

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Kertabumi Recycling Center merancang strategi komunikasi pemasaran sosial dalam mengatasi persoalan lingkungan sebagai upaya pencapaian *Sustainability Development Goals* (SDGs) Tujuan Ke 12 Dan 13. Strategi komunikasi yang diterapkan merupakan kombinasi komprehensif dari berbagai elemen komunikasi, termasuk komunikator, pesan, media, khalayak, dan efek, untuk mencapai hasil komunikasi yang optimal.

Kertabumi Recycling Center menggunakan model strategi komunikasi pemasaran sosial yang diuraikan oleh Kotler dan Roberto, yang terdiri dari enam tahapan yaitu analisis lingkungan pemasaran sosial, pemilihan target adopsi dan segmentasi, menentukan desain tujuan dan strategi, perencanaan program, pengorganisasian dan implementasi program, dan kontrol dan evaluasi program pemasaran sosial.

Tahapan pertama yaitu melakukan analisis terhadap lingkungan pemasaran sosial dengan menggunakan metode SWOT untuk mengetahui *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Sehingga Kertabumi Recycling Center dapat merencanakan penggunaan komunikator, penyusunan pesan, target sasaran, dan media yang digunakan sehingga terciptalah sebuah strategi yang dilakukan dalam mengelola sampah.

Tahapan kedua yaitu memilih target adopter dan segmentasi. Target sasaran dari komunitas Kertabumi Recycling Center adalah perusahaan (B2B), konsumen (B2C).

Tahap ketiga adalah perancangan tujuan dan strategi program sosial. Strategi yang dilakukan oleh komunitas Kertabumi Recycling Center adalah dengan mempromosikan kegiatan mereka melalui media sosial Instagram, TikTok, website, aktif diberbagai komunitas, mengedukasi masyarakat, memberikan *workshop online* secara gratis, serta menayangkan film dokumenter tentang sampah.

Tahap keempat adalah perencanaan program pemasaran sosial. Sebelum pelaksanaan kegiatan, komunitas Kertabumi Recycling Center melakukan perencanaan. Hal ini melibatkan beberapa langkah persiapan, seperti riset produk dan pengembangan program yang akan dilaksanakan, melakukan *social mapping*, serta melakukan *brainstroming* bersama anggota yang lain. Perencanaan dalam membuat konten di Instagram yaitu melakukan riset konten, membuat *content plan*, mengatur durasi video, dan menyusun *struktur dramatic content*.

Tahapan kelima yaitu pengorganisasian dan implementasi program pemasaran sosial. Komunitas Kertabumi Recycling Center memiliki beberapa program pengelolaan sampah yaitu *clean up*, *collecting poin*, edukasi tentang sampah ke sekolah dan masyarakat luas, serta kegiatan kerja sama dengan perusahaan. Pihak-pihak yang terlibat dan bertanggung jawab dari kegiatan ini yaitu anggota komunitas Kertabumi sesuai dengan keahlian masing-masing.

Tahapan terakhir yaitu mengontrol dan evaluasi program. Evaluasi dilakukan setiap minggu baik evaluasi secara internal maupun secara eksternal

dengan *client*. Evaluasi membahas tentang kegiatan apa saja yang sudah dilakukan, kekurangan, jumlah sampah yang diterima, kontribusi yang sudah dilakukan untuk lingkungan, dan apa saja yang perlu diperbaiki kedepannya. Selain itu, dalam evaluasi tersebut membahas rencana program atau kegiatan minggu selanjutnya.

5.2 Saran

Peneliti memberikan saran yang diharapkan berguna bagi pembaca, yaitu sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi peneliti lain agar dapat dijadikan referensi sebagai ide dan pengetahuan dibidang komunikasi pemasaran. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mampu menganalisis strategi komunikasi pemasaran sosial dengan metode analisis yang lain agar hasil penelitian lebih akurat dan jelas.

2. Saran Praktis

Saran yang dapat ditunjukkan untuk Kertabumi Recycling Center agar strategi komunikasi pemasaran dapat dijalankan dengan lebih baik lagi yaitu aktif di media sosial lain seperti TikTok sehingga dapat mengajak masyarakat lebih banyak lagi terkait pengelolaan sampah. Selain itu, diharapkan jam operasional Kertabumi Recycling Center juga dibuka pada hari *weekend* agar para pekerja dapat berkontribusi dalam menyumbang sampahnya.