

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari data penelitian dan pembahasan yang diperoleh dari hasil penelitian yang penulis lakukan pada organisasi Greenpeace Id dan *followers* Instagram Greenpeace Id, dengan judul literasi media digital pada kampanye Greenpeace Id di media sosial Instagram dalam perubahan perilaku masyarakat. Maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Keempat *informan* telah memahami dalam kemampuan *play*, kemampuan *simulation*, kemampuan *performance*, kemampuan *collective intelligence*, dalam kemampuan *judgement* dan kemampuan *networking* dua dari empat *informan* belum memiliki kemampuan *judgement* dan *networking*.
2. *Informan* melakukan proses literasi media yaitu dari ketertarikan maupun kesukaan terhadap suatu informasi media. Karena atas dasar itulah *informan* kemudian mendalami pemberian informasi.
3. Informasi baik konten dan postingan akun Instagram Greenpeace Id mampu memberikan respons yaitu perubahan perilaku yang terjadi pada masyarakat terkait dengan tindakan menjaga kelestarian lingkungan.
4. Perubahan perilaku *informan* sebagai *followers* akun Instagram Greenpeace Id yaitu mengurangi penggunaan plastik maupun membawa kantong belanja sendiri, membawa *tumbler* atau tempat makanan dan minuman sendiri, tidak membuang sampah sembarangan, dan melakukan penanaman pohon.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil menganalisis dan menarik kesimpulan mengenai literasi media digital pada kampanye Greenpeace Id di media sosial Instagram dalam perubahan perilaku masyarakat, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pada pelaksanaan kampanye yang dilakukan oleh Greenpeace Id perlu adanya kekonsistenan mengenai penyampaian informasi mengenai isu lingkungan kepada masyarakat.
2. Perlu adanya akun-akun seperti Greenpeace Id di media sosial Instagram maupun media sosial lain terkait dengan pemberian informasi positif dan *update*. Supaya fungsi dari media sebagai informasi bagi masyarakat dapat berjalan dengan baik yang tentunya merupakan informasi yang valid dan akurat.
3. Untuk masyarakat dalam hal ini *followers* maupun pengguna aktif media sosial untuk selayaknya lebih mencari informasi-informasi positif baik dalam menambah informasi maupun pengetahuan tetapi juga sebagai peningkatan literasi media digital masyarakat.