

BAB IV

PENUTUP

Pada bab IV, penulis menyajikan penutup yang mencakup simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran. Bagian simpulan dalam bab ini merangkum hasil penelitian mengenai aktivitas *Public Relations* Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) dalam manajemen risiko penggunaan plastik untuk memberikan gambaran yang utuh mengenai temuan penelitian. Keterbatasan penelitian menguraikan berbagai kendala yang dihadapi penulis dalam proses penelitian. Sementara itu, bagian saran berisi rekomendasi bagi instansi serta masukan bagi penelitian selanjutnya agar dapat dijadikan acuan dalam pengembangan studi lebih lanjut terkait manajemen risiko plastik.

4.1 Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Public Relations* BRIN, khususnya dalam Fungsi Media Sosial, memiliki peran strategis dalam manajemen risiko penggunaan plastik dengan membangun kesadaran publik dan mendorong perubahan perilaku yang lebih ramah lingkungan. Sebagai lembaga riset nasional sekaligus pemimpin Kelompok Kerja 5 dalam Rencana Aksi Nasional Penanganan Sampah Laut, *Public Relations* BRIN tidak hanya menyebarluaskan informasi berbasis riset, tetapi juga mengimplementasikan kebijakan *internal* pengurangan plastik. Berdasarkan *Goals-Plans-Actions Model* yang dirumuskan oleh James Dillard, terdapat tujuan utama dari manajemen risiko ini yaitu, meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap

dampak plastik serta mendorong partisipasi berbagai pihak dalam upaya pengurangan plastik. Selain itu, juga berupaya menjaga citra lembaga sebagai pelopor riset dan inovasi lingkungan, serta mendorong kebijakan berbasis riset agar pengelolaan plastik dapat dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan.

Untuk mencapai tujuan tersebut, *Public Relations* BRIN menerapkan strategi komunikasi berbasis media sosial, pembuatan konten berbasis riset, serta kolaborasi dengan sektor industri daur ulang dan *influencer* lingkungan. Pendekatan interaktif seperti kuis, *trivia*, dan *giveaway* juga dimanfaatkan untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Strategi ini diwujudkan melalui kampanye "BRIN Menuju Nol Sampah Plastik", yang bertujuan meningkatkan kesadaran civitas BRIN dan masyarakat dalam mengurangi penggunaan plastik. Selain itu, BRIN menerapkan kebijakan *internal*, seperti himbauan penggunaan *tumbler* pribadi, pengurangan kemasan plastik dalam acara resmi, serta penyediaan tempat pembuangan khusus untuk botol plastik. Perilaku ini mulai diterapkan guna memberikan contoh kepada masyarakat untuk ikut mulai mengurangi plastik. Untuk memastikan efektivitas strategi komunikasi, *Public Relations* BRIN melakukan evaluasi berkala melalui analisis *engagement* media sosial, survei untuk mengukur efektivitas konten, dan penyesuaian strategi berdasarkan respons audiens. Evaluasi ini penting untuk menjaga relevansi kampanye pengurangan plastik.

4.2 Keterbatasan Penelitian

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah kurangnya data untuk mengukur secara langsung dampak kampanye terhadap perubahan perilaku di masyarakat. Hal ini disebabkan oleh metode penelitian yang hanya mengandalkan wawancara mendalam dengan pihak *internal* BRIN, yaitu Koordinator Fungsi Media Sosial BRIN, tanpa melibatkan audiens *external* sebagai responden.

4.3 Saran

4.3.1 Saran Instansi

Public Relations BRIN dapat mengembangkan konten interaktif yang lebih inovatif, seperti kampanye berbasis tantangan (*challenge*) di media sosial khususnya Instagram, terkait pengurangan penggunaan plastik atau daur ulang sampah plastik. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi aktif masyarakat, instansi/perusahaan dan sektor industri, memperkuat komunikasi dua arah dengan publik, serta memperluas jangkauan audiens.

4.3.2 Saran Penelitian

Penelitian ini, merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang berfokus pada analisis penerapan strategi *Public Relations* BRIN dalam manajemen risiko penggunaan plastik. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan metode kuantitatif guna memperoleh data responden dari masyarakat. Pendekatan ini dapat membantu mengukur efektivitas dan dampak langsung kampanye yang dilakukan oleh *Public Relations* BRIN terkait penggunaan

plastik, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih terukur mengenai perubahan perilaku serta tingkat keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan.