

ABSTRAK

Nita Novitasari. Kampanye *Public Relations* Melalui Media Sosial Instagram Menuju Upaya Nol Sampah (Analisis Deskriptif pada Akun Instagram @zerowasteadventure).

Sampah merupakan salah satu masalah utama pada lingkungan yang dirasakan masyarakat terutama di Indonesia yang belum teratasi dengan baik disebabkan oleh kurang pedulinya masyarakat terhadap kesadaran mengenai sampah dan penanganan yang tidak tegas oleh pemerintah Indonesia terbukti dari semakin meningkatnya setiap tahun jumlah sampah yang berakhir di TPA (tempat pembuangan akhir), hal ini menjadi perhatian bagi lembaga, organisasi bahkan aktivis lingkungan yang menyuarakan berkampanye terhadap isu mengenai isu sampah dan bagaimana cara menanggulangnya. Peneliti tergerak untuk melakukan penelitian ini dari sudut seorang aktivis lingkungan bagaimana melakukan kampanye yang ia lakukan di media sosial Instagram @zerowasteadventure.

Penelitian ini memiliki tujuan bagaimana sebuah proses kampanye Public Relations yang dilakukan dengan menggunakan media sosial Instagram @zerowasteadventure, proses kampanye ini terdiri dari identifikasi masalah, perencanaan kampanye hingga pelaksanaan kampanye dan tahap terakhir evaluasi kampanye.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu metode yang memiliki sebuah tujuan untuk mendeskriptifkan secara sistematis, faktual dan akurat dari fenomena yang diteliti. Teknik yang digunakan pada penelitian ini dengan cara wawancara secara mendalam, observasi partisipasi pasif dan dokumentasi. Penelitian ini mendeskriptifkan dengan detail bagaimana kampanye public relations upaya nol sampah melalui media sosial Instagram @zerowasteadventure.

Hasil penelitian ini menjelaskan tentang kampanye public relations zerowasteadventure dalam menangani sampah dengan metode nol sampah melalui media sosial Instagram, yang melalui empat tahapan utama. Pertama, proses identifikasi masalah dengan mengumpulkan data dan fakta di lapangan terkait isu sampah. Kedua, proses perancangan kampanye yang meliputi penentuan target serta pembuatan konten video dan foto yang diunggah di Instagram @zerowasteadventure. Ketiga, pelaksanaan kampanye yang didasarkan pada analisis masalah yang telah diidentifikasi, serta pelaksanaan program kampanye melalui Instagram @zerowasteadventure. Terakhir, proses evaluasi yang mencakup penilaian terhadap indikator keberhasilan pelaksanaan kampanye ini.

Kata kunci: Kampanye Public Relations, Nol Sampah, Instagram

ABSTRACT

Nita Novitasari. *Public Relations Campaign Through Instagram Social Media Towards Zero waste Efforts (Descriptive Analysis on Instagram Account @zerowasteadventure).*

Waste is one of the main environmental issues felt by the community, especially in Indonesia, which has not been properly addressed due to a lack of public awareness about waste and the lack of strict enforcement by the Indonesian government. This is evidenced by the increasing amount of waste ending up in landfills (TPA) every year. This issue has garnered attention from institutions, organizations, and even environmental activists who campaign on the waste issue and how to tackle it. The researcher was motivated to conduct this study from the perspective of an environmental activist on how to conduct a campaign through the Instagram social media account @zerowasteadventure.

This research aims to examine the process of a Public Relations campaign conducted using the Instagram social media account @zerowasteadventure. The campaign process includes problem identification, campaign planning, campaign execution, and the final stage of campaign evaluation.

The method used in this study is a descriptive qualitative method, which aims to systematically, factually, and accurately describe the phenomenon being studied. The techniques used in this research include in-depth interviews, passive participant observation, and documentation. This study provides a detailed description of how the zero-waste public relations campaign was conducted through the Instagram account @zerowasteadventure.

The results of this study explain the zero-waste public relations campaign by zerowasteadventure in addressing waste through the zero-waste method via Instagram, which involved four main stages. First, the problem identification process, which involved collecting data and facts in the field related to the waste issue. Second, the campaign planning process, which included setting targets and creating video and photo content to be uploaded on Instagram @zerowasteadventure. Third, the campaign execution process, which was based on the analysis of the identified problem, as well as the implementation of the campaign program through Instagram @zerowasteadventure. Lastly, the evaluation process, which included assessing the indicators of the campaign's success.

Keywords: *Public Relations Campaign, Zero waste, Instagram*