

## ABSTRAK

**Elma Tri Budiarti.** Kampanye *Public Relations Online* Tentang Pengelolaan Sampah Melalui Media Sosial *Instagram @lesswasteshift* (Studi pada Shift Pemuda Hijrah Bandung)

Shift Pemuda Hijrah merupakan sebuah yayasan yang kegiatannya berfokus pada *sharing* mengenai agama islam kepada para anak muda dengan cara membuat konten-konten dakwah di media sosial. *Less waste Shift* merupakan salah satu program yang dibuat oleh Shift, bentuk kegiatannya yakni mengajak para khalayak untuk lebih sadar akan pentingnya mengurangi sampah dan mengelola sampah secara tepat yang dimulai dari masjid melalui media sosial *instagram*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran tentang tahap identifikasi, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan hingga tahap evaluasi dalam mengelola sampah melalui media sosial *Instagram @lesswasteshift*. Penelitian ini menggunakan model kampanye Ostergaard, adapun paradigma yang digunakan yakni konstruktivisme dengan metode deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi

Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan kampanye *public relations online* tentang pengelolaan sampah melalui media sosial *Instagram @lesswasteshift* diawali dengan tahap pertama yaitu identifikasi masalah yang meliputi a) pengamatan dari jumlah jamaah yang hadir saat pada saat kajian dan b) pengamatan jenis sampah yang mendominasi saat kajian berlangsung. Tahap kedua yakni perencanaan program yang meliputi a) Diskusi bersama KangPisMan, b) mengadakan kelas *less waste* bagi seluruh anggota dari Shift, c) menjadikan media sosial *Instagram* sebagai media publikasi aktif dan d) melakukan *brainstorming* terkait konten untuk media sosial *Instagram*. Tahap ketiga Pelaksanaan program yang meliputi a) media sosial *Instagram* dijadikan media publikasi untuk sosialisasi terkait pelaksanaan sedekah sampah dan b) media sosial *Instagram* dijadikan media publikasi terkait konten dari pelaksanaan sedekah sampah dan *less waste kids*. Tahap keempat yakni evaluasi program yang meliputi a) monitoring terkait sosialisasi dan keberlangsung konten di media sosial *Instagram* b) memposting laporan hasil sedekah sampah di akun media sosial *Instagram* dan c) melakukan perencanaan ulang terkait hasil evaluasi dari pelaksanaan program *less waste*.

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa Shift Pemuda Hijrah Bandung telah melakukan kampanye *public relations* melalui programnya *@lesswasteshift* sesuai dengan model kampanye dari Ostergaard.

**Kata kunci:** Kampanye *public relations online*, *less waste shift*, *Instagram*

## ABSTRACT

**R. Elma Tri Budiarti** *Online Public Relations Campaign About Waste Management Through Instagram Social Media @lesswasteshift (Study on Shift Pemuda Hijrah Bandung).*

*Shift Pemuda Hijrah is a foundation whose do activities focus on sharing the religion of Islam with young people by creating da'wah content on social media. Less waste Shift is one of the programs created by Shift, a form of activity that is to invite the public to be more aware of the importance of reducing waste and managing waste appropriately starting from the mosque through social media Instagram.*

*This study aims to determine the description of the identification stage, the planning stage, the implementation stage to the evaluation stage in managing waste through social media Instagram @lesswasteshift. This study uses the Ostergaard campaign model, while the paradigm used is constructivism with qualitative descriptive methods and data collection techniques by interview and documentation.*

*The results and discussion in this study indicate that the online public relations campaign on waste management through social media Instagram @lesswasteshift begins with the first stage, namely identification of the problem which includes a) observation of the number of worshipers who were present at the time of the study and b) observation of the type of waste used. dominated when the study took place. The second stage is program planning which includes a) Discussion with KangPisMan, b) holding less waste classes for all members of Shift, c) making Instagram social media an active publication medium and d) brainstorming related content for Instagram social media. The third stage of the implementation of the program which includes a) Instagram social media used as a publication media for socialization related to the implementation of garbage charity and b) Instagram social media used as a publication media related to content from the implementation of garbage charity and less waste kids. The fourth stage is program valuation which includes a) monitoring related to socialization and ongoing content on Instagram social media, b) posting reports on the results of alms alms on social media accounts on Instagram and c) re-planning related to the evaluation results of the implementation of the less waste program.*

*Based on the research results, it is concluded that the Bandung Hijrah Youth Shift has carried out a public relations campaign through its @lesswasteshift program in accordance with Ostergaard's campaign model..*

*Keywords: Online public relations campaign, less waste shift, Instagram.*