat *monthly meeting* yaitu rapat yang dilakukan setiap satu bulan sekali bersama – sama dengan semua tim *leader* dan bersama dengan kedinasan terkait. Untuk dapat berkoordinasi dengan baik dan untuk mem-*follow up* para tim *leader* mbak Agustina harus melakukan *chat* satu per satu kepada mereka untuk dapat mem-*follow up* perkembangan serta melakukan empat kali penghubungan yaitu membuat suatu info di dalam grup, kemudian info tersebut disebarkan kembali ke *chat* pribadi juga kepada mereka masing – masing satu per satu, kemudian info tersebut dikirim ke *email* mereka, dan yang keempat menelepon mereka untuk kembali memberitahu sembari mengingatkan.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. adapun saran – saran yang peneliti berikan setelah meneliti kampanye ini adalah :

1. Memperluas kerjasama dengan lebih banyak media lagi sehingga banyak lagi orang yang akan mengetahui kampanye ini sehingga dapat menarik minat lebih banyak relawan lagi.
2. Memperluas jangkauan sosialisasi terkait edukasi lingkungan dan pelatihan, tidak hanya dilakukan di sekolah – sekolah tetapi juga membuat program untuk kelurahan dengan menjalin kerjasama dengan dinas yang terkait. Serta membagi - bagikan brosur yang berisi informasi mengenai volume sampah di Jakarta dan bagaimana masyarakat dapat memulai kehidupan yang lebih mencintai lingkungan lagi, seperti memilah sampah, mendaur ulang sampah, dan lain sebagainya, sebagai bentuk tanggungjawab moral sebagai bagian dari masyarakat.
3. Untuk melaksanakan kampanye pada saat ini, pihak penyelenggara harus dapat mengemas isi pesan menjadi lebih persuasif lagi dengan mempertimbangkan gaya hidup, pola pikir, serta kebiasaan – kebiasaan masyarakat saat ini, sehingga dengan mempertimbangkan itu semua maka isi pesan dalam kampanye dapat lebih diterima dengan baik oleh khalayak sasaran, dan kampanye benar – benar dapat merubah secara perlahan pola perilaku masyarakat.

