

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pada Pada BAB V berisikan pembahasan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dikumpulkan oleh peneliti yang telah dijabarkan pada setiap bab penelitian. Berdasar pada tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Generasi Lestari dalam melaksanakan program kampanye. Penelitian yang bersifat replikasi dalam strategi komunikasi lingkungan yang sudah banyak dibahas oleh penelitian sebelumnya. Dapat terbilang penelitian ini bisa memunculkan kebaruan dalam bidang Ilmu Komunikasi karena peneliti belum menemukan penelitian terdahulu yang meneliti dan membahas mengenai strategi komunikasi lingkungan dibawah pengawasan asosiasi Pemerintah Kabupaten Lingkar Temu Kabupaten Lestari (LTKL) demi mewujudkan pembangunan lestari yang menjaga lingkungan dan menyejahterakan masyarakat lewat gotong royong multipihak. Objek utama pada penelitian ini yaitu Instagram @GenerasiLestari sebagai media kampanye. Sedangkan, subjek yang digunakan pada penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi lingkungan yang dijalankan.

Penelitian ini difokuskan untuk menjawab rumusan masalah yang terdapat pada 1.2 yaitu bagaimana strategi komunikasi lingkungan pada kampanye #GenerasiLestari melalui media sosial instagram. Strategi Komunikasi Lingkungan yang merupakan media yang digunakan untuk menginformasikan, mempersuasi, dan menyampaikan pesan kepada khalayak. Dengan meninjau Strategi Komunikasi Lingkungan sebagai bentuk komunikasi yang berkaitan erat dengan persoalan lingkungan, interaksi antarpelaku yang terlibat menjadi sangat penting. Sebuah interaksi yang saling memahami terkait isu dan permasalahan lingkungan yang dihadapi.

Pada penelitian ini, peneliti hendak mengeksplorasi bagaimana Unit Generasi Lestari dapat mengatasi persoalan Isu lingkungan yang perlu adanya komunikasi yang efektif supaya pesan dalam kampanye akan sadar lingkungan

dapat tersampaikan ke khalayak umum. Berangkat dari permasalahan tersebut, maka penelitian ini penting untuk dilakukan karena dalam implementasinya masih terjadi adanya missed information penyampaian pesan pada audiens. Peneliti akan mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi lingkungan yang dilakukan pada kampanye lingkungan #GenerasiLestari melalui Instagram. Berdasarkan perspektif yang berbeda, peneliti ingin melihat bagaimana strategi komunikasi lingkungan dari tahap awal hingga akhir kampanye. Kampanye yang dilakukan oleh #GenerasiLestari merupakan kampanye lingkungan yang berkelanjutan. Beracuan pada OKR (Objective and Key Result) pada Lingkar Temu Generasi Lestari yang memiliki visi misi membangun anak muda daerah Lestari agar lebih produktif dan berkembang khususnya pada lingkungan. Strategi komunikasi lingkungan yang dilakukan tentunya akan berbeda pada setiap lembaga, komunitas, maupun individu tergantung dari sudut pandang mereka.

Dalam memperoleh hasil dari penelitian ini, peneliti telah melakukan wawancara kepada 3 orang tim pelaksana yang merupakan bagian penting dalam proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi pada kampanye lingkungan #GenerasiLestari. Informan pada penelitian ini yaitu Yessi Febrianty sebagai informan 1, Juris Probo Bramantyo sebagai informan 2, dan Anastasya Firdauzi sebagai informan 3. Ke-tiga informan tersebut merupakan tim pelaksana dari kampanye #GenerasiLestari dengan bagian project officer pada informan 1, kemudian koordinator Generasi Lestari pada informan 2, serta knowlegde management LTKL. Alasan peneliti memilih informan dari pihak internal LTKL dan Unit Generasi Lestari ingin melihat dari sudut pandang yang berbeda sehingga memungkinkan bahwa dalam melaksanakan Strategi Komunikasi Lingkungan dengan cara yang berbeda.

Strategi komunikasi lingkungan yang dilaksanakan oleh Generasi Lestari yang berada di bawah naungan asosiasi Pemerintah Kabupaten Lingkar Temu Kabupaten Lestari (LTKL) yaitu melakukan stage 1 tahap penilaian yang merupakan tahap analisis situasi mengenai kebutuhan audiens dan analisis pihak yang turut andil dalam proses kampanye lingkungan tersebut meliputi komunitas, mitra yang expert dalam edukasi dan dinas terkait. Pada stage 2 tahap perencanaan, berlandaskan pada visi dan misi dari LTKL. Kemudian, stage 3 tahap produksi

pengemasan dan visualisasi disesuaikan dengan target, objektif kampanye lingkungan. Yang terakhir stage 4 tahap aksi dan refleksi, dengan menciptakan komunikasi yang interaktif yang mencapai objektif serta melakukan evaluasi dari hambatan-hambatan yang ada dan menekankan pada aspek sustainability campaign dalam melakukan edukasi untuk perubahan.

Pertama, temuan yang dihasilkan dari penelitian ini bagaimana cara Informan dalam melakukan tahap penilaian di mana mereka secara homogen melakukan riset sederhana melalui Media Instagram dan melakukan kunjungan. Kemudian melibatkan tokoh-tokoh yang dianggap penting dalam mendukung keberlangsungan program kampanye lingkungan. Hal tersebut disebabkan oleh inti dari suatu program kegiatan kampanye dimana pada sebelum melakukan kampanye harus melakukan riset terkait dengan kebutuhan program yang ingin dilaksanakan.

Kedua, temuan yang dihasilkan dari penelitian ini mengenai tahap perencanaan yang sangat mengedepankan visi dan misi LTKL dalam hal ini, melakukan perencanaan kampanye lingkungan dengan gotong royong pada semua pihak untuk dapat bisa bertransformasi menjadi Kabupaten yang mampu menjaga alam. Dan sekaligus mensejahterakan masyarakat melalui perbaikan rantai pasok dan hilirisasi industri ramah lingkungan dan ramah sosial berbasis masyarakat.

Ketiga, temuan yang dihasilkan dari penelitian ini mengenai tahap produksi yang memvisualisasikan pesan sesuai dengan karakter audiens, diharapkan audiens dapat menyerap informasi dengan baik. Sehingga proses edukasi dapat terlaksana. Hal ini disebabkan oleh target informan yang masih masuk dalam kategori anak muda di mana sering terjadinya kurang pada penerimaan pesan yang kompleks.

Keempat, temuan yang dihasilkan dari penelitian mengenai tahap aksi dan refleksi yang menggambarkan implementasi dari perencanaan tersebut ke dalam tahap aksi. Hal yang dilakukan informan untuk dapat bisa menciptakan komunikasi yang interaktif dengan melihat situasi dan momentum yang pas untuk dibawakan. Kemudian dari hasil yang mencapai rata rata 90% hingga 95% target dengan pengukuran dari respons audiens hingga pemahaman yang didapat. Segala bentuk evaluasi akan menjadi pengukuran pada sustainability campaign yang dilakukan oleh Generasi Lestari dengan menanamkan nilai dan dasar kepedulian terhadap lingkungan dengan menyasar anak muda menjadi agen perubahan. Kebaruan pada

penelitian ini adalah terletak pada strategi komunikasi lingkungan yang dilaksanakan oleh Unit Generasi Lestari dalam aku, kamu, kita #GenerasiLestari yaitu berdasarkan yang audiens butuhkan. Melakukan studycations, mentoring hingga greenjobs yang menjadi pelopor jalur karier yang ramah lingkungan. Program kampanye tersebut menjadi lambang perekonomian dan masyarakat yang lebih berkelanjutan serta mampu melestarikan lingkungan untuk generasi sekarang dan generasi yang akan datang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki dua jenis saran yaitu saran akademis dan saran praktis sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran Akademis

1. Penelitian ini berguna untuk memperkaya kajian penelitian sejenis sebagai sumber pengetahuan yang berkaitan dengan strategi komunikasi lingkungan.
2. Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian ini, penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian replikasi dengan menggunakan informan dari target *segment* gerakan kampanye lingkungan Generasi Lestari ini untuk melihat efektivitas dari strategi komunikasi lingkungan yang mereka kerjakan dari sudut pandang penerima pesan.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Temuan ini dapat digunakan sebagai masukan bagi organisasi pemerintahan dan organisasi nirlaba sejenis dalam penyusunan strategi komunikasi.
2. Sebagai wacana bagi pembaca akan adanya gerakan atau kegiatan pelestarian lingkungan.