

## BAB V

### PENUTUP

#### V.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh antara kampanye Urban People Power (UPP) #PantangPlastik yang dilakukan oleh Greenpeace Indonesia terhadap sikap ramah lingkungan masyarakat. Sehubungan dengan hal tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram @Greenpeaceid per 27 Desember 2018 pukul 12.35 WIB dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penyebaran kuesioner menggunakan teknik *purposive sampling*, yang mana tidak memiliki kesempatan yang sama kepada bagian dari populasi.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh antara kampanye #PantangPlastik terhadap sikap ramah lingkungan. Adanya hubungan dan pengaruh dari hasil tersebut menunjukkan bahwa setelah melihat kampanye #PantangPlastik di Instagram menumbuhkan sikap ramah lingkungan pengikut Instagram @Greenpeaceid.

Kesimpulan tersebut dapat dipastikan dengan pengujian dari hasil data yang didapatkan, sebagai berikut:

1. Telah dihitung menggunakan SPSS for windows versi 23 untuk uji korelasi, diperoleh hasil yang menyatakan terdapat pengaruh yang “kuat” pada kampanye Urban People Power (UPP) #PantangPlastik oleh Greenpeace Indonesia (Variabel X) terhadap Sikap Ramah Lingkungan *Follower* Instagram @Greenpeaceid (Variabel Y) karena terletak diantara 0,60-0,799.
2. Penjelasan tersebut juga dibuktikan melalui hasil uji koefisien determinasi yang menyatakan terdapat pengaruh kampanye #PantangPlastik terhadap sikap ramah lingkungan.

3. Berdasarkan perhitungan tersebut, hasil perhitungan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu, maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh kampanye Greenpeace Indonesia Unit Power People (UPP) terhadap Sikap Ramah Lingkungan (survei pada *followers* Instagram @Greenpeaceid).

## V.2 Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan judul pengaruh kampanye Greenpeace Indonesia Urban Power People (UPP) #PantangPlastik terhadap sikap ramah lingkungan (survei pada *followers* Instagram @Greenpeaceid bulan Desember 2018), maka peneliti memberikan saran yaitu:

1. Perlu adanya inovasi baru dan *fresh* mengenai konten kampanye yang dilakukan Greenpeace Indonesia. Bisa dilakukan dengan menambah konten-konten foto dan video yang diadaptasi dari lingkungan hidup yang semakin memburuk. Konten yang lebih mendalam mengenai pendekatan-pendekatan psikologi masyarakat. Dimana yang dapat membuat mereka lebih menyadari bahaya dan dampak yang akan terjadi ke depannya dari penggunaan yang intens produk plastik sekali pakai.
2. Sebagai organisasi kampanye dengan isu lingkungan yang sudah mendapat perhatian lebih, disarankan setiap isu yang sedang dibahas lebih intens agar masyarakat lebih menyadari bahwa lingkungan hidup yang mereka jalani sudah mulai memburuk.
3. Disarankan dengan hasil dari uji  $t$  yang menyatakan terdapat pengaruh kampanye #PantangPlastik terhadap sikap ramah lingkungan, untuk dilanjutkan kampanye tersebut karena cukup memberikan efek yang baik bagi sikap ramah lingkungan masyarakat.