

# **CONSTRUCTION OF CLEAN UP JAKARTA DAY CAMPAIGN MODEL 2017**

## ***Qualitative Descriptive Case Study on Clean Up Jakarta Day Campaign***

**Thesar Pandji Oktavianus**

### ***Abstract***

***The background*** of this study began with the increasing volume of garbage in the capital in each year, so a campaign movement called emerged, Clean Up Jakarta Day namely the Jakarta clean-up movement. Through this campaign, people are encouraged to re-care about the surrounding environment and apply 3R (Reduce, Reuse, Recycle) in their daily lives. ***The research objective is*** to find out how the strategy used by Indonesia Expat in organizing the campaign Clean Up Jakarta Day from beginning to end. ***The methodology*** used is a qualitative method. ***The Data Collection Technique*** used is to conduct in-depth interviews with parties involved in campaign activities, such as Campaign Coordinators, Team Leaders, DKI Provincial Government Offices, and Principals. In its strategy, the campaign Clean Up Jakarta Day has seven (7) stages, (1) determining the campaign coordinator or who will be the leader of the campaign movement. (2) choose the media that will be used for publication purposes as well as establish cooperation. (3) seeking sponsorship support through proposals. (4) establish cooperation with the community, DKI Provincial Government, to conduct socialization. (5) roadshows to schools by conducting socialization and training. (6) conduct monthly meetings. (7) Evaluation.

***Keywords :*** Clean Up Jakarta Day Campaign, Campaign Strategy, Model Construction

# KONSTRUKSI MODEL KAMPANYE *CLEAN UP JAKARTA DAY* 2017

## Studi Kasus Deskriptif Kualitatif Pada Kampanye *Clean Up Jakarta Day*

Thesar Pandji Oktavianus

### Abstrak

**Latar belakang** penelitian ini berawal dari semakin bertambah banyaknya jumlah volume sampah yang ada di Ibukota di setiap tahunnya, sehingga muncullah sebuah gerakan kampanye yang bernama *Clean Up Jakarta Day* yaitu gerakan bersih – bersih Jakarta. Lewat kampanye ini, masyarakat didorong untuk kembali peduli kepada lingkungan sekitar dan menerapkan 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) dalam kehidupan sehari - hari . **Tujuan penelitian** untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan Indonesia Expat dalam menyelenggarakan kampanye *Clean Up Jakarta Day* dari awal hingga akhir. **Metodologi** yang digunakan adalah metode kualitatif. **Teknik Pengumpulan Data** yang digunakan adalah dengan melakukan wawancara secara mendalam dengan pihak – pihak yang terlibat dalam kegiatan kampanye, seperti Koordinator Kampanye, Tim *Leader*, Dinas Pemprov DKI, dan Kepala Sekolah. Dalam strateginya, kampanye *Clean Up Jakarta Day* memiliki tujuh (7) tahap, yaitu (1) menetapkan koordinator kampanye atau yang akan menjadi pemimpin gerakan kampanye. (2) memilih media yang akan digunakan untuk kegunaan publikasi sekaligus menjalin kerjasama. (3) mencari sponsor dukungan melalui proposal. (4) menjalin kerjasama dengan komunitas, Pemprov DKI, untuk melakukan sosialisasi. (5) *roadshow* ke sekolah – sekolah dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan. (6) melakukan *monthly meeting*. (7) Evaluasi.

**Kata Kunci** : Kampanye *Clean Up Jakarta Day*, Strategi Kampanye, Konstruksi Model