

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya fenomena sampah plastik yang ada di laut khususnya produk rumah tangga. Fenomena ini juga didukung oleh kebiasaan ibu rumah tangga yang mengonsumsi kemasan plastik sekali pakai. Dampak penggunaan tersebut memberikan pengaruh negatif yang tidak hanya memengaruhi sikap dari konsumen melainkan juga dampak kerusakan pada lingkungan yang disebabkan adanya limbah plastik hasil kemasan sekali pakai produk rumah tangga yang mencemari laut. Berdasarkan data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan pada tahun 2020, tingkat sampah nasional didominasi oleh produk rumah tangga. Adanya fenomena ini perusahaan Siklus Refil Indonesia (“Siklus”) mengagas sebuah gerakan yang dianggap dapat menjadi solusi sampah plastik produk rumah tangga di Indonesia. Gerakan ini dikenal masyarakat dengan nama #AyoIsiUlang yang mana kegiatan ini mengajak masyarakat agar lebih bijak lagi dalam penggunaan kemasan plastik dengan cara ikut memperpanjang usia pakai kemasan yang dapat digunakan dikemudian hari kembali.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti dapat diperoleh bahwa terdapat pengaruh signifikan yang nyata dihasilkan dari pesan Siklus Refill #AyoIsiUlang terhadap perubahan sikap peduli lingkungan pada *followers* akun Instagram @siklusrefill. Hasil perubahan sikap peduli lingkungan juga dipengaruhi oleh karakteristik *followers* sebanyak 85% didominasi jenis kelamin perempuan dibanding laki-laki, kategori usia 15-24 tahun sebanyak 50% dengan tingkat pendidikan sebanyak 46% tingkat S1. *Followers* dengan durasi 1-6 bulan mengikuti akun Instagram @siklusrefill memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta yang berdomisili di Jakarta dan Bekasi. Pesan #AyoIsiUlang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perubahan sikap peduli lingkungan pada akun Instagram @siklusrefill dengan memiliki nilai  $R Square > 0.67$  yaitu 0,683 yang termasuk kategori kuat.

## 5.2 SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, untuk penelitian selanjutnya yang melakukan analisis pada gerakan #AyoIsiUlang Siklus Refill disarankan mencari faktor-faktor pendukung lainnya yang mampu memengaruhi perubahan sikap selain peduli lingkungan, karena berdasarkan hasil data penelitian masih terdapat beberapa responden yang menyatakan bahwa perubahan sikap peduli lingkungan tidak hanya dapat terjadi apabila *audiencenya* hanya sekedar mengetahui dan membaca pesan tersebut, karena perubahan sikap akan terjadi apabila ada kemauan dari individu tersebut untuk melakukan perubahan.