

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Lingkungan pada Kampanye Sustainable Beauty “Waste Down Kindness Up Sociolla Recycle Station” dalam Meningkatkan Kesadaran Lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi lingkungan yang diterapkan dalam kampanye tersebut guna meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah dan keberlanjutan lingkungan. Dengan mengambil contoh dari kampanye yang dilakukan oleh Sukin x Sociolla, penelitian ini berfokus pada berbagai aspek strategi komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan lingkungan kepada khalayak luas.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi mengenal khalayak yang diterapkan oleh kampanye Sukin x Sociolla dalam pengelolaan sampah, menyusun pesan yang efektif, menetapkan metode yang sesuai, serta menyeleksi dan menggunakan media secara optimal. Penelitian ini berusaha untuk mengevaluasi bagaimana pendekatan-pendekatan tersebut diimplementasikan untuk mencapai tujuan kampanye dan menginspirasi perubahan perilaku di kalangan masyarakat dalam hal pengelolaan sampah dan kesadaran lingkungan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara mendalam dengan pihak-pihak terkait, observasi langsung pada kegiatan kampanye, serta studi dokumentasi dari materi-materi kampanye yang tersedia.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diperoleh gambaran bahwa kampanye ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana strategi komunikasi dapat berperan dalam kampanye berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran lingkungan, khususnya dalam konteks industri kecantikan. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya merancang strategi komunikasi yang tepat sesuai dengan karakteristik audiens dan memanfaatkan media yang efektif untuk mencapai tujuan kampanye lingkungan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Lingkungan, Kampanye Berkelanjutan, Kesadaran Lingkungan, Sociolla, Sukin

ABSTRACT

This research is entitled Environmental Communication Strategy in the Sustainable Beauty Campaign "Waste Down Kindness Up Sociolla Recycle Station" in Increasing Environmental Awareness. This research aims to understand the environmental communication strategies implemented in the campaign to increase public awareness about the importance of waste management and environmental loss. By taking the example of a campaign carried out by Sukin x Sociolla, this research focuses on various aspects of communication strategies used to convey environmental messages to a wide audience.

The main objective of this research is to analyze the communication strategy of getting to know the audience implemented by the Sukin x Sociolla campaign in waste management, compiling effective messages, determining appropriate methods, and selecting and using media optimally. This research seeks to disseminate how these approaches are implemented to achieve campaign objectives and inspire behavioral changes among the community in terms of waste management and environmental awareness.

The method used in this research is a qualitative method with a descriptive study approach. Data collection techniques include in-depth interviews with related parties, direct observation of campaign activities, as well as documentation studies of available campaign materials.

Based on the results of research that has been carried out and obtained, this campaign provides an important contribution in understanding how communication strategies can participate in sustainable campaigns to increase environmental awareness, especially in the context of the beauty industry. The implication of this research is the importance of designing appropriate communication strategies according to audience characteristics and utilizing effective media to achieve environmental campaign goals.

Keywords: *Communication Strategy, Environmental Communication, Sustainable Campaign, Environmental Awareness, Sociolla, Sukin*

RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan Strategi Komunikasi Lingkungan dina Kampanye Kaéndahan Lestari "Waste Down Kindness Up Sociolla Recycle Station" dina Ngaronjatkeun Kasadaran Lingkungan. Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun mikanyaho stratégi komunikasi lingkungan anu dilaksanakeun dina kampanye pikeun ngaronjatkeun kasadaran masarakat ngeunaan pentingna ngokolakeun runtah jeung leungitna lingkungan. Ku cara nyokot conto kampanye anu dilaksanakeun ku Sukin x Sociolla, ieu panalungtikan museur kana sagala rupa aspék stratégi komunikasi anu digunakeun pikeun nepikeun pesen lingkungan ka balaréa anu lega.

Tujuan utama tina ieu panalungtikan nya éta pikeun nganalisis stratégi komunikasi mikawanoh audiens anu dilaksanakeun ku kampanye Sukin x Sociolla dina ngokolakeun runtah, nyusun pesen anu éféktif, nangtukeun métode anu luyu, sarta milih jeung ngagunakeun média sacara optimal. Panalitian ieu narékahan pikeun nyebarkeun kumaha pendekatan ieu dilaksanakeun pikeun ngahontal tujuan kampanye sareng ngainspirasi parobahan paripolah masarakat dina hal ngokolakeun runtah sareng kasadaran lingkungan.

Métode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta métode kualitatif kalayan pendekatan studi deskriptif. Téhnik ngumpulkeun data ngawengku wawancara jero jeung pihak-pihak nu aya patalina, niténan langsung kagiatan kampanye, ogé studi dokuméntasi ngeunaan bahan kampanye nu aya.

Dumasar kana hasil panalungtikan anu geus dilaksanakeun tur dimeunangkeun, kampanye ieu méré kontribusi penting dina pamahaman kumaha stratégi komunikasi bisa ilubiung dina kampanye sustainable pikeun ngaronjatkeun kasadaran lingkungan, utamana dina konteks industri kageulisan. Implikasi tina ieu panalungtikan nya éta pentingna ngarancang stratégi komunikasi nu luyu jeung karakteristik audiens jeung ngamangpaatkeun média anu éféktif pikeun ngahontal tujuan kampanye lingkungan.

Kecap Konci: *Strategi Komunikasi, Komunikasi Lingkungan, Kampanye Lestari, Kasadaran Lingkungan, Sosiolla, Sukin*