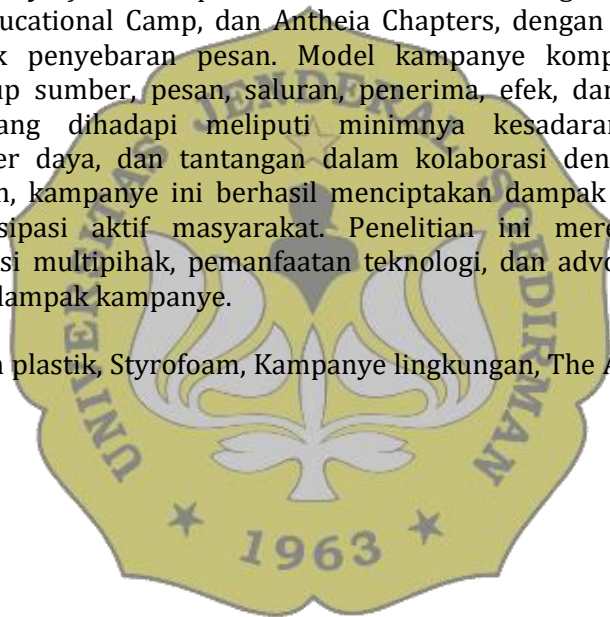


ABSTRAK

Menurut United Nation Environment Programme (UNEP), Indonesia merupakan salah satu negara penyumbang sampah plastik terbesar di dunia, dengan Jakarta sebagai salah satu kota dengan tingkat produksi sampah plastik yang tinggi, termasuk styrofoam. Styrofoam, sebagai salah satu jenis plastik yang sulit terurai, menimbulkan dampak serius bagi lingkungan dan kesehatan. Kampanye *#SayNoToStyrofoam* oleh The Antheia Project hadir sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya Generasi Z, tentang bahaya styrofoam dan mendorong perubahan perilaku. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kampanye tersebut serta kendala yang dihadapi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dengan informan kunci (Co-Founder dan anggota The Antheia Project), serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye *#SayNoToStyrofoam* diimplementasikan melalui berbagai kegiatan seperti Beach Clean Up, Educational Camp, dan Antheia Chapters, dengan memanfaatkan media sosial untuk penyebaran pesan. Model kampanye komponensial yang digunakan mencakup sumber, pesan, saluran, penerima, efek, dan umpan balik. Kendala utama yang dihadapi meliputi minimnya kesadaran masyarakat, keterbatasan sumber daya, dan tantangan dalam kolaborasi dengan pemangku kepentingan. Namun, kampanye ini berhasil menciptakan dampak positif melalui edukasi dan partisipasi aktif masyarakat. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kolaborasi multipihak, pemanfaatan teknologi, dan advokasi kebijakan untuk memperluas dampak kampanye.

Kata kunci: Sampah plastik, Styrofoam, Kampanye lingkungan, The Antheia Project, Generasi Z.



ABSTRACT

Based on data by United Nation Environment Programme (UNEP), Indonesia is one of the largest contributors to plastic waste in the world, with Jakarta being one of the cities with high plastic waste production, including styrofoam. Styrofoam, as a type of non-biodegradable plastic, poses serious threats to the environment and human health. The #SayNoToStyrofoam campaign by The Antheia Project aims to raise awareness, particularly among Generation Z, about the dangers of styrofoam and encourage behavioral change. This study analyses the implementation of the campaign and the challenges faced. The research employs a qualitative method with a descriptive case study approach. Data was collected through observation, in-depth interviews with key informants (Co-Founder and members of The Antheia Project), and documentation. The findings reveal that the #SayNoToStyrofoam campaign is implemented through various activities such as Beach Clean Up, Educational Camp, and Antheia Chapters, utilizing social media for message dissemination. The campaign follows a componential model, encompassing source, message, channel, receiver, effect, and feedback. Key challenges include low public awareness, limited resources, and difficulties in stakeholder collaboration. However, the campaign has successfully created a positive impact through education and active community participation. The study recommends strengthening multi-stakeholder collaboration, leveraging technology, and advocating for policy changes to expand the campaign's impact.

Keywords: Plastic waste, Styrofoam, Environmental campaign, The Antheia Project, Generation Z.

