

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah mengkaji dan menganalisis hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa.

1. Greenpeace Indonesia sebagai organisasi berhasil menyampaikan pesan lingkungan yang kuat melalui media sosial Instagramnya yakni @greenpeaceid dengan lima teknik komunikasi utama yakni informatif, persuasif, pervasif, koersif, dan instruktif. Setiap teknik digunakan untuk menargetkan audiens yang berbeda, baik masyarakat umum maupun pemerintah, dengan harapan memengaruhi pemahaman, sikap, dan tindakan mereka terhadap isu-isu lingkungan.
2. Pesan-pesan Greenpeace yang disampaikan melalui Instagram sejalan dengan beberapa ajaran dalam Islam, seperti tidak membuat kerusakan, menghindari pemborosan, melestarikan sumber daya alam, mencintai dan menjaga ekosistem, dan memegang prinsip kebersihan. Konten Greenpeace yang mengandung nilai-nilai ini berpotensi lebih relevan dan memiliki resonansi yang lebih besar bagi masyarakat khususnya umat Islam, sehingga bisa menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam memperluas jangkauan kampanye lingkungan mereka di Indonesia.

Secara keseluruhan, teknik komunikasi Greenpeace yang beragam berhasil meningkatkan kesadaran dan respons masyarakat tentang pentingnya beralih ke energi terbarukan dan menjaga lingkungan. Temuan ini menekankan bahwa menghubungkan pesan lingkungan dengan nilai-nilai religius dan moral dapat memperkuat dampak komunikasi, dan bahwa media sosial seperti Instagram merupakan platform yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan lingkungan kepada masyarakat luas.

B. Saran

1. Saran Untuk Greenpeace
Greenpeace dapat terus mengembangkan dan mencoba variasi teknik komunikasi yang sesuai dengan karakter masyarakat Indonesia. Misalnya, lebih banyak menggunakan pendekatan instruktif dan *public* yang menghubungkan nilai-nilai agama dengan tanggung jawab lingkungan, karena ini terbukti relevan dan menarik bagi masyarakat dan menjalin kolaborasi dengan tokoh agama atau influencer. Hal ini dapat membantu memperkuat pesan

Greenpeace, terutama dalam memadukan ajaran agama dengan kesadaran lingkungan, yang 70ubl meningkatkan penerimaan 70ublic terhadap kampanye lingkungan.

2. Saran Untuk Khalayak

Masyarakat diharapkan dapat melihat media sosial bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai platform untuk mendapatkan edukasi mengenai isu lingkungan. Partisipasi aktif serta sikap kritis terhadap berbagi informasi yang mendukung pelestarian lingkungan, juga bisa berdampak positif dalam penyebaran kesadaran. Saran lain yakni masyarakat diharap melakukan aksi nyata, mulai dari langkah kecil seperti mengurangi penggunaan plastik, mendukung energi terbarukan, atau bahkan menyuarakan kepedulian lingkungan kepada pemerintah setempat.

3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan bisa meneliti konten Greenpeace di platform lain untuk mendapatkan pemahaman lebih menyeluruh tentang strategi komunikasi mereka, terutama jika setiap platform memiliki karakteristik audiens yang berbeda dan pengambilan sampel yang lebih lama.