BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi lingkungan dalam program Membangun Rumah Habitat for Humanity Indonesia sebagai sarana membangun bangsa. Program ini merupakan program revolusioner yang didasarkan atas pentingnya sebuah rumah. Rumah yang menjadi awal dari segala hal. Rumah tempat keluarga membangun suatu hubungan yang harmonis. Program Membangun Rumah ditunjukkan bagi masyarakat berpenghasilan rendah dan pemilik rumah tidak layak huni (Rutilahu). Pada penelitian ini, proses pelaksanaan program Habitat for Humanity Indonesia di Sentul dilakukam secara terencana dan strategis serta dari proses komunikasi yang baik. Jadi, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Habitat melakukan analisis atau identifikasi terkait permasalahan yang ada di daerah tersebut dan mengidentifikasi daerah-daerah mana saja yang menjadi prioritas untuk pembangunan, Habitat juga melakukan analisis terkait *home partners* yang memang berhak menjadi penerima dari program. Hal ini dimaksudkan agar program ini dapat tepat sasaran dan dapat menyelesaikan masalah sosial akibat rumah tidak layak tersebut. Habitat juga melakukan komunikasi secara intens kepada setiap pihak terkait mulai dari pemerintah daerah, *home partners*, donor, hingga masyarakat luas agar memahami maksud dari program dan ikut tergerak untuk melakukan perubahan.
2. Program Membangun Rumah melakukan strategi komunikasi dengan beberapa cara seperti komunikasi interpersonal, edukasi, dan konseling. Dalam hal memotivasi dan memobilisir masyarakat, Habitat bersama dengan pemerintah daerah sekitar melakukan *deep assessment* dan sosialisasi kepada

masyarakat. Pemilihan media juga dilakukan sesuai dengan target sasaran, dimana untuk home partners lewat sosialisasi seperti diatas, kemudian bagi donor / *corporate* dilakukan dengan komunikasi langsung, untuk masyarakat luas lewat departemen R&D dan *Communication* dilakukan dengan mempraktikkan *social marketing, event, atau campaign*.

3. Habitat mendesain pesan sesederhana mungkin agar para *home partners* dapat mengerti dengan baik pesan tersebut, dengan datang langsung untuk menyampaikan pesan. Pesan-pesan komunikasi yang dilakukan harus lebih diarahkan pada upaya mengubah kebiasaan yang tidak peduli terhadap lingkungan hidup.
4. Upaya penyadaran dan kepedulian dilakukan secara berkala oleh Habitat. Penyebaran pesan melalui beberapa jenis media, proses *monitoring* yang berkelanjutan dengan melakukan *home visit* ke *home partners*, dan evaluasi berkala juga dilakukan oleh Habitat. Karena program lingkungan bisa lebih efektif, berkelanjutan dan signifikan bila komunikasi lingkungan secara teratur digunakan.

Alasan mengapa Komunikasi lingkungan dalam program “Membangun Rumah” Habitat for Humanity Indonesia dapat menjadi sarana membangun bangsa karena membela bangsa merupakan kewajiban seluruh rakyat Indonesia tanpa terkecuali, Habitat melaksanakan kewajiban bela bangsa tersebut, untuk menunjukkan kesediaan mereka dalam berbakti pada nusa dan bangsa, serta kesadaran untuk mengorbankan diri guna membela negara. Pengorbanan yang dilakukan oleh Habitat dalam pembangunan rumah demi kemajuan bangsa.

Hasil dari analisa dan pembahasan mengenai program ini, peneliti menarik kesimpulan bahwa program ini dapat menjadi suatu sarana bagi pembangunan bangsa. Mendukung program pemerintah 100-0-100 yang sejalan dengan misi Habitat for Humanity Indonesia, Habitat mengajak semua orang membangun

rumah, membangun kehidupan jutaan keluarga Indonesia yang masih tinggal di rumah yang tidak layak, serta tidak memiliki akses terhadap air bersih dan sanitasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, pembahasan dan kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian Komunikasi Lingkungan dalam Program Membangun Rumah Habitat for Humanity Indonesia sebagai Sarana Membangun Bangsa, sebagai berikut :

1. Saran penulis kepada Habitat for Humanity Indonesia adalah dalam setiap pelaksanaan program ada baiknya jika komunikasi yang dilakukan lebih diintenskan, lebih memotivasi para *home partners* lagi dari segi komunikasi terkhusus penggunaan Bahasa Indonesia. Sehingga para *home partners* dapat lebih melatih diri untuk lancar ber-bahasa Indonesia. Komunikasi yang lebih intens juga diperlukan kepada pemerintah daerah, agar permasalahan contoh seperti dana, kamtibmas dapat lebih terarah.
2. Untuk bagian pemilihan media, dibuat lebih luas lagi cakupannya. Pemanfaatan media-media *mainstream* bisa menjadi salah satu alat untuk melakukan penyebaran informasi.
3. Untuk desain pesan sudah lebih baik untuk di media sosial, perbaikan *feeds* konten informasi mungkin akan menjadi lebih menarik.
4. Proses seperti *monitoring*, dokumentasi, dan evaluasi perlu ditingkatkan. Terlebih dibagian *monitoring home partners* agar apa yang sudah terbangun dan berjalan dengan baik tidak kembali seperti sebelumnya.