

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai strategi komunikasi Pandawara Group dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat kota Bandung dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. **Perencanaan** dilakukan pada beberapa tahapan di antaranya melakukan observasi masalah-masalah yang di lapangan, perencanaan program yang tepat untuk mengatasi masalah lingkungan, menentukan segmentasi masyarakat yang sesuai dengan program yang direncanakan, penyampaian isi dan pesan konten, dan terakhir ialah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat di kota Bandung.
2. **Tujuan** untuk memunculkan aspek sikap dan partisipasi masyarakat dalam menyelesaikan masalah lingkungan dan mengajak masyarakat untuk senantiasa menjaga kebersihan lingkungan di kota Bandung.

Tujuan pesan tersebut untuk membentuk pemahaman yang lebih dalam tentang konsekuensi dari dampak buruknya pengelolaan dan kesadaran dalam menjaga dan merawat lingkungan.

Dalam menjaga lingkungan, akan tetapi mendorong pihak lain agar turut berperan dalam menjaga lingkungan. Seperti komunitas, pemerintah, lembaga pendidikan, perusahaan dan elemen-elemen lainnya yang dianggap perlu berperan aktif untuk menjaga lingkungan. Oleh karena itu, munculnya Pandawara Group sebagai cerminan dari aksi peduli lingkungan, menjadi stimulus bagi masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan. Hal ini dilakukan dengan aksi sosial yang kreatif dan proaktif, dengan mengajak dan melakukan kampanye melalui platform media sosial TikTok dan memberikan dampak yang signifikan untuk menggerakkan masyarakat secara umum

3. **Pesan** yang disampaikan yaitu pertama mengenai Edukasi. Pesan yang disampaikan adalah pesan untuk membangun kesadaran masyarakat kota Bandung dalam menjaga lingkungan. Kedua berkaitan dengan informasi menyampaikan kegiatan-kegiatan Pandawara Grup. Dalam menyampikan isi pesan maka dilakukan pengelompokan pesan-pesan kepada penerima pesan. Sesuai dengan segmentasi yang telah ditentukan oleh Pandawara grup, agar masyarakat sebagai penerima pesan dapat menanggapi pesan yang disampaikan oleh Pandawara Grup. Pesan tersebut harus relevan dengan penerima pesan berdasarkan usia, tempat, dan psikologis penerima. Edukasi dilakukan oleh Pandawara Grup melalui program-program yang disusun dan diimplementasikan di lapangan bersama masyarakat kota Bandung. Seperti program Adobsi Sungai, Ajaraksa untuk program

pelajar, sharing knowledge di sekolah dan Universitas, dan program lainnya

4. **Media** yang digunakan yaitu online dan offline. Adapun media online yang digunakan ialah media sosial Instagram dan TikTok. Sedangkan media offline yaitu bertatap muka secara langsung dengan masyarakat melalui program-program yang dilakukan di lapangan. Penggunaan media sosial Instagram dan TikTok sebagai sarana utama untuk menyebarkan pesan-pesan dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat kota Bandung. Alasan Pandawara Group memilih Instagram dan Tiktok karena memungkinkan bagi mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, mudah untuk disebarkan, secara biaya juga lebih efisien, tujuan segmennya juga lebih spesifik, dan memiliki potensi besar dalam mempengaruhi audiens.

Strategi komunikasi Pandawara Group dalam membangun kesadaran lingkungan masyarakat Kota Bandung merupakan penerapan pendekatan komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat di Kota Bandung terkait isu lingkungan. Mereka kemungkinan menggunakan berbagai strategi komunikasi, seperti kampanye media sosial, keterlibatan langsung dengan masyarakat, serta kolaborasi dengan berbagai pihak untuk menyebarkan pesan mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Tujuan utama dari strategi ini adalah mengedukasi, menginspirasi, dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam upaya

pelestarian lingkungan, sehingga dapat menciptakan perubahan perilaku yang berkelanjutan dan positif bagi lingkungan sekitar.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Pandawara Grup

Peneliti menyarankan kepada Pandawara Grup untuk menggunakan media lain untuk menjangkau target yang lebih banyak maksimal. Misalkan penggunaan media sosial facebook. Pada saat ini masyarakat pada umumnya orangtua masih menggunakan facebook sebagai media jejaring sosial dan masih sangat minim menggunakan Instagram dan TikTok.

5.2.2 Saran Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai relasi Pandawara Grup dan Masyarakat dalam memaknai lingkungan hidup dan variabel lain yang berkaitan dengan ilmu komunikasi, lingkungan, dan Pandawara Grup. Sehingga menemukan temuan baru dalam memperluas khazanah di bidang ilmu komunikasi,