

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, strategi komunikasi *push*, *pull*, dan *pass edutourism* dapat mengedukasi masyarakat tentang pengelolaan sampah. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi bisa menjadi sarana untuk edukasi melalui beberapa strategi, bukan hanya untuk pemasaran pariwisata saja.

Terdapat beberapa strategi *push* yang digunakan untuk memberikan edukasi, salah satunya lewat diversifikasi program pengelolaan sampah untuk memperluas edukasi, kerjasama dengan organisasi lain untuk meningkatkan kredibilitas tentang proses pengelolaan sampah, memberikan pengalaman dalam proses edukasi seperti mengajak peserta mengumpulkan, memilah, dan mengelola sampah menjadi barang yang lebih bernilai. Sedangkan konten promosi dan iklan bertujuan untuk mempromosikan program, dan mendorong lebih banyak orang untuk mendapatkan edukasi tentang pengelolaan sampah.

Sedangkan di satu sisi, strategi *pull* digunakan untuk mengedukasi dengan menarik peserta secara organik melalui citra yang dimiliki Sebumi. Sebumi mengedepankan pengemasan program yang menarik, dengan konsep *learn*, *experience* dan *adopt*, sehingga bisa meningkatkan kepercayaan dari masyarakat. Sebumi juga berfokus pada konten media sosial yang edukatif untuk menyampaikan informasi tentang masalah pengelolaan sampah. Komunitas juga menjadi wadah informasi dan pengetahuan bagi para anggotanya.

Adanya komunitas Sobat Sebumi menjadi salah satu wadah informasi dan edukasi yang didirikan Sebumi. Melalui penelitian ini, ditemukan bahwa komunitas memainkan peran yang penting untuk menarik audiens melalui edukasi. Sebumi menciptakan ruang untuk edukasi dan diskusi tentang isu lingkungan yang ada, dan

memberikan alternatif untuk menguranginya. Komunitas juga sekaligus menjadi *pull strategy* Sebumi dalam memperkuat hubungan dan loyalitas.

Strategi *pass* dijalankan oleh Sebumi melalui ulasan yang baik, dan juga *word of mouth* yang terbentuk dari peserta yang telah mengikuti program. Melalui media sosial, Sebumi memanfaatkan strategi ini untuk memperluas jangkauan sehingga lebih banyak orang akan mendapatkan pesan edukasi. Terlebih, ulasan di media sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan wisatawan di era digital saat ini.

5.2 Saran

Adapun saran yang ingin diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian. Saran diuraikan menjadi dua bagian, antara lain saran akademis dan saran praktis. Berikut adalah saran dalam penelitian ini:

5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Hal ini mencakup lingkup objek yang diteliti, kedalaman informasi atau data, aspek pembahasan, dan struktur penulisan. Meskipun demikian, peneliti memiliki beberapa saran untuk penelitian selanjutnya:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti berikutnya yang ingin melanjutkan atau mengembangkan studi terkait strategi komunikasi khususnya *push*, *pull* dan *pass* dalam *edutourism* untuk mengedukasi tentang masalah *waste management*.
2. Peneliti berharap penelitian lebih lanjut tidak hanya terbatas pada edukasi tetapi juga mencakup aspek lain yang berkaitan dengan komunikasi atau mengenai isu lingkungan lain selain sampah. Peneliti berharap bahwa skripsi ini dapat menjadi

fondasi bagi penelitian lebih lanjut dan memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, peneliti ingin memberikan beberapa rekomendasi kepada Sebumi terkait program *edutourism* dan strateginya. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan program keberlanjutan yang telah diterapkan, guna meningkatkan edukasi ke masyarakat.

1. Mempertahankan dan mengoptimalkan program edukasi yang sudah berjalan saat ini. Tujuannya untuk mencapai keberlanjutan edukasi, dan menjangkau lebih banyak masyarakat.
2. Memperluas jangkauan program, tidak hanya di kota-kota besar. Membangun lebih banyak kerjasama dengan berbagai pihak, baik dengan media maupun organisasi lain. Tujuannya untuk meningkatkan kredibilitas dalam penyampaian edukasi dan menjangkau masyarakat yang lebih luas.
3. Meningkatkan publikasi dan media yang digunakan, tidak terbatas pada media sosial Instagram, seperti edukasi lewat webinar, *podcast*, ataupun alternatif lainnya. Dengan menggunakan berbagai saluran komunikasi, dapat menjangkau audiens yang lebih beragam dan pesan edukasi dapat diterima lebih banyak orang.
4. Memperluas topik edukasi selain pengelolaan sampah, dan mengangkat lebih banyak isu lingkungan yang menjadi kekhawatiran masyarakat. Hal ini bisa berdampak dalam meningkatkan kesadaran dan pengetahuan mengenai berbagai aspek lingkungan yang memerlukan perhatian.