

ABSTRAK

Judul penelitian adalah Makna *Headbag Mob* dalam Kegiatan Kampanye “Diet Kantong Plastik” *Greeneration* Indonesia bagi Sahabat Walhi (Studi Fenomenologi *Headbag Mob* Kampanye “Diet Kantong Plastik” *Greeneration* Indonesia dalam Membentuk Kesadaran Akan Bahaya Sampah Plastik); oleh Yuliana. Tesis Magister dengan Tim Pembimbing: Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si. (Ketua) dan Dr. Lukiat Komala, M.Si. (Anggota).

Latar belakang penelitian ini adalah *Greeneration* Indonesia mengadakan *Headbag Mob* dalam kegiatan Kampanye Diet Kantong Plastik (DKP), sebagai upaya mengurangi penggunaan kantong plastik. Keikutsertaan Sahabat Walhi diharapkan dapat membantu GI dalam menyebarkan Kampanye DKP. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif Sahabat Walhi mengikuti *Headbag Mob*, pengalaman Sahabat Walhi dalam *Headbag Mob*, serta mengetahui makna *Headbag Mob* bagi Sahabat Walhi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teori yang digunakan adalah Teori Interaksi Simbolik dan Teori Tindakan Sosial.

Kesimpulan penelitian bahwa terdapat dua motif yang mendorong informan dalam mengikuti *Headbag Mob*, yaitu *In Order Motif* antara lain motif untuk pelestarian lingkungan, ingin punya tas *baGoes*, dan karena suka bergiat di pergerakan komunitas dan berbagai *event*. *Because motif* antara lain ajakan teman, kesadaran diri sendiri, meminimalisir dosa ekologis diri sendiri, serta sinergi dengan latar belakang pendidikan. Pengalaman mengikuti *Headbag Mob* dapat dilihat dari penelitian ini diantaranya ketika mengikuti *Headbag Mob* yaitu senang, menjadi sarana komunikasi, mendapatkan teman baru, memperkaya ilmu, merasa menjadi bagian dari pergerakan pelestarian lingkungan, seru, serta bangga. Makna *Headbag Mob* bagi Sahabat Walhi dibentuk dari hasil interaksi dengan anggota di dalam komunitas dan juga hasil dari interaksi dengan lingkungan. Makna *Headbag Mob* yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah Kegiatan pergerakan massal yang menimbulkan efek paling besar karena memanfaatkan psikologi kelompok dimana orang merasa lebih kuat ketika bersama melakukan kegiatan kampanye, kegiatan pergerakan massal yang sangat efektif untuk mengajak masyarakat secara massal berpartisipasi dalam kampanye pengurangan kantong plastik, suatu pergerakan massal menggunakan tas kain di kepala sebagai bentuk komitmen para partisipan kampanye DKP untuk selalu menggunakan tas kain, serta kegiatan pergerakan massal sambil menggunakan tas kain dimana akan lebih menyenangkan jika kita melakukan diet kantong plastik secara bersama-sama.

Saran dalam penelitian ini agar pihak-pihak yang terkait seperti Sahabat Walhi dan *Greeneration* Indonesia sebagai organisasi tempat penulis teliti, pemerintah, dan masyarakat saling menjalin kerjasama yang baik untuk proses sosialisasi mengenai Kampanye Diet Kantong Plastik.

Kata Kunci: Makna, *Headbag Mob*, Fenomenologi, Interaksi Simbolik

ABSTRACT

The Title of this Research is The Meaning of Headbag Mob at “Plastic Bag Diet” Campaign Greeneration Indonesia by Sahabat Walhi (Phenomenology Study Headbag Mob at “Plastic Bag Diet” Campaign Greeneration Indonesia in Building Awareness of The Plastic Waste Danger); by Yuliana. Magister Thesis supervised by: Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si. (Head Supervisor) dan Dr. Lukiati Komala, M.Si. (Supervisor).

The background of this research is Greeneration Indonesia held Headbag Mob at “Plastic Bag Diet” Campaign (DKP), as an effort to reduce the use of plastic bags. The participation of Sahabat Walhi is expected to assist GI in spreading DKP Campaign. The purpose of this study is to determine the motive of Sahabat Walhi taking part at the Headbag Mob, the experience of Sahabat Walhi when participate at Headbag Mob, and to know the meaning of the Headbag Mob by Sahabat Walhi. The method of this research is a qualitative method, with phenomenology approach. The researcher use the Symbolic Interaction Theory and Social Action Theory.

This research concludes that there are two motives that encourage informant in following Headbag Mob, which is In Order Motive such as, environment preservation, owning BaGoes bag, eager to participate at community act or movement and several event. After that there is “Because motive” such as friend persuasion, self awareness, minimalizing personal ecology sin, and sinergize with educational background. The experiences from participating in Headbag Mob that concluded are happy, being medium of communication, getting new friend, gaining knowledge, and being a part of environment preservation movement, exciting, and feeling proud. The meaning of the Headbag Mob for Sahabat Walhi generated from the interaction with its member and also constructed from their interaction with their environment. The meaning of Headbag Mob generated in this study is the mass movement which caused the greatest effect because it uses group psychology where people feel bigger when conducting the campaign together, the mass movement which has effective way to invite the public to participate in a mass campaign to reduce plastic bag; mass movement which wearing reusable bag at the top of the head as a commitment to always use cloth bag, and mass movement while wearing reusable bag at the head together, and seems to be fun activity when conducted “Plastic Bag Diet” campaign together.

Suggestion in this study is the researcher hope the related party like Sahabat Walhi and Greeneration Indonesia as organizations where researcher conducting research, government, and society generate a good cooperation in order to socialize “Plastic Bag Diet” campaign.

Keywords: Meaning, Headbag Mob, Phenomenology, Symbolic Interaction