

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dan uraian penelitian terhadap data yang diperoleh dari hasil penelitian dengan judul “Kampanye Jalan Hijau oleh Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek”. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. BPTJ mengadakan kegiatan Kampanye Jalan Hijau didasari dari 2 isu, yakni transportasi dan kesehatan. Kedua aspek tersebut berkaitan dengan penggunaan kendaraan pribadi yang tinggi mengakibatkan kemacetan dan juga kualitas udara yang kian hari makin tidak baik bagi kesehatan khalayak luas.
2. Strateginya dimulai dari menentukan big Idea kampanyenya yakni gaya hidup sehat, menentukan target audience-nya yang dilihat dari demografi, psikografinya dan Behavioral-nya, menentukan tujuan kampanye yakni mendorong masyarakat beralih dari penggunaan kendaraan pribadi ke angkutan umum massal, menentukan saluran pesan kampanyenya yaitu lewat *below the line* dan *above the line*, dan terakhir menentukan desain pesan pada kampanye Jalan Hijau yang disampaikan dalam bentuk spanduk, papan tangan dan juga papan badan yang mana sejalan dengan teori retorika aristoteles. Ditemukan pula model yang tahapannya dimulai dari menemukan ide kampanye, menentukan koordinator, memilih sarana publikasi, mengajak kerjasama instansi pemerintah, membangun strategi dan desain pesan kampanye, penyelenggaraan kegiatan kampanye, dan yang terakhir evaluasi.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terkait Strategi Kampanye Jalan Hijau oleh Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek, peneliti memberikan saran bahwa pihak Badan Pengelola Transportasi Jabodetabek (BPTJ) agar Kampanye Jalan Hijau

atau kegiatan serupa yang tujuannya mengajak serta merubah pola pikir masyarakat luas, menggunakan *influencers* yang bisa mewakili gerakan dari kegiatan Kampanye Jalan Hijau ini.

*Influencers* pada zaman serba teknologi seperti sekarang bisa dibilang memiliki *impact* yang besar terhadap pola pikir khalayak luas. Dengan adanya *influencers* ini diharapkan pada *above the line* bisa menambah tersebarnya informasi secara cepat dan juga mampu mengajak khalayak luas untuk ikut dalam gerakan yang digaungkan pada kegiatan Kampanye Jalan Hijau ini.

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 pada 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 berdampak secara perlahan terhadap pola perilaku masyarakat luas.