

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa program SELARAS yang dijalankan oleh komunitas @Eathink.id telah menerapkan strategi komunikasi perubahan perilaku atau *Behavior Change Communication* (BCC) secara terstruktur dan relevan terhadap konteks *audiens* urban muda. Strategi BCC dalam program ini tidak berjalan secara linier atau satu arah, melainkan mengintegrasikan tiga pendekatan utama yang saling melengkapi: komunikasi *interpersonal*, pemanfaatan multimedia interaktif, dan pelibatan partisipatif komunitas. Ketiganya dirancang untuk membentuk kesadaran dan mendorong perubahan perilaku konsumsi pangan secara lebih efektif, terutama pada generasi milenial yang menjadi target utama program.

Pertama, pendekatan komunikasi *interpersonal* menjadi fondasi penting dalam membangun kedekatan emosional antara fasilitator dan peserta. Program ini memfasilitasi ruang pertemuan langsung seperti *walking tour*, sesi diskusi, dan lokakarya interaktif yang dirancang untuk membangun dialog dua arah. Dalam proses ini, peserta didorong untuk menyampaikan pandangan, pengalaman, dan refleksi pribadi terhadap isu keberlanjutan pangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi semacam ini memicu terbentuknya pemahaman yang lebih mendalam serta meningkatkan keterikatan emosional terhadap isu yang dibahas. Hal ini memperkuat argumen bahwa perubahan perilaku lebih sering terjadi ketika individu merasa dilibatkan secara personal dan tidak hanya menjadi objek kampanye.

Kedua, program SELARAS memanfaatkan berbagai bentuk media digital dan multimedia untuk memperluas jangkauan komunikasi serta memperkuat daya tarik pesan yang disampaikan. Konten edukatif berupa video pendek, infografis, reels Instagram, dan podcast YouTube disusun secara kreatif dan sesuai dengan gaya komunikasi generasi muda. Selain sebagai media diseminasi pesan keberlanjutan, platform digital juga digunakan untuk menjaga koordinasi internal antar relawan, mendokumentasikan aktivitas, dan memelihara keterlibatan komunitas dalam jangka panjang. Namun, temuan penelitian juga mengindikasikan bahwa keberhasilan media digital dalam proses edukasi masih sangat bergantung pada konsistensi produksi konten, kualitas visual, dan strategi distribusi yang adaptif terhadap tren media sosial. Dengan demikian, pemanfaatan media sebagai bagian dari strategi BCC harus terus dievaluasi dan disesuaikan dengan dinamika *audiens* digital.

Ketiga, aspek partisipatif menjadi ciri khas yang membedakan program SELARAS dari pendekatan komunikasi konvensional. Relawan muda tidak hanya menjadi sasaran pesan, tetapi juga aktor utama yang dilibatkan sejak tahap perencanaan, pengemasan, hingga penyebarluasan pesan. Keterlibatan ini bersifat aktif, di mana para relawan berperan sebagai fasilitator acara, moderator diskusi, pengelola media sosial, hingga kreator konten. Keterlibatan yang menyeluruh ini tidak hanya mendorong peningkatan kapasitas individu, tetapi juga menciptakan rasa kepemilikan (*sense of ownership*) dan tanggung jawab sosial terhadap isu keberlanjutan pangan. Selain itu, karena relawan menyebarkan pesan melalui jejaring pribadi dan komunitas mereka, efektivitas komunikasi meningkat secara

horizontal dan lebih organik. Ini menunjukkan bahwa strategi partisipatif bukan hanya alat untuk menggerakkan komunitas, tetapi juga fondasi dalam menciptakan transformasi sosial yang berkelanjutan dari dalam komunitas itu sendiri.

Jika dilihat melalui lensa *C-Planning*, strategi komunikasi program SELARAS menunjukkan siklus perencanaan yang lengkap dan terukur. Proses dimulai dari pemetaan *audiens* dan konteks sosialnya, dilanjutkan dengan pengembangan pesan yang sesuai dan media yang relevan, pelibatan aktor lokal sebagai pelaksana, hingga evaluasi berbasis partisipasi. Pendekatan ini juga memperhatikan prinsip SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound*) dalam menetapkan tujuan komunikasi dan indikator keberhasilan. Misalnya, dalam hal jangkauan media sosial, tingkat keterlibatan peserta, serta keberhasilan pelatihan dan lokakarya yang telah diselenggarakan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi perubahan perilaku tidak cukup hanya menyampaikan pesan secara informatif, tetapi harus mampu menggerakkan, melibatkan, dan menumbuhkan rasa tanggung jawab kolektif. Program SELARAS membuktikan bahwa perubahan perilaku terkait konsumsi pangan berkelanjutan dapat ditumbuhkan melalui pendekatan yang humanis, kontekstual, dan berbasis komunitas. Dengan melibatkan *audiens* sebagai mitra aktif, bukan sekadar objek pesan, strategi BCC dalam konteks ini mampu menghasilkan perubahan yang bukan hanya bersifat temporer, melainkan berkelanjutan dan dapat direplikasi oleh komunitas lain yang memiliki visi serupa terhadap keberlanjutan pangan.

5.2 Saran

Saran merupakan manifestasi dari penulis atas sesuatu yang belum ditempuh dan layak untuk dilaksanakan pada penelitian lanjutan. Saran dicantumkan karena peneliti melihat adanya kemungkinan untuk mengatasi masalah atau kelemahan yang ada, sejauh tidak terlepas dari ruang lingkup penelitian. Saran dibagi menjadi:

5.2.1 Saran Akademis

Secara akademis, penelitian ini membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut mengenai pendekatan *Behavior Change Communication* (BCC) dalam konteks perubahan pola konsumsi berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperdalam hubungan antara pendekatan BCC dan *outcome* jangka panjang, khususnya dalam membentuk kebiasaan konsumsi yang lebih bertanggung jawab di kalangan masyarakat urban. Selain itu, studi lanjutan juga dapat mempertimbangkan integrasi model sosio-ekologis guna memetakan pengaruh dari berbagai faktor, baik individu, sosial, maupun struktural, terhadap keberhasilan program seperti SELARAS. Pendekatan kuantitatif juga perlu dikembangkan untuk mengukur variabel seperti tingkat keterlibatan relawan, efektivitas media sosial sebagai kanal komunikasi, serta indikator perubahan perilaku yang dapat divalidasi melalui metode survei. Lebih jauh lagi, cakupan demografis juga penting untuk diperluas; perbandingan antara komunitas urban dan rural dalam mengimplementasikan program serupa akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika komunikasi dan adaptasi strategi yang dibutuhkan sesuai konteks lokal masing-masing.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini menemukan bahwa bagi organisasi seperti Eathink yang fokus pada isu *food waste* dan konsumsi berkelanjutan, keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh kekuatan pesan, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang konsisten dan kolaboratif. Oleh karena itu, disarankan agar organisasi semacam ini meningkatkan frekuensi produksi serta distribusi konten edukatif secara konsisten melalui media sosial guna memperluas jangkauan *audiens* dan mempertahankan relevansi isu. Selain itu, penting untuk memperkuat strategi reward atau bentuk apresiasi kepada relawan, misalnya melalui pemberian sertifikat, pengakuan publik, atau pelibatan dalam program lanjutan seperti mentoring. Untuk mendukung keberlanjutan jangka panjang, pembentukan jaringan alumni dari program yang telah dijalankan juga dapat menjadi strategi efektif dalam melahirkan agen perubahan di komunitas masing-masing. Lebih lanjut, organisasi dianjurkan untuk membangun kolaborasi lintas sektor, baik dengan lembaga pemerintah maupun mitra eksternal, agar advokasi dapat mencapai dampak sistemik. Terakhir, pengembangan modul pelatihan dan *toolkit* komunikasi berbasis pendekatan *Behavior Change Communication* (BCC) juga direkomendasikan, agar program serupa dapat direplikasi oleh komunitas lain yang memiliki visi dan misi sejalan.