

ABSTRAK

Tika Audya Zahra: Kampanye *Public relations* Pelatihan *Zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan.

Permasalahan sampah yang semakin meningkat seiring meningkatnya produksi sampah rumah tangga menunjukkan masih rendahnya pemahaman masyarakat dalam mengelola sampah sejak dari sumbernya. Kondisi tersebut mendorong perlunya pendekatan komunikasi melalui kampanye *public relations* yang mampu membangun kesadaran dan perubahan perilaku masyarakat. Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan mengembangkan pelatihan *zero waste lifestyle* sebagai upaya meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat melalui pendekatan kampanye yang partisipatif.

Penelitian ini bertujuan menganalisis tahapan perencanaan, pengembangan, implementasi, dan evaluasi sumatif kampanye berdasarkan Model Manajemen Kampanye Venus. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* terbentuk melalui empat tahapan. **1. Perencanaan** meliputi: a) analisis situasi untuk memetakan rendahnya pemahaman dan kebiasaan masyarakat dalam pengelolaan sampah, b) penetapan tujuan kampanye yang berfokus pada peningkatan pemahaman dan keterampilan pengelolaan sampah, c) penentuan target audiens pada individu, rumah tangga, dan kelompok masyarakat sebagai penghasil sampah terdekat dari sumbernya, serta d) penyusunan proposal kegiatan sebagai pedoman pelaksanaan pelatihan. **2. Pengembangan** dilakukan melalui: a) penyusunan pesan kampanye secara edukatif dan persuasif dengan bahasa sederhana, visual, dan metode interaktif, serta b) identifikasi saluran kampanye melalui pelatihan luring sebagai saluran utama dan daring sebagai alternatif yang fleksibel. **3. Implementasi** dilaksanakan melalui: a) pelatihan dan *workshop* yang edukatif, interaktif, dan praktis, serta b) penerapan pola komunikasi dua arah dan partisipasi aktif masyarakat selama kegiatan kampanye. **4. Evaluasi sumatif** dilakukan melalui: a) evaluasi pencapaian tujuan kampanye yang menekankan pada peningkatan pemahaman dan perubahan cara pandang peserta terhadap pengelolaan sampah, serta b) perbaikan pelaksanaan pelatihan dengan mempertahankan aspek yang telah berjalan baik dan merutinkan kegiatan agar kampanye berkelanjutan dan menjangkau masyarakat lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* oleh Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan berperan sebagai upaya edukasi dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap pengelolaan sampah sejak dari sumbernya berdasarkan Model Manajemen Kampanye Venus.

Kata kunci: Kampanye *Public relations*, *Zero waste Lifestyle*, Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan, Model Manajemen Kampanye Venus.

ABSTRACT

Tika Audya Zahra: *Public relations Campaign of Zero waste Lifestyle Training at Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan.*

The increasing waste problem, along with the growing production of household waste, indicates the low level of public understanding in managing waste from its source. This condition highlights the need for a communication approach through public relations campaigns that can build public awareness and encourage behavioral change. Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan develops zero waste lifestyle training as an effort to enhance public understanding and awareness through a participatory campaign approach.

This study aims to analyze the stages of planning, development, implementation, and summative evaluation of the campaign based on the Venus Campaign Management Model. The research employs a descriptive qualitative approach with a constructivist paradigm through in-depth interviews, observation, and documentation.

*The results show that the public relations campaign strategy of zero waste lifestyle training is carried out through four stages. 1) **Planning** includes: a) situation analysis to identify low public understanding and habits in waste management, b) determining campaign objectives focused on improving understanding and skills in waste management, c) defining target audiences consisting of individuals, households, and community groups as the closest waste generators from the source, and d) preparing activity proposals as implementation guidelines. 2) **Development** includes: a) developing educational and persuasive campaign messages using simple language, visuals, and interactive methods, and b) identifying campaign channels through offline training as the main channel and online platforms as flexible alternatives. 3) **Implementation** includes: a) conducting educational, interactive, and practical training and workshops, and b) applying two-way communication patterns with active community participation during campaign activities. 4) **Summative evaluation** includes: a) evaluating campaign outcomes focusing on improving participants' understanding and perspectives on waste management, and b) refining training implementation by maintaining effective aspects and regularizing activities to ensure sustainability and wider outreach.*

Based on the findings, it can be concluded that the public relations campaign of zero waste lifestyle training conducted by Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan serves as an educational effort in enhancing public understanding and awareness of waste management from its source based on the Venus Campaign Management Model.

Keywords: *Public relations Campaign, Zero waste Lifestyle, Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan, Venus Campaign Management Model.*