



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis dapat menarik kesimpulan dari penelitian mengenai Strategi SayangBandung dalam mengkampanyekan perilaku buang sampah yang benar periode November 2014 – Oktober 2015 adalah Komunitas SayangBandung melaksanakan keenam langkah dari tujuh langkah perumusan strategi kampanye yang dirancang oleh Sally J. Patterson dan Janel M. Radtke (2009) dimulai dari mempersiapkan perencanaan, melakukan analisis situasi, menentukan *target audience*, menentukan objektif komunikasi, mengembangkan pesan, dan merumuskan strategi. Namun komunitas belum melakukan evaluasi terhadap kegiatan kampanye yang dilakukan dalam periode November 2014-Oktober 2015.

Strategi kampanye yang digunakan oleh SayangBandung adalah dengan memaksimalkan komunikasi melalui media sosial Twitter, menggunakan pihak ketiga untuk mempengaruhi *target audience*, serta memanfaatkan isu publik untuk menarik perhatian *target audience*. Strategi-strategi ini kemudian diimplementasikan ke dalam tiga program yang dilaksanakan dalam periode satu tahun, yaitu *meme* Neng Iis dan Kang Asep, pemasangan balon di Pasar Seni Kota Bandung 2014, dan Dino si pemakan botol plastik.

5.2 Saran

Berdasarkan proses penelitian yang dilakukan, peneliti mengemukakan beberapa saran berikut :

1) Saran Praktis

- a) Untuk menyempurnakan perencanaan komunikasi yang dirancang, komunitas sebaiknya menetapkan objektif komunikasi dengan lebih spesifik dan terukur agar memudahkan proses evaluasi di kemudian hari.
- b) Untuk memaksimalkan penyebarluasan pesan serta sebagai sarana memperkenalkan komunitas kepada publik, komunitas dapat mencoba membangun hubungan dan melakukan kerja sama yang baik dengan media lokal maupun nasional. Kemampuan media untuk menyebarkan pesan dan membangun citra komunitas di mata publik akan menguntungkan jika dapat komunitas manfaatkan dengan baik.

2) Saran Akademis

Peneliti melihat bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Sekiranya ada peneliti lain yang ingin memperdalam penelitian ini, maka peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian tentang pengaruh kampanye komunikasi yang dilakukan oleh komunitas SayangBandung ini.