

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kegiatan kampanye *public relations* dapat berfungsi sebagai alat edukasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada masyarakat mengenai berbagai isu yang berkaitan dengan perusahaan, produk, layanan, atau bahkan permasalahan sosial yang diangkat dalam kampanye. Kampanye *public relations* yang bersifat edukatif membantu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat. Pendekatan ini, perusahaan tidak hanya memperoleh kepercayaan dan dukungan publik, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk masyarakat yang lebih kritis, sadar, dan terbuka terhadap informasi yang benar.

Pelatihan Kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* dilakukan sebagai sarana untuk menyampaikan visi dan misi Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan terkait gaya hidup organik sekaligus membangun dukungan dari masyarakat. Humas Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan membentuk komunikasi yang efektif untuk memperluas jangkauan dan dampak kampanye. Kampanye ini bertujuan meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya pengelolaan sampah berkelanjutan atau penerapan prinsip *Zero waste*.

Yaksa Pelestari Bumi Berkelanjutan atau yang disebut (YPBB) merupakan lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang pelestarian lingkungan dan pengelolaan sampah terpadu, dengan fokus pada

pengembangan sistem yang ramah lingkungan dan partisipatif. Lembaga ini mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam mengurangi timbulan sampah melalui edukasi dan inovasi berbasis komunitas.

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilakukan melalui pengamatan di *website* dan akun Instagram resmi Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan, terlihat bahwa Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan aktif dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan dan mengelola sampah secara berkelanjutan. Edukasi ini disampaikan melalui program kampanye pelatihan *zero waste lifestyle* yang dilakukan secara kreatif dan inovatif, termasuk memberikan inovasi pengelolaan sampah yang benar dan mengajarkan gaya hidup organik serta peringatan terhadap dampak dari pengelolaan sampah yang salah di Instagram resmi *feed* ataupun *story*.

Kampanye dilakukan dalam bentuk pelatihan, *workshop*, dan diskusi publik yang bersifat terbuka dan interaktif. Kegiatan ini masyarakat diajak untuk lebih terlibat secara langsung agar memahami secara mendalam isu pengelolaan sampah dan terdorong untuk menerapkan gaya hidup organik dan minim sampah dalam kehidupan sehari-hari. Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan juga aktif berkolaborasi dengan lembaga pemerintah dan sekolah-sekolah dalam mensosialisasikan pentingnya pengelolaan sampah dan pola hidup sehat, agar edukasi ini menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas.

Fenomena sampah merupakan isu lingkungan yang semakin mendesak untuk segera ditangani secara serius. Masalah ini menjadi tantangan besar yang berdampak langsung pada lingkungan dan kesehatan masyarakat.

Pertambahan jumlah penduduk dan pesatnya urbanisasi menyebabkan volume sampah meningkat tajam, sebagian besar berasal dari aktivitas rumah tangga. Sampah plastik menjadi perhatian utama karena sulit terurai dan bisa merusak ekosistem. Sampah ini sering berakhir di sungai, laut, dan area alami lainnya sehingga mencemari lingkungan serta membahayakan makhluk hidup. Sistem pengelolaan sampah yang belum berjalan maksimal memperparah keadaan.

Kota Bandung menghadapi persoalan nyata dalam pengelolaan sampah perkotaan karena timbulan sampah harian yang tinggi melebihi kemampuan sistem pengelolaan yang tersedia di beberapa tahun terakhir, sehingga banyak sampah yang menumpuk di tempat penampungan sementara dan area publik karena keterbatasan kapasitas Tempat Pembuangan Akhir yang dipakai oleh pemerintah daerah setempat. Masalah ini diperkuat oleh laporan dari pemerintah kota dan instansi lingkungan hidup bahwa volume sampah yang dihasilkan belum sepenuhnya terkelola secara efisien, sementara praktik pemilahan dan pengurangan sampah di tingkat rumah tangga serta tingkat masyarakat masih belum optimal. Kondisi tersebut tidak hanya berdampak pada kualitas lingkungan di permukiman dan kawasan aliran sungai, tetapi juga berpengaruh terhadap kesehatan dan kenyamanan hidup masyarakat Kota Bandung dan sekitarnya.

Berdasarkan data dari *website detik.com* (20/07/2025), timbulan sampah di Kota Bandung mencapai sekitar 1.500 ton per hari, tetapi kemampuan angkut harian hanya mampu memindahkan sekitar 1.270 ton karena kuota ritase yang dibatasi, sehingga lebih dari 200 ton sampah setiap

harinya tertahan di tempat penampungan sementara (TPS) karena keterbatasan fasilitas pengiriman ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Sarimukti. Menurut Kepala Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Bandung, banyak sampah menumpuk di sejumlah titik kota karena volume timbulan sampah yang tinggi belum diimbangi dengan kapasitas pengolahan serta pengangkutan yang mencukupi di tingkat kota. Data ini menunjukkan bahwa kapasitas pengelolaan sampah belum sebanding dengan jumlah sampah yang terus meningkat setiap hari. Keterbatasan fasilitas dan rendahnya partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah masih menjadi hambatan utama.

Menanggapi hal ini perlu adanya kesadaran dari setiap individu dalam mengurangi produksi sampah setiap harinya, terutama sampah plastik yang sulit terurai dan dapat mencemari lingkungan. Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan berupaya mengurangi masalah ini dengan membantu masyarakat untuk menerapkan pengelolaan sampah sejak dari sumbernya melalui program kampanye pelatihan *zero waste lifestyle*.

Berdasarkan pra wawancara dengan salah satu tim divisi humas, mengatakan Tujuan dari kampanye yang dilakukan oleh Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga bertujuan untuk membangun kesadaran publik mengenai pentingnya gaya hidup organik dan pengelolaan sampah berkelanjutan atau *zero waste*. Pendekatan yang edukatif dan kolaboratif, Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan berupaya membantu masyarakat untuk lebih dekat dengan alam,

memahami isu-isu lingkungan secara tepat, dan mendorong perubahan pola pikir menuju gaya hidup yang lebih bertanggung jawab.

Kampanye ini diarahkan untuk memperkuat advokasi kebijakan, dengan harapan mampu mempengaruhi pemangku kebijakan agar lebih mendukung regulasi yang berpihak pada keberlanjutan lingkungan. Komitmen Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan terhadap isu lingkungan juga sekaligus memperkuat citra dan kredibilitas mereka sebagai organisasi yang konsisten dan terpercaya dalam mempromosikan gaya hidup organis. Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan juga berupaya meningkatkan partisipasi serta membangun kemitraan strategis dengan komunitas, pemerintah, institusi pendidikan, dan sektor swasta agar gerakan *zero waste* dapat diterapkan secara luas dan berkelanjutan.

Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan dipilih sebagai objek penelitian karena lembaga ini bukan sekadar organisasi lingkungan biasa, tapi benar-benar hadir di tengah masyarakat untuk membantu orang-orang hidup lebih selaras dengan alam. Lembaga fokus pada gaya hidup organis dan pengelolaan sampah yang berkelanjutan, bukan hanya lewat teori, tapi juga lewat aksi nyata seperti pelatihan, pendampingan, dan praktik. Lembaga Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan, mencerminkan komitmen untuk menjaga bumi agar tetap lestari, bukan hanya untuk sekarang, tapi juga untuk generasi mendatang.

Tema kampanye *public relations* dipilih karena ingin melihat bagaimana lembaga ini membangun kesadaran publik dengan pendekatan yang

partisipatif serta ingin mengetahui tahapan-tahapan yang dilakukan Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan dalam membuat kampanye pelatihan *Zero waste lifestyle*.

Berdasarkan Pra Penelitian yang telah dilakukan, penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan kampanye dalam membangun kesadaran publik mengenai pengelolaan sampah dan tertarik untuk mengetahui proses tahapan kampanye yang dilakukan Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan. Masalah ini menjadi latar belakang dalam mengangkat tema penelitian: "Kampanye *Public relations* Pelatihan *Zero Waste Lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan".

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, penulis menemukan fokus penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan (pra produksi) kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan?
2. Bagaimana pengembangan (produksi) kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan?
3. Bagaimana implementasi kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan?
4. Bagaimana evaluasi sumatif kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan dari fokus penelitian, penulis memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran perencanaan (pra produksi) kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan.
2. Untuk mengetahui gambaran pengembangan (produksi) kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan.
3. Untuk mengetahui gambaran implementasi kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan.
4. Untuk mengetahui gambaran evaluasi sumatif kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini memiliki kegunaan akademis pada kajian kampanye *public relations* sebagai bagian dari strategi komunikasi dalam membangun kesadaran dan keterlibatan publik. Penelitian ini memiliki gambaran mengenai proses kampanye dari model Venus mulai dari proses perencanaan, pengembangan, implementasi, sampai evaluasi sumatif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi dan mahasiswa dalam memahami proses kampanye *public relations*.

1.4.2 Kegunaan Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para praktisi humas dalam merancang dan menjalankan kampanye *public relations* yang lebih efektif. Memahami faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan kampanye pelatihan *zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan akan membantu organisasi atau lembaga menyusun strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu praktisi humas dalam mengoptimalkan teknik komunikasi agar lebih menarik dan mampu meningkatkan kesadaran serta keterlibatan masyarakat. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan kampanye yang lebih kreatif, relevan, dan berdampak nyata bagi lingkungan serta masyarakat.

1.5 Landasan Penelitian

1.5.1 Landasan Teoritis

Penelitian ini membahas tentang aktivitas kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* yang dilakukan oleh Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan dalam mengedukasi masyarakat tentang gaya hidup minim sampah. Menganalisis strategi dan pelaksanaan kampanye tersebut, penelitian ini menggunakan Model Manajemen Kampanye dari Venus.

Venus (2004: 12) menjelaskan bahwa manajemen kampanye merupakan proses yang terdiri dari tahapan sistematis yang saling berkesinambungan untuk mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. Berdasarkan kutipan diatas Manajemen kampanye itu dapat dipahami sebagai

sebuah proses yang punya langkah-langkah teratur dan saling berkaitan. Tiap langkahnya saling mendukung supaya tujuan komunikasi yang sudah ditetapkan dari awal bisa tercapai. Keberhasilan kampanye banyak ditentukan dari bagaimana semua tahapan itu dijalankan dengan konsisten dan berkesinambungan.

Model Menejemen Kampanye Venus dipilih karna memiliki empat elemen yang dapat memberikan gambaran konkret mengenai proses kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan. Berikut ini adalah empat elemen utama dalam Model Manajemen Kampanye menurut Venus (2004):

1. Perencanaan (Praproduksi)

Tahap pertama dimulai dengan melakukan analisis terhadap permasalahan yang dihadapi serta menetapkan tujuan kampanye yang ingin dicapai. Tahap ini juga ditentukan siapa target audiens dari kampanye, sehingga strategi komunikasi bisa diarahkan dengan tepat.

Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan memahami kebutuhan ini dengan membentuk sendiri tim riset yaitu *zero waste research* untuk melakukan riset dan analisis terkait isu strategi dalam pengelolaan sampah dan lingkungan.

2. Pengembangan (Produksi)

Tahap kedua ini berfokus pada penyusunan pesan kampanye. Tim kampanye juga menganalisis karakteristik audiens untuk menentukan media atau saluran yang paling efektif.

Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan melakukan penyusunan pesan dan mereset karakteristik audiens agar dapat menentukan saluran media yang efektif agar pesan diterima dan mudah dipahami.

3. Implementasi

Tahap pelaksanaan kampanye sesuai rencana yang telah disusun. Pelaksana kampanye harus memahami strategi dan taktik yang digunakan agar kegiatan dapat berjalan efektif dan sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Tim kampanye Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan memahami kebutuhan ini dengan memastikan setiap panitia mengerti strategi yang telah disusun agar kegiatan berjalan sesuai tujuan.

4. Evaluasi Sumatif

Tahap evaluasi sumatif yang digunakan untuk menilai apakah kampanye berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Evaluasi juga membantu dalam mengetahui efektivitas strategi yang digunakan dan menjadi bahan pertimbangan untuk kampanye selanjutnya.

Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan memahami kebutuhan ini dengan membuka kritik dan saran di *instagram* dan *website* resmi Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan untuk evaluasi hal-hal yang perlu diperbaiki kedepannya.

1.5.2 Landasan Konseptual

1. Kampanye *Public relations*

Kampanye memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan

secara strategis kepada masyarakat. Menurut Rosalinda (2022), kampanye merupakan sebuah bentuk komunikasi yang disusun secara terencana dengan tujuan menyampaikan pesan tertentu kepada masyarakat luas. Kutipan tersebut menjelaskan kampanye dipahami sebagai suatu bentuk komunikasi yang tidak dilakukan secara spontan, melainkan melalui proses perencanaan yang matang.

Tujuan utamanya yaitu menyampaikan pesan tertentu kepada khalayak luas secara terstruktur agar pesan tersebut dapat diterima dan dipahami dengan baik. Perencanaan yang dilakukan mencakup pemilihan audiens, penyusunan pesan, serta pemilihan media atau saluran komunikasi yang tepat agar kampanye dapat mencapai hasil yang efektif dan sesuai sasaran.

Kampanye dalam *public relations* berfungsi sebagai strategi penting untuk mencapai tujuan komunikasi organisasi dengan publiknya. Menurut Ruslan (2013), kampanye *public relations* merupakan serangkaian kegiatan yang terorganisir untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang lebih luas, dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan. Kutipan di atas menjelaskan bahwa kampanye dalam *public relations* bukan sekadar aktivitas komunikasi biasa, tetapi sebuah kegiatan yang direncanakan dengan matang untuk mencapai tujuan tertentu.

Kampanye ini dilakukan dengan cara menyampaikan pesan secara sistematis kepada publik yang lebih luas, yang dapat memengaruhi persepsi atau tindakan mereka terhadap suatu organisasi. Kampanye

Public relations ini juga melibatkan berbagai langkah dan strategi untuk memastikan pesan yang disampaikan efektif dan dapat mencapai hasil yang diinginkan oleh organisasi, seperti meningkatkan citra atau mendukung tujuan tertentu.

2. Edukasi

Edukasi memiliki peran penting sebagai alat untuk membentuk pola pikir dan perilaku yang diharapkan. Menurut Notoatmodjo (2022), edukasi merupakan kegiatan yang dirancang untuk memengaruhi sikap dan perilaku individu, kelompok, maupun masyarakat agar bertindak sesuai dengan harapan yang dituju.

Berdasarkan kutipan tersebut, dapat dipahami bahwa edukasi tidak hanya sekadar proses penyampaian informasi, tetapi juga menyangkut upaya sistematis yang bertujuan untuk membentuk cara berpikir dan tindakan seseorang agar selaras dengan nilai atau perilaku yang dianggap ideal. Edukasi dirancang sedemikian rupa agar mampu mendorong perubahan dalam pola sikap dan kebiasaan individu, baik secara personal maupun dalam konteks kelompok sosial yang lebih luas.

Penerapan edukasi biasanya dilakukan melalui berbagai metode seperti penyuluhan, pelatihan, diskusi, simulasi, dan pendekatan visual yang mudah dipahami oleh khalayak. Tujuannya bukan hanya membuat seseorang tahu atau paham suatu isu, melainkan benar-benar dapat menyadari dampaknya dan terdorong untuk mengubah perilaku. Misalnya, dalam kampanye lingkungan seperti gaya hidup minim sampah, edukasi

yang efektif akan membantu masyarakat memahami alasan pentingnya mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, serta mengarahkan mereka untuk mengambil tindakan nyata seperti membawa kantong belanja sendiri atau mengelola sampah organik.

1.6 Langkah Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di kantor Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan (YPBB), tepatnya Jl. Cikutra Baru II No.11, Neglasari, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40124. Lokasi penelitian menjadi sumber data untuk memudahkan dalam proses penelitian.

Lokasi ini dipilih karena tertarik dengan kegiatan kampanye pelatihan *zero waste lifestyle* dilakukan Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan dalam memberikan edukasi pengelola sampah berkelanjutan dan gaya hidup organis, melalui kegiatan ini memberikan manfaat dalam mengurangi sampah rumah tangga maupun lingkungan untuk menjaga kelestarian lingkungan.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini berlandaskan paradigma konstruktivisme yang memandang bahwa individu membentuk pengetahuan secara aktif melalui pengalaman dan interpretasi terhadap dunia sekitarnya. Konstruktivisme menekankan bahwa pemahaman terhadap suatu peristiwa dipengaruhi oleh lingkungan sosial, budaya, dan latar belakang individu.

Realitas dipandang sebagai hasil konstruksi bersama yang terbentuk

melalui interaksi sosial. Menurut Creswell et al. (2014), paradigma ini berfokus pada bagaimana individu memahami dan memberi makna terhadap dunia di sekitar mereka, yang dipengaruhi oleh pengalaman serta interaksi sosial yang dialami.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kampanye *public relations* Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan melalui program pelatihan *zero waste lifestyle* membentuk kesadaran masyarakat mengenai pengelolaan sampah berkelanjutan. Pendekatan konstruktivisme dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali bagaimana pengalaman dan interaksi sosial memengaruhi pandangan masyarakat terhadap isu lingkungan. Kampanye ini dilihat sebagai proses sosial yang membentuk pemahaman bersama dalam masyarakat, yang pada gilirannya dapat mengubah sikap dan perilaku masyarakat terkait lingkungan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menghubungkan data dengan teori yang relevan melalui pendekatan deskriptif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam dan memberikan gambaran yang lebih jelas. Pendekatan kualitatif juga mempermudah peneliti untuk mengeksplorasi berbagai langkah yang diambil dalam melakukan kampanye *public relations*.

1.6.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif kualitatif, yang didasarkan pada filsafat konstruktivisme, bertujuan untuk menggambarkan kondisi nyata

objek penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi, yakni menggabungkan berbagai sumber atau teknik. Analisis data dilakukan secara induktif, yang berfokus pada pemahaman yang lebih mendalam daripada sekadar generalisasi.

Metode ini mempelajari sejumlah orang, kelompok, atau peristiwa untuk menggambarkan dan menjelaskan masalah yang ada. Pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini mampu memberikan pemahaman lebih dalam mengenai pelaksanaan kampanye *public relations* dan bagaimana kampanye tersebut disesuaikan untuk mencapai tujuannya. Pendekatan ini juga membantu menentukan elemen-elemen kampanye yang perlu ditingkatkan, seperti memilih antara penggunaan media sosial atau acara langsung untuk menyebarkan pesan yang lebih efektif.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kualitatif, yaitu data yang berisi informasi dalam bentuk kata-kata, gambar, atau penjelasan, bukan angka. Jenis data ini membantu peneliti memahami situasi atau kegiatan secara lebih mendalam. Menurut Sugiyono (2015), data kualitatif dapat berupa nama tempat, alamat, hasil wawancara, dan catatan pengamatan. Tujuannya untuk memberi gambaran nyata tentang apa yang terjadi di lokasi penelitian. Data yang akan digunakan penulis merupakan data yang dapat menggambarkan tahapan kampanye *public relations* pelatihan *Zero waste lifestyle* dengan model manajemen kampanye venus.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti ini merupakan sumber data primer dan sekunder, yaitu:

- a. Data primer, merupakan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan, seperti direktur eksekutif, tim koordinator kampanye, dan tim divisi humas.
- b. Data sekunder, merupakan data pelengkap yang dibutuhkan oleh penulis seperti dokumen, berita, sosial media, *website*, dokumen dan lainnya yang berkaitan dengan kegiatan kampanye pelatihan *zero waste lifestyle*.

1.6.5 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini dilihat dari beberapa kriteria yang dibutuhkan yang khususnya untuk seluruh publik internal Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan, berikut kriteria informan yang dibutuhkan:

- a. Informan merupakan seorang koordinator humas di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan yang akan memberikani informasi terkait proses jalannya kampanye.
- b. Informan merupakan seorang koordinator kampanye di Yaksa Pelestarian Bumi Berkelanjutan pihak yang akan memberikan informasi mengenai pembuatan pesan kampanye serta media yang digunakan.
- c. Informan merupakan seorang staf kampanye *zero waste* pihak yang akan memberikan informasi mengenai perencanaan serta pelaksanaan

kampanye.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara mendalam

Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dipilih karena mampu menggali informasi secara lebih rinci dan mendalam mengenai objek penelitian. Menurut Moleong (2017), wawancara mendalam merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara langsung antara pewawancara dan narasumber, yang bertujuan untuk memahami makna yang tersembunyi dari pengalaman partisipan. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi sudut pandang, pengalaman pribadi, dan alasan dari narasumber mengenai kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle*.

Wawancara mendalam digunakan dalam penelitian kualitatif karena memberikan fleksibilitas dalam penggalian data serta memungkinkan peneliti menyesuaikan pertanyaan selama proses berlangsung. Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa wawancara dalam penelitian kualitatif bersifat terbuka dan tidak terstruktur secara ketat, sehingga memungkinkan munculnya data baru yang tidak terduga namun relevan dengan tujuan penelitian.

Berdasarkan kutipan diatas menjelaskan wawancara dalam penelitian kualitatif bersifat fleksibel dan tidak kaku. Pertanyaan yang

diajukan bisa menyesuaikan dengan situasi dan arah pembicaraan, tidak hanya terpaku pada daftar yang sudah disiapkan. Cara ini memberi kesempatan bagi narasumber untuk bercerita lebih luas, sehingga sering muncul data baru dan tetap relevan dengan tujuan penelitian.

2. Observasi partisipasi pasif

Teknik observasi partisipasi pasif digunakan untuk memperoleh data dengan cara melakukan pengamatan tanpa keterlibatan langsung peneliti dalam aktivitas yang diamati. Menurut Sugiyono (2017), observasi partisipasi pasif dilakukan dengan mengamati objek penelitian secara sistematis, di mana peneliti tidak ikut serta dalam kegiatan yang berlangsung. Observasi bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai situasi dan aktivitas objek penelitian secara objektif tanpa memengaruhi jalannya kegiatan.

Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati aktivitas kampanye pelatihan *zero waste lifestyle* yang dipublikasikan melalui media sosial serta dokumentasi digital resmi YPBB. Peneliti berperan sebagai pengamat terhadap bentuk penyampaian pesan, interaksi yang muncul, serta gambaran pelaksanaan kegiatan yang ditampilkan kepada publik. Data hasil observasi digunakan untuk melengkapi temuan wawancara dan dokumentasi sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai pelaksanaan kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle*.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Menurut Sugiyono (2017:240), dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan catatan, arsip, foto, dokumen tertulis, maupun rekaman yang berkaitan dengan objek penelitian. Dokumentasi berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil temuan penelitian.

Dokumentasi meliputi foto kegiatan kampanye, materi pelatihan, arsip publikasi, serta dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan pelaksanaan kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle*. Data dokumentasi digunakan untuk memberikan gambaran nyata mengenai aktivitas kampanye serta sebagai bukti pendukung atas data hasil wawancara dan observasi.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah krusial yang memerlukan pendekatan sistematis dan hati-hati untuk menghasilkan temuan yang valid. Analisis data tidak hanya tentang mengumpulkan informasi, tetapi juga tentang memahami dan menafsirkan makna dari data tersebut. Menurut Creswell (2018), terdapat enam tahapan utama dalam menganalisis data kualitatif, yaitu:

- a. Mengolah data dan mempersiapkan data

Langkah pertama yaitu mengolah serta menyiapkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi di lapangan. Data yang

digunakan berupa data primer maupun sekunder yang berkaitan dengan kegiatan kampanye *public relations* pelatihan *zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestari Bumi Berkelanjutan. Proses ini peneliti menyalin hasil wawancara, merapikan catatan observasi, lalu mengelompokkan informasi sesuai kategori. Data tersebut menjadi landasan dalam menganalisis aktivitas kampanye pelatihan *Zero waste lifestyle* yang dijalankan oleh Yaksa Pelestari Bumi Berkelanjutan.

b. Membaca dan meninjau data secara menyeluruh

Langkah kedua yaitu membaca dan meninjau semua data yang sudah dikumpulkan terkait kampanye *public relations* pelatihan *Zero waste lifestyle* di lembaga Yaksa Pelestari Bumi Berkelanjutan. Langkah ini membaca transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen pendukung berulang-ulang untuk mendapatkan pemahaman, menangkap gambaran umum, pola, serta hal-hal penting yang muncul dari lapangan.

c. Melakukan Analisis dan proses pengkodean

Langkah ketiga yaitu menganalisis data dan memberikan kode pada informasi yang dianggap penting. Proses ini dilakukan dengan menandai hasil wawancara, catatan observasi, serta dokumen yang berkaitan dengan kampanye *public relations* pelatihan *Zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestari Bumi Berkelanjutan. Pemberian kode membantu peneliti mengelompokkan data ke dalam tema atau kategori tertentu, sehingga lebih mudah untuk melihat pola, hubungan, dan makna yang muncul dari aktivitas kampanye yang dijalankan lembaga tersebut.

d. Membuat tema dan Deskripsi

Langkah keempat yaitu membuat tema dan deskripsi dari hasil analisis serta pengkodean data. Data yang memiliki keterkaitan dikelompokkan lalu dirumuskan menjadi tema-tema utama yang berhubungan dengan kampanye *public relations* pelatihan *Zero waste lifestyle* di Yaksa Pelestari Bumi Berkelanjutan. Setiap tema dijelaskan melalui deskripsi yang memuat detail informasi dari wawancara, catatan observasi, maupun dokumen lapangan. Tahap ini menampilkan pola, strategi, serta dinamika kegiatan kampanye sehingga data yang diperoleh lebih terstruktur dan mudah dipahami.

e. Membuat makna dan Interpretasi

Langkah kelima yaitu memberikan makna terhadap tema atau temuan yang telah diperoleh selama proses analisis. Interpretasi dilakukan dengan menggali lebih dalam arti yang terkandung dalam data serta bagaimana data tersebut dapat menjawab fokus penelitian. Proses ini memberikan pemahaman mengenai gambaran aktivitas kampanye *public relations* pelatihan *Zero waste lifestyle* yang dijalankan oleh Yaksa Pelastarian Bumi Berkelanjutan.

1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian

Pelaksanaan penelitian akan dilakukan dalam rentang waktu satu bulan terhitung dari bulan Oktober 2025 sampai dengan Desember 2025. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat melalui uraian tabel rencana jadwal penelitian berikut ini:

Tabel 1.1 Rencana Jadwal Penelitian

Daftar Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
Pengumpulan data proposal penelitian							
Penyusunan proposal penelitian							
Bimbingan proposal penelitian							
Revisi Proposal penelitian							
Sidang usulan penelitian							
Revisi usulan penelitian							
Pelaksanaan penelitian							
Analisis dan pengelolaan							
Penulisan laporan							
Bimbingan skripsi							
Bimbingan akhir skripsi							
Sidang skripsi							
Revisi skripsi							