

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti yaitu seberapa besar pengaruh pesan kampanye #BijakBerplastik terhadap perilaku ramah lingkungan (survei pada *followers official account @aqualestari*) dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh pesan kampanye #BijakBerplastik terhadap perilaku ramah lingkungan (survei pada *followers official account @aqualestari*).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti hasil pembahasan didapat dari penyebaran kuesioner yang diolah dengan menggunakan SPSS versi 23. Variabel pada penelitian ini adalah pesan kampanye #BijakBerplastik (Variabel X) terhadap perilaku ramah lingkungan (Variabel Y). Setelah melakukan penelitian, kampanye #BijakBerplastik terhadap perilaku ramah lingkungan dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang telah digunakan dapat diketahui adanya hubungan yang kuat dan berpengaruh antara pesan kampanye #BijakBerplastik terhadap perilaku ramah lingkungan. Sehingga responden memahami dan menerima pesan kampanye tersebut untuk melakukan perilaku ramah lingkungan.

Hasil besarnya pengaruh pesan kampanye #BijakBerplastik berpengaruh terhadap perilaku ramah lingkungan (survei pada *followers official account @aqualestari*) dilihat dari perolehan nilai koefisien determinasi dari perilaku ramah lingkungan *followers official account @aqualestari* ditentukan oleh Pengaruh Pesan Kampanye #BijakBerplastik, namun pengaruh tersebut tidak signifikan dan sisanya ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti yaitu video youtube dalam seri "The Pledge" untuk memperluas kampanye #BijakBerplastik yang bekerjasama dengan VICE Indonesia, kampanye secara *offline* atau

kampanye yang dilaksanakan diruang publik, dengan menyuarakan kampanye #BijakBerplastik dengan terlibat dalam *event* olahraga dan *event* musik Maybank Bali Marathon 2018 dan *We The Fest* 2018.

Maka dari itu dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan antara pesan kampanye #BijakBerplastik terhadap perilaku ramah lingkungan (survei pada *followers account* instagram @aqualestari).

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pesan Kampanye #BijakBerplastik terhadap perilaku ramah lingkungan (survei pada *Followers Official Account @aqualestari*).” berikut ini akan dikemukakan beberapa saran yang akan dikemukakan beberapa saran yang peneliti anggap relevan dengan penelitian. Saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Dilihat dari cukup besarnya tingkat penggunaan Instagram maka bagi Danone AQUA hendaknya dapat lebih gencar dalam mengkampanyekan tentang #BijakBerplastik dan bekerjasama dengan pihak-pihak terkait lainnya untuk mengubah perilaku masyarakat menjadi lebih peduli terhadap lingkungan dari limbah plastik. Sehingga penyebaran informasi terkait kampanye Bijak Berplastik dapat lebih efektif.
2. Danone AQUA hendaknya menambahkan ide-ide kreatif lainnya yang menarik melalui kampanye yang akan dilakukan.
3. Danone AQUA agar tetap mempertahankan kegiatan yang positif untuk sosial dan lingkungan, baik melalui kampanye atau kegiatan lainnya.