

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan oleh penulis untuk menganalisa strategi kampanye komunitas *Earth Hour* dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya terkait permasalahan lingkungan. Dalam menganalisa strategi kampanye komunitas *Earth Hour* digunakan teori dari Ronald D. Smith, Riset Formatif adalah aktivitas yang bertujuan memperoleh informasi yang dapat dianalisis untuk mengetahui situasi yang akan diatasi. Pada fase Riset Formatif ini ada tiga tahap yaitu analisis situasi, analisis organisasi, dan analisis publik (Smith, 2012). Pada penelitian ini, rumusan masalah terjawab berdasarkan analisis data dan pembahasan data yang dikelola dan diperoleh melalui metode wawancara yang mendalam disertai dengan dokumentasi terhadap aktivitas kampanye *Earth Hour* Surabaya.

Hasil dari penelitian ini yaitu strategi kampanye yang dilakukan Komunitas *Earth Hour* memakai tiga tahap riset formatif, pertama analisis situasi, *Earth Hour* menganalisis lingkungan dengan menemukan simpulan bahwa Kota Surabaya adalah kota urban dan industri yang berarti daya konsumsi listriknya tinggi, tidak hanya itu *Earth Hour* juga menganalisis bahwa pertumbuhan industri hotel di Surabaya merupakan peluang yang potensial untuk berkolaborasi kampanye. Demikian pada analisis situasi, *Earth Hour* sudah melakukan langkah-langkah seperti melakukan *switch off* dan memilih bulan Maret sebagai waktu kampanye *Switch Off* karena

ingin menggaet simpati dan dukungan dari warga komunitas internasional. Strategi tersebut membentuk opini positif untuk kampanye *Earth Hour*. Kedua, analisis organisasi dapat diperoleh simpulan, *Earth Hour* Surabaya sudah melakukan di setiap kesempatan dalam program dan aktivitas kampanyenya selalu berusaha memakai materi yang sifatnya sustainable serta dapat didaur ulang. *Earth Hour* sudah melakukan langkah-langkah dengan menunjukkan kepada audiens bahwa gaya hidup peduli lingkungan tersebut memiliki sifat praktis dan ekonomis. *Earth Hour* Surabaya juga mengemas bentuk kampanye mereka dengan keseruan karena tema atau isu yang mereka bawa cukup serius, dengan mengemas dalam bentuk yang seru diharapkan dapat menarik atensi masyarakat. Hal tersebut mereka jalani pada kampanye turun langsung ke jalan dan kampanye media sosial. Ketiga, Analisis publik, dapat diperoleh simpulan, *Earth Hour* memiliki target kampanye mahasiswa, karena anggota dari *Earth Hour* Surabaya sendiri sedikit banyak berasal dari kelompok mahasiswa. Sehingga ada kemudahan akses dalam berkampanye kepada kelompok mahasiswa. Namun target kampanye EH pun tidak hanya kelompok mahasiswa saja melainkan publik lainnya seperti masyarakat umum, pekerja, dan anak – anak. *Earth Hour* Surabaya sudah melakukan langkah-langkah seperti memperhatikan target audiens mereka tidak hanya berdasarkan kemudahan akses saja namun juga mempertimbangkan lokasi dan tempat kampanye mereka.

5.2 Saran

Penelitian ini hanya terbatas pada aspek strategi kampanye saja. Dan untuk jumlah informan yang diwawancarai hanya 3 (tiga) orang saja. Wawancara pada

Koordinator *Earth Hour* lalu, Peserta *Eath Hour* dan,Ahli lingkungan. Berdasarkan keterbatasan penelitian tersebut , maka peneliti memberi masukan terkait pelaksanaan program ini menjadi lebih baik yaitu sebagai berikut:

1) Saran untuk penelitian selanjutnya

Dalam melakukan penelitian dengan judul dan teknik pengambilan data yang sama, hendaknya peneliti lebih memperdalam wawancara dengan pertanyaan - pertanyaan yang lebih teknis sehingga dapat memudahkan pengolahan informasi sebagai sumber data.

2) Saran untuk strategi kampanye

Sebelum merancang suatu rencana dan strategi kampanye harus diperhatikan mengenai analisis pada target dan sasaran dari audience sebuah program. Sehingga program yang dilaksanakan dapat berjalan dengan efektif dan pesan yang dibawa akan tersampaikan dengan baik. Selain itu juga perlu adanya peningkatan pada kampanye – kampanye melalui media offline untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas. Kampanye tersebut bisa berbentuk kerjasama dengan komunitas atau organisasi lain.