

ABSTRAK

Ignas Nurjamaludin: Kampanye Pengurangan Penggunaan Plastik Sekali Pakai Melalui Program *Zero Waste Lifestyle* (Studi Deskriptif kualitatif Pada Aliansi *Zero Waste Indonesia*)

Aliansi Zero Waste Indonesia (AZWI) adalah Yayasan dan Wirausaha Sosial dengan komunitas berbasis online pertama di Indonesia yang didirikan pada tahun 2018 oleh Maurilla Imron dan Kirana Agustina dengan tujuan mengajak masyarakat Indonesia untuk menjalani gaya hidup nol sampah (*Zero Waste Lifestyle*). *Zero Waste Lifestyle* adalah sebuah gaya hidup untuk meminimalisasi produksi sampah yang dihasilkan dari masing-masing individu, salah satu caranya yaitu dengan mengadakan kampanye pengurangan penggunaan plastik sekali pakai.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses identifikasi masalah, tahapan perencanaan, tahapan pelaksanaan dan tahapan evaluasi pada kampanye pengurangan penggunaan plastik sekali pakai melalui program *Zero Waste Lifestyle*.

Penelitian ini menggunakan landasan teoritis model kampanye Ostegaard, ada tiga tahapan dalam kegiatan kampanye yakni identifikasi masalah, pengelolaan yang meliputi perencanaan dan pelaksanaan, serta evaluasi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan kampanye pengurangan penggunaan plastik sekali pakai melalui program *Zero Waste Lifestyle*, paradigma yang digunakan yaitu konstruktivisme, serta Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi

Hasil penelitian Kampanye Pengurangan Penggunaan Plastik Sekali Pakai Melalui Program *Zero Waste Lifestyle* (Studi Deskriptif kualitatif Pada Aliansi *Zero Waste Indonesia*) yaitu, sebagai berikut: Pertama, Proses identifikasi masalah meliputi; Keberadaan sampah plastik yang sulit terurai merupakan masalah lingkungan yang serius di seluruh dunia dan kurangnya kesadaran masyarakat terhadap dampak sampah plastik. Kedua, Proses perencanaan meliputi: riset data oleh AZWI dalam melaksanakan kampanye pengurangan penggunaan sampah plastik, panduan tahapan pelaksanaan kampanye pengurangan penggunaan plastik sekali pakai oleh AZWI, penentuan publikasi kampanye pengurangan penggunaan plastik sekali pakai. Ketiga, Tahapan pelaksanaan meliputi: kreatif dalam kegiatan kampanye untuk menarik perhatian masyarakat, penggunaan sosial media dan internet dalam pelaksanaan kampanye, menjadikan media lokal dan nasional Sebagai *partnership*. Keempat, Tahapan evaluasi kampanye meliputi: evaluasi kegiatan dari pihak internal dan eksternal, adanya indikator keberhasilan dari kegiatan kampanye penggunaan plastik sekali pakai.

Kata Kunci: Kampanye, Public Relations, Pengurangan Plastik Sekali Pakai, Program, AZWI.