

## ABTRAKSI

Pemanasan global dan perubahan iklim terjadi bukan hanya karena manusia melakukan penebangan hutan, mengurangi lahan hijau dan membangun Gedung-gedung tinggi, tetapi juga pencemaran lingkungan. Salah satunya adalah pencemaran yang berasal dari plastik. Berbagai komunitas telah melakukan kampanye pengurangan penggunaan produk kemasan plastik sekali pakai, mengkritisi perilaku konsumtif masyarakat terhadap berbagai produk kemasan plastik, melakukan aksi “*Go Green*” dan kampanye pelestarian lingkungan lainnya.

Perancangan iklan kreatif audio visual sebagai kampanye sosial pengurangan sampah plastik memiliki tujuan untuk memberikan informasi bagaimana proses perancangan hingga penempatan iklan kreatif tersebut sebagai kampanye sosial pengurangan sampah plastik kepada masyarakat. Penulis memakai metode pengumpulan data, kemudian metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Selanjutnya penulis melakukan perancangan iklan kreatif berupa video *stop motion*, *merchandise* (pin, totebag, pouch sedotan), poster, X-banner dan *Booklet*.

Iklan kreatif digunakan sebagai kampanye sosial untuk menyampaikan informasi dan pesan mengenai pentingnya menjaga lingkungan dengan menggunakan produk-produk ramah lingkungan, selain dapat membantu UMKM untuk terus produktif juga dapat mengurangi dampak negatif dari produk-produk yang menggunakan bahan plastik sekali pakai.

**Kata Kunci: Kampanye Sosial, Iklan Kreatif, Sampah Plastik, Sedotan Bambu**

## **ABSTRACT**

Global warming and climate change occur not only because humans do deforestation, reduce green land and build tall buildings, but also environmental pollution. One of them is pollution that comes from plastic. Various communities have carried out campaigns to innovate single-use product packaging, criticize people's consumptive behavior towards various plastic packaging products, carried out "Go Green" actions and other environmental conversation campaigns.

The design of audio-visual create ads as a social campaign for plastic waste reduction aims to provide information on how the design process, and the placement of audio-visual creative ads a social campaign to reduce plastic waste on the community. Author use data collection methods, then the SWOT analysis method (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). And then author designs creative adds in the form on stop motion videos, merchandise (pins, totebag, straw pouches), poster and X-banner.

Creative advertising is used as a social campaign to convey an information and messages about the importance of protecting the environment by using environmentally friendly products, besides being productive, it can also reduce the negative impact of products that use single-use plastic materials.

**Keywords: Social Campaigns, Creative Advertising, Plastic Waste, Bamboo Straws**