

**STRATEGI KAMPANYE KOMUNITAS *EARTH HOUR DEPOK* DALAM
MENGAJAK MASYARAKAT UNTUK HEMAT ENERGI LISTRIK
MELALUI KEGIATAN *SWITCH OFF* TAHUN 2018**

Riri Rahmawati

Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta

Jalan PGRI rt.004/013 No. 17C Kecamatan Beji, Kelurahan Kemirimuka

Kota Depok, 16423

Email: riyoo52@yahoo.com, No. HP: 0818-1885-4218

ABSTRAK

Tujuan: Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Kampanye *Earth Hour Depok* dalam mengajak masyarakat untuk melakukan aksi mematikan lampu dan listrik yang tidak perlu selama satu jam. **Metode Penelitian:** Studi Kasus Pendekatan Kualitatif **Hasil Penelitian:** faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi kesuksesan pembuatan kampanye (*campaign maker*) dalam melakukan kampanye. Tujuan dari kegiatan selebrasi *switch off* adalah untuk mengajak masyarakat agar melakukan aksi mematikan lampu dan listrik guna menghambat percepatan perubahan iklim yang ekstrem. Sasaran target *Earth Hour Depok* dari kegiatan kampanye ini adalah mahasiswa, akademisi, praktisi bisnis, instansi swasta, *caffe*, dan warga kota Depok. Pesan digunakan yaitu pesan yang bersifat informatif, dengan memberikan informasi berupa sebab akibat dari percepatan perubahan iklim, dan dampak yang sudah terjadi akibat perubahan iklim yang ekstrem. Selain itu menggunakan pesan yang bersifat persuasif, dengan menyampaikan ajakan kepada masyarakat untuk melakukan aksi selebrasi *switch off* 2018. Strategi yang dilakukan *Earth Hour Depok* dengan cara melakukan komunikasi langsung berupa *event*, taktik yang digunakan dalam kampanye ini dengan menghadirkan narasumber yang terpercaya untuk mengajak masyarakat agar melakukan aksi mematikan lampu dan listrik yang tidak perlu. Proses evaluasi dan tinjauan yang dilakukan pihak *Earth Hour Depok* yaitu dengan melihat partisipasi dari praktisi bisnis, *caffe* dan target lainnya dalam melakukan aksi selebrasi *switch off* 2018. **Kesimpulan:** Strategi kampanye yang dilakukan *Earth Hour Depok* dengan tujuan mengajak masyarakat untuk melakukan selebrasi *switch off* melakukan semua tahapan mulai dari analisis masalah sampai evaluasi dan tinjauan **Saran:** Dalam strategi yang dilakukan *Earth Hour Depok* ada beberapa tahap yang kurang maksimal seperti tahap identifikasi sasaran, alokasi waktu dan tempat bagian dana, dan evaluasi tinjauan.

Kata Kunci: Strategi Kampanye, *Earth Hour Depok*, Selebrasi *Switch Off*.