**ABSTRAK**

Skripsi yang berjudul “Strategi Kampanye *Public Relations* Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP) dalam Sosialisasi Plastik Berbayar di Kota Bandung”.  Peran Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* harus bisa menyampaikan sosialisasinya kepada masyarakat luas dalam proses kampanye.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dalam berkampanye terutama kampanye sosial mengenai plastik berbayar di Kota Bandung. Untuk mengetahui upaya apa yang dilakukan oleh *Public Relations* Gerakan Indonesi Diet Kantong Platik (GIDKP).

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Kualitatif Studi Kasus yang berusaha melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas terhadap satu atau lebih . Studi kasus terikat oleh waktu dan aktivitas, peneliti melakukan pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan.

Bedasarkan hasil penelitian, peneliti melakukan penelitian langsung ke lapangan dengan cara wawancara terfokus dengan informan kuci, dan observasi langsung. Peneliti menuangkan hasil wawancara tersebut dengan kutipan langsung maupun tidak langsung.

Hal-hal yang ingin peneliti simpulkan dalam penelitian ini, Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik sudah berusaha dan berupaya dengan baik melakukan kampanye, GIDKP telah menerapkan tahapan-tahapan perencanaan dalam sebuah kampanye sosial. GIDKP  juga telah dengan cermat memetakan khalayak dan membaginya dengan skala prioritas kepada isu yang akan di angkat, dengan begitu kegiatan yang dilakukan setidaknya dapat terfokus kepada hal-hal yang penting. GIDKP berusaha membuat sebuah program yang sebelumnya di tentukan melalui *Group Discussion* dengan para anggotanya yang disebut dengan *Working Group.*

***ABSTRACT***

*The little of this research was “Strategy Campaign Public Relations Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik ( GIDKP )  in Socialization Plastic Paid in Bandung city” . Role of Public Relations or Public Relations socialization should be able to convey to the general public in the campaign process.*

*The purpose of this study was to determine how the strategy in campaigning mainly paid social campaigns on plastic in Bandung. To know what efforts were made by the Public Relations “Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP)”*

*The method used by the researchers is Qualitative Case Study of trying to do a deep exploration of the program, event, process, activity against one or more. The case study is bound by time and activity, researchers collecting data and continuous in time.*

*Based on the results of the study, researchers conducted a study directly to the field by means of focused interview with his key informants, and direct observation. Researchers poured results of these interviews with excerpts directly or indirectly.*

*Things i want researchers conclude in this study, Indonesia Movement Plastic Bag Diet've tried and copes well in campaigns, GIDKP has implemented the planning stages in a social campaign. GIDKP also been carefully mapped out audiences and dividing by priority to the issues that will be in the lift, so the activities carried out at least able to focus on things that are important. GIDKP trying to create a program that was previously set through Group Discussion with members called the Working Group.*

**RINGKESAN**

Panalungtikan ieu dijudulan “Strategi Kampanye Public Relations GIDKP sangkan Sosialisasi Mayar Palastik di Kota Bandung” . Peran Hubungan Balarea atawa Public Relations kudu tiasa nepikeun ka masarakat umum dina prosés kampanye.

Tujuan panalungkitan ieu teh kanggo uninga kumaha strategi dina berkampanye utamana kampanye sosial ngeunaan plastik kudu mayar di Dayeuh Bandung. Kanggo uninga usaha naon anu dipigawe ku Public Relations Gerakan Indonesi Diet Kantong Platik (GIDKP).

Padika panalungtikan anu dipake ku peneliti nyaeta Kualitatif Studi Perkawis anu usaha ngalakukeun eksplorasi sacara mendalam ka program, kajadian, proses, aktivitas ka hiji atawa langkung . Studi perkawis kabeungkeut ku waktos sarta aktivitas,peneliti ngalakukeun pengumpulan data sarta dina waktos anu sinambungan.

Bedasarkan kenging panalungtikan, peneliti ngalakukeun panalungtikan langsung ka lapang ku cara wawancara terfokus kalawan informan kuci,sarta observasi langsung. Peneliti pair kenging wawancara kasebat kalawan kutipan langsung atawa henteu langsung.

Perkawis-perkawis anu palay peneliti simpulkan dina panalungtikan ieu, Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik parantos usaha sarta narekahan kalawan sae ngalakukeun kampanye, GIDKP parantos nerapkeun tahapan-tahapan perencanaan dina hiji kampanye sosial. GIDKP oge parantos kalawan cermat memetakeun khalayak sarta ngabagi na kalawan skala prioritas ka isu anu bade di papah,kalawan kitu kagiatan anu dipigawe sahenteuna iasa terfokus ka perkawis-perkawis anu peryogi. GIDKP usaha midamel hiji program anu kawitna di tentukan ngaliwatan *Group Discussion* kalawan para anggotana anu disebut kalawan *Working Group*.