

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil dari penelitian serta pembahasan yang sudah dianalisa dari pengumpulan data menggunakan cara wawancara mendalam kepada tujuh informan, maka peneliti mampu menarik kesimpulan akhir dari penelitian ini yang berjudul “Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Konten Peduli Lingkungan Pada TikTok @pandawaragroup” ini yaitu :

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa audiens menginterpretasikan pesan konten TikTok Pandawara Group tentang kampanye “Adopsi Sungai” melalui tiga kategori pemaknaan : hegemonic dominan, negotiated, dan oppositional, sesuai dengan teori encoding-decoding Stuart Hall.
2. Pada posisi Hegemoni Dominan, Mereka mengapresiasi aksi kampanye “Adopsi Sungai” yang menunjukkan aksi nyata yang dilakukan Pandawara untuk menjaga sungai dengan memasang trash barrier, yang dinilai efektif meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya peduli terhadap lingkungan, dan juga mengajak masyarakat agar ikut serta dalam menjaga lingkungan.
3. Pada posisi negotiated, beberapa audiens menerima pesan utama namun memberikan kritik, seperti menambahkan infografis pada setiap video nya agar masyarakat mengetahui fakta sebenarnya, dan juga pemilihan caption

yang singkat dimana fokus utama pada konten tersebut ada pada video bukan di captionnya.

4. Pada posisi Oppositional, audiens memahami pesan, tetapi menafsirkannya dengan cara yang bertentangan dengan maksud awal pembuat pesan, seperti nilai pesan yang disampaikan Pandawara, namun tidak merasa cukup tersentuh atau termotivasi untuk mengambil tindakan nyata.
5. Perbedaan latar belakang pengetahuan, pengalaman, dan nilai budaya (*Framework of Knowledge*) para informan memengaruhi cara mereka memaknai kampanye “Adopsi Sungai” Pandawara Group. Informan dengan latar belakang lingkungan atau organisasi cenderung mendukung dan merasa terhubung, sementara yang memiliki sudut pandang kritis atau minat di bidang komunikasi memberikan masukan terhadap efektivitas pesan. Hal ini menunjukkan bahwa pemaknaan pesan media sangat dipengaruhi oleh kerangka pengetahuan masing-masing individu.
6. Infrastruktur teknis TikTok memainkan peran krusial dalam interaksi dan distribusi konten, memfasilitasi penyebaran pesan lingkungan secara cepat dan luas. Mayoritas informan yang berdomisili di kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung memiliki akses yang baik terhadap TikTok, yang mempengaruhi cara mereka menerima dan menanggapi konten. Infrastruktur teknis TikTok tidak hanya mendukung distribusi konten, tetapi juga membentuk cara informan berinteraksi dan memberi makna terhadap pesan yang disampaikan dalam kampanye "Adopsi Sungai".

4. Relasi produksi dalam kampanye "Adopsi Sungai" oleh Pandawara menunjukkan bahwa informan berperan aktif sebagai agen perubahan, berkolaborasi dan menyebarkan pesan kepedulian lingkungan. Interaksi dinamis antara pembuat konten dan audiens menciptakan partisipasi yang memperluas dampak kampanye. Informan menunjukkan kesadaran kritis terhadap narasi yang disampaikan, serta keterhubungan personal dengan konten, yang berhasil memengaruhi pemikiran dan sikap mereka terhadap isu lingkungan. Secara keseluruhan, kampanye ini berfungsi sebagai alat untuk membangun kesadaran dan mendorong tindakan nyata di kalangan generasi muda.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Saran akademis ditujukan pada peneliti berikutnya. Dari hasil penelitian ini bisa disarankan untuk meneliti Konten Kreator lain bidang peduli lingkungan juga dengan tema lanjutan dengan penggunaan metode lain antara lain seperti menggunakan analisis sentimen, atau survei.

5.2.2 Saran Praktis

1. Pandawara Group dianjurkan untuk tetap konsisten dalam menghasilkan konten yang bersifat edukatif dan menginspirasi. Tidak hanya menampilkan kegiatan bersih-bersih, tetapi juga perlu menyampaikan informasi yang dapat membangun kesadaran jangka panjang. Selain itu, gaya komunikasi perlu dijaga agar tidak menimbulkan penolakan dari sebagian penonton. Eksplorasi format konten lain seperti infografis, narasi visual, atau video tutorial singkat juga

disarankan untuk memperdalam pemahaman audiens serta meningkatkan partisipasi mereka.

2. Kreator konten bertema lingkungan dapat mempertimbangkan visual yang menarik, dan pelibatan langsung masyarakat sebagai strategi yang efektif untuk menumbuhkan kepedulian lingkungan secara lebih luas.
3. Pemerintah dan lembaga lingkungan diharapkan menjalin kolaborasi dengan kreator digital seperti Pandawara Group sebagai sarana kampanye yang lebih relevan dengan generasi muda, sehingga pesan tentang pentingnya menjaga lingkungan dapat disampaikan secara lebih luas dan berdampak.
4. Para Pemerhati Lingkungan dapat menjadikan konten Pandawara Group sebagai contoh dan sarana advokasi yang kuat. Peran aktif dalam mendukung, meniru, atau menjalin kemitraan dengan inisiatif serupa sangat penting untuk memperbesar dampak edukasi dan mendorong tindakan nyata demi kelestarian lingkungan.