

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan mengenai (Judul), maka peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Sasaran:

Usaha barang bekas di Cirebon umumnya menargetkan pelanggan individu yang mencari barang dengan harga terjangkau dan kualitas yang baik. Sasaran ini mencakup berbagai lapisan masyarakat, dari mahasiswa hingga keluarga dengan anggaran terbatas. Selain pelanggan individu, pelaku usaha juga menysasar komunitas lokal yang peduli dengan keberlanjutan lingkungan dan pengurangan limbah. Ini termasuk kelompok-kelompok masyarakat yang aktif dalam kegiatan lingkungan atau komunitas peduli lingkungan.

2. Pesan:

Pesan utama yang disampaikan adalah tentang keberlanjutan dan pengurangan dampak lingkungan melalui penggunaan barang bekas. Komunikasi ini sering menekankan bagaimana membeli barang bekas membantu mengurangi limbah dan penggunaan sumber daya baru.

Selain pesan lingkungan, terdapat juga penekanan pada kualitas barang bekas yang masih layak pakai dan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan barang baru.

3. Media:

Banyak pelaku usaha menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk mereka. Media sosial ini efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan. Selain media sosial, usaha barang bekas juga sering menggunakan metode pemasaran lokal seperti spanduk, selebaran, dan pengumuman di tempat-tempat umum atau komunitas. Ini membantu dalam menjangkau pelanggan lokal yang mungkin tidak aktif di media sosial. Pelaku usaha juga terlibat dalam acara komunitas atau bazaar lokal untuk meningkatkan visibilitas dan menjalin hubungan dengan pelanggan. Ini memberikan kesempatan untuk menunjukkan produk secara langsung dan berinteraksi dengan pelanggan secara tatap muka.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, adapun saran atau rekomendasi yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha disarankan untuk meningkatkan pemanfaatan teknologi digital, seperti e-commerce dan aplikasi mobile, guna memperluas jangkauan pemasaran barang bekas sekaligus mengedukasi masyarakat tentang pentingnya daur ulang. Selain itu, memperluas kolaborasi dengan sekolah, universitas, dan komunitas lokal dalam program edukatif yang interaktif dan praktis dapat memperkuat dampak komunikasi lingkungan. Evaluasi dan

adaptasi strategi komunikasi secara berkala juga penting untuk memastikan pesan yang disampaikan tetap relevan dan efektif dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah sebaiknya memperkuat regulasi serta memberikan insentif bagi pelaku usaha yang berkontribusi dalam pengurangan limbah melalui daur ulang, termasuk dukungan finansial dan akses pasar. Peluncuran kampanye nasional yang mendorong pembelian barang bekas dan partisipasi dalam daur ulang sebagai bagian dari upaya pelestarian lingkungan juga perlu diprioritaskan. Selain itu, pemerintah dapat menyediakan fasilitas daur ulang yang lebih luas dan mudah diakses untuk mendukung usaha kecil dan menengah dalam mengelola limbah tekstil.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang dampak jangka panjang dari praktik daur ulang terhadap lingkungan dan ekonomi lokal di Kota Cirebon. Peneliti juga dapat mengeksplorasi efektivitas metode komunikasi baru dalam meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan remaja dan dewasa muda, serta menganalisis peran kolaborasi antara sektor publik, swasta, dan komunitas dalam mempercepat adopsi praktik daur ulang di masyarakat.