

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan kampanye Asa Lestari Papringan yang berfokus pada peningkatan *awareness* dan perubahan sikap masyarakat Dusun Ngadiprono. Proses perancangan dan implementasi kampanye menggunakan model SOSTAC berhasil dijalankan dengan baik terbukti sesuai dengan karakter target audiens sehingga pesan kampanye dapat tersampaikan secara efektif kepada pemilik *homestay*, pemilik warung, dan warga setempat.

Dari sisi capaian digital, performa kampanye menunjukkan hasil yang positif. Target pengikut TikTok sebesar 50 *followers* berhasil dicapai, sementara Instagram memperoleh 93 *followers* dari target 100. Meskipun demikian, tingkat *engagement rate* di kedua platform justru melampaui target awal, dengan capaian 3,3% di Instagram dan 5,08% di TikTok. Adapun target *views* di Instagram berhasil dicapai dengan memperoleh 54.871 dari 40.000 *views*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun jumlah pengikut belum sepenuhnya memenuhi target, tingkat keterlibatan audiens terhadap konten kampanye tergolong tinggi dan berada di atas ekspektasi..

Pada sisi capaian non-digital, berhasil menyasar lebih dari 6 pemilik *homestay* dan 3 pemilik warung. Adapun strategi non-digital terbukti mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai cara memilah sampah dengan benar. Wawancara dengan pemilik *homestay* dan pemilik warung menunjukkan adanya perubahan nyata dan kini lebih memahami jenis pemilahan sampah, mengakui kemudahan dari fasilitas pilah baru, dan menyadari manfaat kebijakan belanja tanpa kantong kresek yang kini berjalan di Ngadiprono. Testimoni yang didapatkan juga menunjukkan bahwa kampanye tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk perubahan sikap sesuai tujuan awal karya.

Secara keseluruhan, kombinasi kampanye digital yang informatif dan kegiatan non-digital yang melibatkan partisipasi warga terbukti efektif dalam membangun kesadaran dan mendorong perubahan sikap. Namun, keterbatasan durasi kampanye menjadi tantangan dalam memperluas jangkauan audiens.

Oleh karena itu, keberlanjutan program diperlukan agar dampak perubahan sikap dapat terus dipertahankan dan berkembang dalam jangka panjang.

5.2 Saran

Dalam pelaksanaan *digital campaign* Asa Lestari Papringan, terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan rekomendasi atau saran yang dapat membuat pelaksanaan *digital campaign* lebih baik untuk kedepannya:

5.2.1 Saran Akademis

Setelah menjalankan proyek *digital campaign* Asa Lestari Papringan, terdapat beberapa saran untuk universitas yaitu universitas dapat memperbanyak materi praktik. Kampanye Asa Lestari Papringan berkembang menjadi program yang berkelanjutan dan penting. Sebagai refleksi, ditemukan bahwa pemberian durasi yang relatif singkat, seharusnya diberikan durasi sekitar 2-4 bulan agar proses penyampaian pesan, jangkauan audiens dan upaya untuk mendorong perubahan sikap dapat berjalan secara optimal. Diharapkan ke depannya program ini dapat dilanjutkan oleh adik tingkat lainnya dengan menyasar isu lingkungan yang lain.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan refleksi terhadap kekurangan atau tantangan yang terjadi saat menjalankan kampanye Asa Lestari Papringan, ada beberapa saran nyata yang bisa diberikan untuk mengatasi masalah yang ada dan meningkatkan kelanjutan program di masa depan. bagi pemerintah desa maupun pengelola Pasar Papringan, disarankan untuk memperpanjang durasi intervensi edukasi lingkungan dan menjadikannya program rutin, tidak hanya berbasis kampanye temporer. Karena penting untuk mendukung perubahan perilaku masyarakat dengan menyediakan alternatif ramah lingkungan.