

BAB V

Penutup

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan temuan yang diperoleh, H0 ditolak dan H1 diterima, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pesan kampanye #KerenTanpaNampah terhadap sikap *followers* Instagram @thebodyshopindo.impact. Berdasarkan hasil uji korelasi, terdapat hubungan yang cukup berarti antara variabel pesan kampanye #KerenTanpaNyampah dengan sikap *Followers* Instagram @thebodyshopindo.impact, yang artinya bahwa responden memiliki penilaian yang positif dan kecenderungan sikap yang positif terhadap kampanye, seperti mengumpulkan botol bekas dan membeli botol *refill* The Body Shop.

Kemudian diperoleh hasil bahwa terdapat perempuan dengan usia 20-25 tahun, dan dengan pemakaian The Body Shop selama 1 tahun memiliki penilaian dan sikap yang positif terhadap pesan kampanye #KerenTanpaNyampah. Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka H0 ditolak dan H1 diterima, yang mempunyai arti adanya pengaruh antara pesan kampanye #KerenTanpaNyampah terhadap sikap *followers* Instagram @thebodyshopindo.impact.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Peneliti berharap ada peneliti lain yang mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dengan menggunakan metode lain dan lebih rinci. Sebuah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode penelitian untuk memberikan pengaruh signifikan terhadap pesan kampanye di Instagram @thebodyshopindo.impact.

V.2.2 Saran Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat mencakup hal-hal berikut, yakni terdapat saran dan ulasan untuk pengelola akun Instagram @thebodyshopindo.impact agar dapat membuat kampanye sosial yang lebih menarik perhatian dan keikutsertaan masyarakat. The Body Shop sudah menerapkan pesan kampanye dengan indikator isi pesan, yakni dengan materi pendukung, pendekatan emosional, pendekatan rasa takut, dan struktur pesan, yakni pernyataan kesimpulan secara lengkap dan baik, namun strategi penyampaian pesan kampanye tetap harus dimaksimalkan.

V.2.3 Saran Sosial

Hasil penelitian ini dapat mencakup hal-hal berikut, yakni terdapat saran dan ulasan untuk publik dalam penerapan penyampaian sebuah pesan kampanye yang dilakukan melalui media sosial Instagram. Penyampaian pesan kampanye yang sesuai dan tepat harus dilaksanakan dengan menyesuaikan materi pendukung, pendekatan emosional, pendekatan rasa takut, untuk mencapai hasil kampanye yang

maksimal. Kemudian harus menyesuaikan dengan bagaimana karakteristik pengguna dari sebuah *brand* atau perusahaan.

Daftar Pustaka

Buku :

- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Alyusi. (2016). *Media Sosial : Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial* (Edisi 1). Kencana.
- Azwar. (2010). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya* (Edisi ke-2). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Beda, S. D. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pesan Kampanye #BerkainGembira terhadap Sikap Generasi Z Pada Penggunaan Kain Tradisional. *MEDIAKOM*, 5(2), 197–220. <https://doi.org/10.32528/mdk.v5i2.7262>
- Bourne. (2022). *Public Relations and the Digital Professional Discourse and Change*. London: Palgrave Macmillan.
- Broom, & Sha. (2013). *Cutlip & Center's Effective Public Relations* (Eleventh Edition). America: Pearson.
- Chaffey, & Chadwick. (2016). *Digital Marketing, Strategy, Implementation, and Practice* (Sixth Edition). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- E Book Research Design Cressweell 2014*. (n.d.).
- Effendi, & Tukiran. (2012). *Metode Penelitian Survei* (Revisi; Effendi, Ed.). Jakarta: LP3ES.
- Fawzan. (2023). *Organizational Behavior* (I; D. Susita, Ed.). DI Yogyakarta: Samudra Biru.
- Gregory. (2010). *Planning and Managing Public Relations Campaigns A Strategic Approach* (Third Edition). New Delhi: Kogan Page.
- Kriyantono. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Cetakan ke-7). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kriyantono. (2017). *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal : Aplikasi Penelitian dan Praktik* (Cetakan ke-2). Jakarta: Kencana.
- Kriyantono. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Moerdjiati. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi Revisi). Surabaya: PT Revka Petra Media.
- Nugraha. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (Susanto, Ed.). 2021: CV. Pradina Pustaka Grup.
- Page, & Parnell. (2019). *Introduction to Strategic Public Relations Digital, Global, and Socially Responsible Communication*. California: SAGE Publications, Inc.

- Perloff. (2017). *The Dynamics Of Persuasion Communication and Attitudes In The 21st Century* (Sixth Edition). New York: Routledge Taylor and Francis Group.
- Ruslan. (2013). *Kampanye Public Relations: Kiat dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Seitel. (2017). *The Practice of Public Relations* (Thirteenth Edition; Wall, Ed.). England: Pearson Education Limited.
- Siregar. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Revisi; Hutari, Ed.). Jakarta: PT Bumi Raya.
- Skinner, Mersham, & Benecke. (2013). *Handbook of Public Relations* (Tenth Edition). Oxford University Press Southern.
- Sugiyono. (1999). *Statistika Untuk Penelitian* (Cetakan ke 2; Nuryanto, Ed.). Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Sujarweni. (2023). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suryadi. (2019). *Suryadi* (Cetakan pertama; Latifah, Ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Ananda, Ed.). Bandung: Citapustaka Media.
- Venus. (2019). *Manajemen Kampanye* (Revisi; Soenendar, Ed.). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Wawan. (2011). *Teori & Pengukuran PENGETAHUAN SIKAP DAN PERILAKU MANUSIA*. Yogyakarta: Mulia Medika.

Jurnal

- Akbar. (2023). *Pengaruh Terpaan Media Live Shopping Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian @theoriginote*. 1(4), 109–111.
- Anshori. (2021). *Pengaruh Relasi Budaya dalam Pesan dan Saluran Politik terhadap Sikap Pemilih: Studi Kasus di Pilkada Kota Medan Tahun 2020 The Influence of Cultural Relations in Messages and Political Channels on Voters' Attitudes: A Case Study of the 2020 Medan Mayoral Election*. *Jurnal Pikom*, 22(2), 177–188.
- Id, //Ojs Stiami Ac, Syafrikurniasari, N., & Widiani, P. (2020). *Pengaruh Pesan Kampanye No Straw Movement Di Media Sosial Terhadap Perubahan Sikap Publik*. 4(1), 17–26. Retrieved from <http://ojs.stiami.ac.id>

- Kaligis, R. A. W., Pratiwi, A., & Anshari, F. (2020). Analisis Pengaruh Kampanye Public Relations #SaveGBK dan Identitas Sosial Pada Sikap Jakmania Depok. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 154. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i2.3539>
- Mara. (2019). Analisis Gaya Bahasa Sindiran Halus Dalam Syair Didong Jalu Arita Mude dan Biak Cacak. *Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 13(1), 75.
- Maryam, S., Priliantini, A., & Studi Ilmu Komunikasi, P. (2018). PENGARUH KAMPANYE "LET'S DISCONNECT TO CONNECT" TERHADAP SIKAP ANTI PHUBBING (SURVEI PADA FOLLOWERS OFFICIAL ACCOUNT LINE STARBUCKS INDONESIA) INFLUENCE OF THE CAMPAIGN "LET'S DISCONNECT TO CONNECT" ON ANTI PHUBBING ATTITUDE (SURVEY IN LINE STARBUCKS INDONESIA OFFICIAL ACCOUNT FOLLOWERS). In *Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika* (Vol. 7).
- Morissan, M. (2020). EFEKTIVITAS KAMPANYE ANTI-ROKOK DI INDONESIA (Pengaruh Iklan Anti-Rokok terhadap Keinginan Berhenti Merokok). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 13(1), 5. <https://doi.org/10.14421/pjk.v13i1.1682>
- Prihantoro, E., & Ohorella, N. R. (2020). APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN SESUAI PANDUAN WHO TERHADAP KESADARAN HIDUP SEHAT MAHASISWA. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 144–153. <https://doi.org/10.35760/mkm.2020.v4i2.3602>
- Priliantini, A., Krisyanti, K., & Situmeang, I. V. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID) DOI: 10.31504/komunika.v9i1.2387. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.2387>
- Pronityastuti. (2017). THE EFFECT OF GENDER DIFFERENCES ON PRO ENVIRONMENTAL BEHAVIOR IN DIRECTORATE GENERAL BINAPENTA&PKK, MINISTRY OF MANPOWER, 2016. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Lingkungan Dan Pembangunan*, 18(1), 24.
- Ramadhanty, P., Mei Ulina Malau, R., Telekomunikasi No, J., & Buah Batu, T. (2020). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING CONTENT INSTAGRAM @KEDAIKOPIKULO TERHADAP SIKAP KONSUMEN (Vol. 3).
- Suhardin. (2016). PENGARUH PERBEDAAN JENIS KELAMIN DAN PENGETAHUAN TENTANG KONSEP DASAR EKOLOGI TERHADAP KEPEDULIAN LINGKUNGAN studi *expost Facto di sma Negeri 7 Depok tahun 2015*. 14(1), 124.
- Venturini, F. K., Lubis, F. O., Oxygentri, O., Universitas, 2&3, Karawang, S., & Waluyo, J. H. R. (2021). Pengaruh Tayangan 2gether: The Series Terhadap Sikap Toleransi Perempuan Mengenai Homoseksual. *Jurnal Lugas*, 10(1), 10–20. Retrieved from <http://ojs.stiami.ac.id>

Wahyu, P., Sari, M., Sushanti, S., Si, M., Made, I., Wiranata, A., ... Sosial, I. (n.d.). *UPAYA THE BODY SHOP DALAM MENDUKUNG PENERAPAN PRINSIP FAIR TRADE DI BIDANG LINGKUNGAN DALAM AKTIVITAS BISNISNYA.*

Wardani. (2020). PENGARUH UMUR DAN GENDER TERHADAP SIKAP PEDULI LINGKUNGAN PADA MASYARAKAT DIKAMPUNG NELAYAN SEJAHTERA KELURAHAN SUMBER JAYA KOTA BENGKULU. *Naturalis: Jurnal Penelitian Pengelolaan Sumber Daya Alam Dan Lingkungan*, 9(2), 91.

Website :

- Ahdiat. (2023, November 17). Ini Isu Lingkungan Paling Meresahkan Anak Muda. Retrieved December 8, 2023, from [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/17/ini-isu-lingkungan-yang-paling-meresahkan-anak-muda-indonesia) website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/17/ini-isu-lingkungan-yang-paling-meresahkan-anak-muda-indonesia>
- Annur. (2022, September 16). Survei: Semakin Banyak Anak Muda yang Peduli Terhadap Lingkungan. Retrieved December 8, 2023, from [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/16/survei-banyak-anak-muda-semakin-peduli-terhadap-lingkungan) website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/16/survei-banyak-anak-muda-semakin-peduli-terhadap-lingkungan>
- Bring Back Our Bottle. (n.d.). Retrieved March 23, 2023, from The Body Shop website: [https://www.thebodyshop.co.id/stories/bring-back-our-bottle#:~:text=OUR%20BOTTLE,-BBOB&text=Bring%20Back%20Our%20Bottles%20\(BBOB,pengolahannya%20digunakan%20untuk%20pemberdayaan%20masyarakat.](https://www.thebodyshop.co.id/stories/bring-back-our-bottle#:~:text=OUR%20BOTTLE,-BBOB&text=Bring%20Back%20Our%20Bottles%20(BBOB,pengolahannya%20digunakan%20untuk%20pemberdayaan%20masyarakat.)
- Defitri. (2022, December 20). Award4Change 2022 #MenapakBeriDampak Waste4Change Apresiasi Inisiatif Pengelolaan Sampah Bertanggung Jawab oleh Klien, Mitra, dan Penggiat Persampahan Indonesia. Retrieved March 23, 2023, from [waste4change](https://waste4change.com/blog/award4change-2022-menapakberidampak-waste4change-apresiasi-inisiatif-pengelolaan-sampah-bertanggung-jawab-oleh-klien-mitra-dan-penggiat-persampahan-indonesia/) website: <https://waste4change.com/blog/award4change-2022-menapakberidampak-waste4change-apresiasi-inisiatif-pengelolaan-sampah-bertanggung-jawab-oleh-klien-mitra-dan-penggiat-persampahan-indonesia/>
- Keren Tanpa Nyampah. (n.d.). Retrieved April 24, 2023, from The Body Shop website: <https://www.thebodyshop.co.id/blog/bbob-keren-tanpa-nyampah>
- Kurniawan. (2011, June 30). The Body Shop : Lingkungan Menjadi “Roh” Perusahaan! Retrieved December 10, 2023, from marketing.co.id website: <https://marketing.co.id/the-body-shop-lingkungan-menjadi-roh-perusahaan/>
- Masliani. (2021, December 6). Generasi Z, Sang Pemilik Rasa Empati dan Peka Sosial Tinggi. Retrieved December 8, 2023, from [frekuensinews.com](https://www.frekuensinews.com) website: https://www.frekuensinews.com/pendidikan/pr-2892042328/generasi-z-sang-pemilik-rasa-empati-dan-peka-sosial-tinggi#google_vignette

Merawat Keindahan Bumi, Garnier Luncurkan Program Green Beauty. (2020, December 20). Retrieved September 22, 2023, from Kompas.com website: <https://biz.kompas.com/read/2020/12/20/144213828/merawat-keindahan-bumi-garnier-luncurkan-program-green-beauty>

Pentingnya Daur Ulang Plastik Bekas Skincare. (2022, August 25). Retrieved September 23, 2023, from Waste4Change.com website: <https://waste4change.com/blog/pentingnya-daur-ulang-plastik-bekas-skincare/>

Ratriyana. (2023, October 24). Rendah Kepedulian Generasi Z akan Isu Lingkungan. Retrieved December 8, 2023, from koran.tempo.co website: <https://koran.tempo.co/read/lingkungan/485164/generasi-z-abai-isu-lingkungan>

Sampah Plastik 2021 Naik ke 11,6 Juta Ton, KLHK Sindir Belanja Online. (2022, February 26). Retrieved March 23, 2023, from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20220225173203-20-764215/sampah-plastik-2021-naik-ke-116-juta-ton-klhk-sindir-belanja-online>

Shafira. (2021, September 15). Aksi The Body Shop “Gaungkan Keren Tanpa Nyampah.” Retrieved March 23, 2023, from greeners.co website: <https://www.greeners.co/aksi/the-body-shop-indonesia-gaungkan-keren-tanpa-nyampah/>

Trijaji. (n.d.). The Body Shop Indonesia Punya Refill Station, Sediakan Botol Khusus untuk Isi Ulang Produk. Retrieved September 11, 2023, from kabarindo.com website: <https://kabarindo.com/post/the-body-shop-indonesia-punya-refill-station-sediakan-botol-khusus-untuk-isi-ulang-produk/30772>

Why Create Waste You Can Refill? (2021). Retrieved September 23, 2023, from thebodyshopindo.co.id website: <https://www.thebodyshop.co.id/about-us/refill-station>