

BAB V **PENUTUP**

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif dengan fungsi pengetahuan digunakan untuk mengubah pola pikir melalui penyampaian pesan edukasi yaitu berbagi pengalaman dan wawasan terkait gaya hidup berkelanjutan dalam program-program menyangkut pangan, sandang, dan papan di Bhumi Bhuvana berbasis Teori *Goals-Plans-Action*. Komunikasi persuasif digunakan untuk menyalurkan pesan yang diolah dari aspek-aspek Teori *Goals-Plans-Action* meliputi tujuan primer untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan tujuan sekunder untuk mengedukasi gaya hidup berkelanjutan. Selanjutnya, rencana dari Bhumi Bhuvana untuk terus bisa mewadahi proses dalam mengedukasi gaya hidup berkelanjutan kepada pengunjung. Terakhir adalah tindakan dari Bhumi Bhuvana berbentuk program-program yang dibuat sebagai tempat penyaluran pengalaman dan wawasan. Dari tiga fungsi komunikasi persuasif meliputi fungsi kontrol, fungsi perlindungan konsumen, dan fungsi pengetahuan, Bhumi Bhuvana cenderung menggunakan fungsi pengetahuan sebagai landasan memberikan ilmu, perluasan wawasan, dan pengalaman kepada pengunjung terkait gaya hidup berkelanjutan yang memberdayakan lingkungan dengan efisien.

Penambahan wawasan, pemahaman, dan pengalaman mengenai gaya hidup berkelanjutan mendorong perubahan pola pikir dan perubahan perilaku lebih kontinu. Sesuai dengan tujuan dari Bhumi Bhuvana untuk menciptakan peradaban yang ideal pada ranah pangan, sandang, dan papan yang selaras dengan alam. Faktor yang mendorong keberhasilan dalam memengaruhi pengunjung dapat dilihat dari pengimplementasian elemen-elemen komunikasi persuasif yang didukung dengan adanya bukti nyata dan argumentasi yang kuat untuk meyakinkan pengunjung sebagai orang yang dipengaruhi. Daya tarik psikologi untuk pendekatan secara kognitif yang menghasilkan efek

bertambahnya orang yang lebih mengetahui kemudian menjadi paham mengenai gaya hidup berkelanjutan yang ramah lingkungan dan selaras dengan alam dari edukasi yang telah diberikan. Kemudian secara afektif menyangkut dengan emosional dan menumbuhkan keterbukaan sehingga terjalin rasa nyaman. Kemudian daya tarik kredibilitas mencerminkan kualitas untuk mendapatkan kepercayaan pengunjung.

Selain perubahan pola pikir, terdapat perubahan perilaku yang dihasilkan dari komunikasi persuasif yaitu memilih bahan pangan ramah lingkungan, mengurangi sampah plastik, menggunakan perabotan *sustainable*, membeli bahan curah, mengurangi mengikuti tren yang tidak sehat, dan lebih menjaga keragaman sumber daya alam maupun manusia untuk memberikan dampak berkesinambungan pada keamanan sumber daya pada masa mendatang.

5.2 Saran

Berkenaan dengan penelitian yang telah dikaji dan diuraikan mengenai komunikasi persuasif dalam mengedukasi gaya hidup berkelanjutan melalui Bhumi Bhuvana, terdapat saran yang diberikan peneliti yaitu sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Pada penelitian selanjutnya dapat mengambil dan memberikan fokus penelitian mengenai dampak yang dihasilkan dari gaya hidup berkelanjutan di Bhumi Bhuvana dengan pendekatan kuantitatif yang dikaji lebih mendalam sehingga terdapat pengukuran yang valid dalam skala angka. Penelitian ini dapat menjadi referensi data untuk menjadi bahan pengembangan dalam mengkaji hasil edukasi gaya hidup berkelanjutan.

5.2.2 Saran Praktis

Bhumi Bhuvana sebagai objek penelitian dapat melakukan pengelolaan dan rancangan strategi yang lebih jelas dan terstruktur untuk memaksimalkan potensi sumber daya yang luar biasa. Sehingga terbentuk sistem yang selaras dalam ruang lingkup Bhumi Bhuvana. Penjataan deskripsi kerja yang merata dan tertata sehingga kinerja yang diberikan dalam bentuk pelayanan lebih maksimal.