

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Rumusan masalah serta tujuan penelitian ini menjadi dasar kesimpulan yang didapat pada penelitian ini yaitu untuk menjelaskan pengemasan pesan *zero waste lifestyle* pada akun media sosial Instagram @zerowaste.id\_official pada periode mulai dari Februari 2023 sampai dengan Februari 2024. Secara umum, penelitian ini menemukan segala konten yang terdapat di akun Instagram @zerowaste.id\_official yang ditunjukkan yaitu ingin menginformasikan, mengedukasi serta menginspirasi kepada masyarakat luas terkait menerapkan *zero waste lifestyle* dalam kehidupan sehari-hari sebagai bentuk aksi nyata dari kepedulian terhadap kondisi lingkungan saat ini. Berbagai informasi serta project yang dilakukan oleh Zero Waste Indonesia yang bisa dijadikan konten untuk mempersuasi masyarakat.

Hasil temuan dari data analisis isi pada penelitian ini didapatkan berdasarkan konten yang terdapat di akun Instagram @zerowaste.id\_official pada periode Februari 2023-Februari 2024 yang sesuai dengan beberapa kategori unit analisis yang telah ditetapkan yaitu Bentuk Pesan, Tema Pesan, Bentuk Konten dan Jenis Konten. Temuan menarik pada penelitian ini adalah peneliti menemukan bahwa @zerowaste.id\_official mengemas pesan cenderung membahas tutorial gaya hidup nol sampah yang bisa dilakukan oleh publik mulai dari lingkungan rumah, lingkungan kerja atau lingkungan sekitar.

Tak hanya itu, temuan menarik yang didapatkan oleh peneliti adalah pada kategori bentuk konten tulisan yang terdapat di akun Instagram @zerowaste.id\_official merupakan bentuk quotes atau potongan kalimat dari sumber buku atau ucapan seseorang dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang berkaitan terkait *zero waste lifestyle*.

**Pertama**, pada kategori bentuk pesan adalah dalam penyampaian pesan, walaupun bisa dilakukan dengan pendekatan yang lebih umum, penting untuk memperhatikan dan mengarahkannya agar tujuan komunikasi tercapai sesuai yang diinginkan. Yang di mana bentuk pesan pada penelitian ini dibagi menjadi tiga yaitu

Informatif, Persuasif dan Koersif. Pada akun Instagram @zerowaste.id\_official pada kategori bentuk konten yang paling sering digunakan dan dibuat adalah Informatif dengan jumlah konten 46 atau dengan presentase 76.67%. Hal tersebut dikarenakan @zerowaste.id\_official secara khusus sebagai komunitas sebagai wadah yang memberikan segala pesan yang bersifat informatif bagi *audiens*. Pesan yang disampaikan pada konten Instagram bersifat informasi penting untuk diketahui oleh publik karena dilengkapi dengan data dan fakta yang nyata.

**Kedua**, pada kategori Tema pesan dalam akun Instagram @Zerowaste.id\_official dibagi menjadi tiga yaitu *Campaign*, Tutorial Minim Sampah dan Kolaborasi. Dalam akun Instagram @zerowaste.id\_official pada konten tema pesan yang paling sering dibagikan adalah Tutorial Minim Sampah dengan total konten 46 atau 76.67% dari keseluruhan 60 konten sebagai unit analisis. Pada tema pesan tersebut Zero Waste Indonesia berpegang teguh pada tujuan komunitas. Hal itu dikarenakan tema pesan Tutorial Minim Sampah sebagai pesan yang disampaikan dalam bentuk mempromosikan gaya hidup minim sampah untuk dilakukan oleh khalayak. Hal ini menjadi alasan bahwa tema pesan Tutorial Minim Sampah ini menjadi pesan utama yang disampaikan melalui akun Instagram @zerowaste.id\_official untuk masyarakat lebih membiasakan diri untuk menerapkan gaya hidup nol sampah di kehidupan sehari-hari, mulai dari rumah, lingkungan kantor, hingga lingkungan tempat umum.

**Ketiga**, kategori bentuk konten yang disajikan pada akun media sosial Instagram @zerowaste.id\_official adalah membuat bentuk konten Kombinasi. Yang di mana, bentuk konten kombinasi ini paling banyak dibuat oleh Zero Waste Indonesia. Total bentuk konten Kombinasi yaitu 52 dengan presentase 86.67%. Hal itu dikarenakan Zero Waste Indonesia menyajikan berbagai informasi dalam satu bentuk feeds yang dilengkapi oleh video, gambar, hingga tulisan yang menggambarkan dari suatu informasi. Dalam bentuk kombinasi ini @zerowaste.id\_official bisa menggunakan 5 atau lebih gambar dalam satu postingan kombinasi. Tak hanya itu, penggunaan tulisan pada bentuk konten kombinasi ini menggunakan kalimat yang singkat, menarik dan mudah dipahami serta dimengerti oleh pengikutnya. Bentuk konten ini dibuat oleh Zero Waste Indonesia agar dapat memperjelas informasi yang dibagikan dengan dilengkapi

visual dan tulisan, sehingga pengikutnya dapat melihat dan membaca dengan jelas untuk mengikuti arahan dari informasi yang ada.

**Keempat**, pada penelitian ini peneliti melihat dari kategori jenis konten yang terdapat di akun Instagram @zerowaste.id\_official. Kategori jenis konten yang ada pada akun media Instagram @zerowaste.id\_official yang paling banyak digunakan adalah jenis konten Informasi dengan total konten 29 atau 48.33%. Mulai dari informasi berdasarkan data dan fakta maupun informasi yang juga dapat mengedukasi hingga menambah pengetahuan pengikutnya. Konten informasi ini lebih dipertegas dengan adanya data nyata yang dibagikan oleh @zerowaste.id\_official. Konten informasi ini berupa infografis, video, atau tulisan. Untuk memberi tahu orang lain tentang pentingnya mengikuti pola gaya hidup nol sampah dan limbah yang berkaitan dengan keberlangsungan lingkungan hidup, konten dikonfirmasi di akun Instagram @zerowaste.id\_official. Selain itu, konten informasi ini akan menampilkan kegiatan resmi @zerowaste.id\_official yang berkaitan dengan tindakan lingkungan yang nyata.

Jika dilihat dari keseluruhan konten yang ada pada @zerowaste.id\_official kesimpulannya adalah Zero Waste Indonesia mengemas pesan terkait *zero waste lifestyle* dalam berbagai berbagai macam cara. Hal tersebut juga dilihat dari banyaknya *likes*, komentar serta *share* yang ada pada setiap konten. Dikarenakan, hal itu menunjukkan adanya *respons* dan persetujuan dari masyarakat terhadap konten yang dibuat oleh Zero Waste Indonesia.

Penelitian terkait pengemasan pesan *zero waste lifestyle* pada akun Instagram @zerowaste.id\_official terkait gaya hidup nol sampah ini banyak ditemukan. Hal ini disebabkan adanya observasi langsung yang digunakan oleh peneliti dalam menyusun penelitian ini. Sehingga, temuan yang terdapat pada penelitian ini dapat memberikan perspektif dan wawasan baru terutama mengenai jenis konten yang bersifat menginformasikan sehingga dapat meningkatkan kesadaran dan aksi nyata masyarakat terkait isu sampah yang merupakan bagian dari isu lingkungan.

## 5.2. Saran

Hasil pada temuan penelitian ini dapat memberi tahu suatu pengemasan pesan edukasi *zero waste lifestyle* pada akun Instagram @zerowaste.id\_official dalam keseluruhan konten-konten yang bersifat informatif hingga adanya aksi campaign dalam menangani sampah pakaian dalam periode Februari 2023 – Februari 2024. Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa konten yang sering digunakan oleh @zerowaste.id\_official ialah melalui bentuk pesan informatif, tema pesan tutorial minim sampah, bentuk konten kombinasi dan jenis konten informasi. Namun, terdapat keterbatasan pada penelitian ini.

### 5.2.1. Saran Akademis

1. Analisis Isi Kualitatif digunakan penelitian ini terkait pengemasan pesan *zero waste lifestyle* pada komunitas lingkungan yaitu akun Instagram @zerowaste.id\_official. Sehingga, penelitian berikutnya dapat melakukan studi komparasi pesan *zero waste lifestyle* yang dirancang oleh *content creator* untuk melihat persamaan atau perbedaan keseluruhan konten yang diunggahnya.
2. Penelitian berikutnya dapat melakukan analisis efektivitas pesan *zero waste lifestyle* pada media Instagram. Sehingga nantinya dapat mengetahui bagaimana khalayak dapat merespons dan menafsirkan pesan yang diterima dari konten di akun media Instagram @zerowase.id\_official

### 5.2.2. Saran Praktis

Saran praktis pada penelitian ini ialah temuan yang didapat ini diharapkan bisa digunakan oleh sejumlah kalangan, pertama adalah menjadi acuan atau referensi bagi komunitas yang ingin lebih menyajikan konten yang mengedukasi, menginspirasi dan mempersuasi dalam akun Instagramnya. Kedua, penelitian ini diharapkan sebagai masukan untuk konten kreator @zerowaste.id\_official dalam meningkatkan konten yang melibatkan *audiens* serta lebih beragam agar dapat

menggerakan aksi dari anak muda untuk kesadaran akan lingkungan. Sehingga, dengan adanya keterlibatan *audiens* dan anak muda dapat mendorong partisipasi secara aktif dan konsisten.

