

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Isi dan Struktur Pesan Kampanye #BijakKelolaSampah terhadap Sikap terhadap 3R *followers* @Waste4change dimediasi oleh Penerimaan Pesan”, adalah sebagai berikut:

Pertama, isi dan struktur pesan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap sikap terhadap 3R. Hal ini didapatkan dari Isi dan struktur pesan dari uji Kruskal-Wallis yang mayoritas menunjukkan tidak ada perbedaan antara isi pesan terhadap Sikap terhadap 3R dan struktur pesan terhadap sikap terhadap 3R. Jadi meskipun pesan kampanye sudah dinilai baik tetap tidak bisa memberikan pengaruh langsung untuk sikap terhadap 3R (*reduce, reuse, recycle*)

Kedua, penerimaan pesan memediasi isi dan struktur pesan terhadap sikap 3R. Hal ini didapatkan dari Isi dan struktur pesan dari uji Kruskal-Wallis yang mayoritas menunjukkan adanya perbedaan antara Isi dan struktur pesan terhadap penerimaan pesan, kemudian penerimaan pesan memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap 3R. Oleh karena itu, terbukti bahwa Isi dan struktur pesan tidak dapat mempengaruhi sikap secara langsung namun harus melewati penerimaan pesan. Hal tersebut juga didasari oleh teori *Social Judgment Theory* yang menjelaskan sebuah pesan harus melewati *ego-involvement* dan latitude untuk memiliki pengaruh terhadap sikap.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu, peneliti hanya membahas terkait ada atau tidaknya pengaruh pesan kampanye terhadap sikap dan tidak meneliti seberapa besar pengaruh tersebut. Kekurangan lainnya yaitu penelitian ini tidak bisa menggeneralisir pengaruh pesan kampanye terhadap sikap untuk seluruh *followers* @Waste4change, penelitian ini hanya berlaku untuk 351 sampel yang diambil.

## 5.3 Saran

Setelah mendapatkan hasil, kesimpulan, dan keterbatasan dari penelitian dapat ditemukan beberapa saran yang diperoleh dari penelitian ini, baik dari segi akademis maupun praktis

### 5.3.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya dapat meneliti Pesan Kampanye terhadap sikap dan dapat dapat mengkaji secara keseluruhan *Social Judgment Theory* dengan mencakup seluruh dimensinya dari *message*, *ego involvement*, *latitude (acceptance, rejection, non commital)*, hingga *assimilation/contrast effect* agar dapat melengkapi penelitian ini dan memperkaya penelitian serupa yang membahas topik ini.

### 5.3.2 Saran Praktis

@Waste4Change diharapkan terus melakukan kampanye #BijakKelolaSampah. Meskipun tidak ada pengaruh langsung terhadap Isi dan Struktur Pesan kampanye terhadap tujuan yang ingin dicapai (Sikap terhadap 3R), namun dapat dilihat bahwa isi dan struktur pesannya yang sudah tergolong baik menurut Venus (2018), dapat mempengaruhi penerimaan pesan sehingga, meskipun tidak memiliki pengaruh langsung, Isi dan Struktur Pesan kampanye dapat mempengaruhi sikap terhadap 3R melewati penerimaan pesan.