

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil di lapangan serta mengacu kepada tujuan penelitian dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

Strategi pesan yang digunakan oleh instagram @greenpeaceid sudah cukup bagus. Dari semua pesan yang disampaikan, hampir semua menggunakan unsur pesan efektif untuk menyampaikan tujuan pesan/informasi.

Pertama, dalam media sosial instagram, pesan visual sangat berpengaruh untuk menarik perhatian audiens. Memperhatikan isi konten/pesan supaya terlihat menarik dan memperhatikan waktu tayang/posting juga sangat penting agar pesan yang ditampilkan akan sampai secara maksimal.

Kedua, pemikiran yang menarik akan menciptakan minat dan membuat audiens tertarik juga memikat mereka sampai akhir pesan. Salah satu cara yaitu dengan menciptakan rasa ingin tahu. Dalam hal ini, Greenpeace melakukan observasi langsung untuk mengetahui keinginan masyarakat akan pesan yang dibutuhkan. Sehingga terdapat keselarasan akan pesan yang diunggah pada instagram @greenpeaceid terhadap target audiens.

Isi pesan @greenpeaceid yang menciptakan minat diawali dengan mengunggah pesan berisi informasi tentang bahaya sampah plastik untuk bumi dan makhluk hidup sekitarnya yang disertai dengan foto-foto asli hasil pengamatan. Rasa ingin tahu membuat audiens berminat untuk menunggu unggahan/postingan selanjutnya.

Ketiga, untuk menumbuhkan rasa percaya audiens, dibutuhkan pesan dengan data yang mendukung. Berdasarkan penelitian, pesan yang dilakukan oleh @greenpeaceid adalah dengan menggunakan dan menampilkan data-data sesuai dengan kenyataan/fakta yang diperoleh dari hasil pengamatan di lapangan.

Keempat, proses yang penting dalam persepsi adalah menanam pesan dalam ingatan audiens. Pesan yang dikenang oleh audiens Greenpeace adalah organisasi lingkungan yang melakukan aksi sosialnya secara langsung dengan melibatkan masyarakat dan banyak pihak terkait dan cara penyampaian informasi/pesan yang menarik dan ringan sehingga mudah dipahami audiens.

Kelima, pesan yang menyentuh emosi adalah pesan yang dapat menggugah selera/cara pandang orang yang melihatnya. Pesan yang disampaikan oleh Greenpeace berupa pesan visual. Kualitas fotografi yang mendukung membuat pesan visual Greenpeace menjadi bagus dan dapat tersampaikan dengan baik.

Keenam, pesan yang disampaikan oleh Greenpeace cukup informatif. Diantaranya menjelaskan program-program atau kegiatan yang dilakukan oleh Greenpeace dan memberi tips-tips, contohnya tips dalam mengurangi penggunaan bahan plastik dan memanfaatkan sampah menjadi barang yang dapat difungsikan serta pengolahannya.

Ketujuh, banyak pesan yang membujuk dengan mengunggah kembali foto-foto/postingan dari audiens atau masyarakat yang mengikuti langsung kegiatan Greenpeace di lapangan, dengan begitu akan membuat audiens yang lainnya merasa tertarik untuk mengikuti kegiatan Greenpeace lainnya.

Kedelapan, pesan dalam setiap unggahan yang sering dilakukan @greenpeaceid terbilang efektif menggiring audiens untuk bertindak. Karena beberapa kali @greenpeaceid melakukan lomba/*challenge* kepada audiens nya melalui instagram.

## **V.2 Saran**

Berdasarkan hasil di lapangan dan kesimpulan dapat diberikan saran sebagai berikut:

### V.2.1 Saran Akademis

1. Saran bagi akademis adalah lebih menggali lagi mengenai strategi pesan dalam media sosial instagram dengan cara banyak membaca buku-buku yang membahas tentang strategi pesan dalam sosial media.
2. Saran bagi akademis lainnya adalah lebih mempelajari mengenai unsur-unsur yang terdapat dalam strategi pesan.

### V.2.2 Saran Praktis

1. Saran bagi praktisi adalah meningkatkan kerjasama dengan organisasi peduli lingkungan yang serupa, agar setiap aksi-aksi yang berkaitan dengan lingkungan dapat berjalan lebih maksimal serta melibatkan masyarakat.
2. Greenpeace harus meningkatkan *postingan*/unggahan sesuai sasaran masyarakat yang dituju, sehingga pesan untuk menjaga lingkungan dan pengurangan penggunaan plastik yang disampaikan dapat diketahui dan dipahami.