

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tugas akhir ini berfokus pada produksi konten edukasi melalui platform TikTok sebagai salah satu strategi kampanye program *Semarang Wegah Nyampah* yang menyasar generasi Z. Dari keseluruhan proses mulai dari tahap perencanaan, produksi, hingga distribusi konten, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian.

Pertama, pemanfaatan media sosial terutama TikTok terbukti menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam menjangkau audiens muda. Generasi Z memiliki karakteristik yang akrab dengan teknologi digital, sehingga pendekatan berbasis konten singkat, visual, dan interaktif lebih mudah diterima dibandingkan metode sosialisasi konvensional. Hal ini memperlihatkan bahwa kampanye lingkungan akan lebih optimal apabila menggunakan medium yang sesuai dengan kebiasaan target audiens.

Kedua, konten yang diproduksi dalam bentuk video edukasi tidak hanya menyampaikan pesan informatif mengenai pentingnya pengelolaan sampah, tetapi juga berusaha membangun kesadaran bahwa keterlibatan setiap individu memiliki dampak signifikan terhadap kebersihan kota Semarang. Unsur narasi sederhana yang dikombinasikan dengan visual menarik membuat pesan kampanye lebih mudah dipahami serta meningkatkan peluang untuk dibagikan kembali oleh penonton.

Ketiga, strategi penggunaan TikTok menghadirkan keuntungan berupa potensi jangkauan luas dalam waktu singkat, mengingat algoritma platform ini mendukung penyebaran konten secara cepat melalui fitur *For You Page*. Akan tetapi, hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya hambatan, terutama terkait konsistensi distribusi dan pengelolaan interaksi audiens. Unggahan yang tidak terjadwal secara teratur dapat memengaruhi ketercapaian *engagement*, sehingga diperlukan manajemen konten yang lebih sistematis.

Keempat, meskipun dampak jangka panjang terhadap perubahan perilaku belum dapat sepenuhnya diukur dalam penelitian ini, indikator awal seperti jumlah penonton, interaksi melalui *likes* dan komentar, serta respon positif dari sebagian audiens memberikan gambaran bahwa pendekatan berbasis media sosial memiliki potensi besar. Dengan demikian, karya ini dapat menjadi rujukan awal bagi strategi kampanye lingkungan lain yang ingin menjangkau kelompok usia muda melalui media digital.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa produksi konten edukasi berbasis TikTok mampu mendukung tujuan program *Semarang Wegah Nyampah* dalam membangun kesadaran masyarakat mengenai isu pengelolaan sampah. Meski masih terdapat beberapa kendala, terutama pada aspek distribusi dan keberlanjutan kampanye, penelitian ini telah membuktikan relevansi media sosial sebagai instrumen strategis dalam menyampaikan pesan-pesan sosial dan lingkungan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran bagi Program *Semarang Wegah Nyampah*

Program *Semarang Wegah Nyampah* telah menunjukkan potensi besar dalam mengedukasi masyarakat, khususnya generasi Z, melalui pendekatan digital berbasis media sosial. Namun, efektivitas kampanye tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten semata, melainkan juga oleh strategi pengelolaan yang konsisten, keberagaman metode komunikasi, serta keterlibatan berbagai pihak yang mendukung keberlanjutan pesan. Oleh karena itu, beberapa langkah strategis perlu dipertimbangkan untuk memperkuat capaian program di masa mendatang. Berdasarkan temuan dalam tugas akhir ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan efektivitas program:

1. Konsistensi distribusi konten perlu disusun jadwal unggahan yang teratur, misalnya dua hingga tiga kali dalam seminggu, agar audiens terbiasa menerima pesan kampanye secara berkelanjutan. Konsistensi ini akan membantu menjaga atensi sekaligus membangun kedekatan emosional antara program dengan masyarakat.

2. Program *Semarang Wegah Nyampah* dapat memperluas jangkauan pesan dengan menggandeng *influencer* lokal, komunitas kreatif, maupun organisasi kepemudaan. Kolaborasi ini akan menciptakan variasi gaya penyampaian pesan sekaligus memperbesar peluang keterlibatan masyarakat.
3. Inovasi format konten untuk menarik minat audiens, variasi konten perlu terus dikembangkan, misalnya dengan mengadakan *challenge*, kuis interaktif, atau video kolaborasi bersama komunitas. Inovasi ini dapat meningkatkan partisipasi aktif dan memperkuat citra positif kampanye di kalangan Gen Z.
4. Setiap periode tertentu, program sebaiknya melakukan evaluasi berkelanjutan mendalam terhadap efektivitas konten, termasuk analisis *engagement rate*, jangkauan audiens, serta umpan balik masyarakat. Evaluasi ini menjadi dasar perbaikan strategi kampanye berikutnya.

5.2.2 Saran bagi Penulis Selanjutnya

Untuk peneliti atau penulis selanjutnya yang ingin melanjutkan kajian mengenai kampanye *Semarang Wegah Nyampah* melalui media sosial, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan. Pertama, melakukan analisis perbandingan efektivitas kampanye di berbagai platform seperti TikTok, Instagram *Reels*, dan YouTube *Shorts* guna mengetahui media yang paling sesuai dalam menjangkau generasi muda. Kedua, menelaah lebih jauh dampak jangka panjang kampanye terhadap perubahan perilaku masyarakat, misalnya melalui survei lapangan atau wawancara mendalam. Ketiga, meninjau pengaruh faktor sosial dan budaya terhadap penerimaan pesan kampanye, agar strategi komunikasi dapat lebih kontekstual dan tepat sasaran. Terakhir, melakukan studi mengenai bentuk kolaborasi antara pemerintah daerah, komunitas lokal, institusi pendidikan, maupun pihak swasta dalam memperkuat keberlanjutan program.

Dengan menggali aspek-aspek tersebut, penelitian lanjutan diharapkan mampu memberikan wawasan baru serta menghasilkan strategi komunikasi yang

lebih efektif dalam mendukung keberhasilan kampanye *Semarang Wegah Nyampah*.