

ABSTRAK

Meningkatnya gadget elektroik di Indonesia membuat setiap harinya sampah elektronik bertambah. Maraknya tumpukan sampah elektronik membuat Idevice Store tertarik untuk membuat strategi komunikasi untuk mengurangi keberadaan sampah elektronik di Kota Jogja. Merancang strategi komunikasi membutuhkan perencanaan yang cermat mengenai situasi dan kondisi untuk mencapai suatu tujuan. Dengan adanya strategi komunikasi harapannya menciptakan perubahan pada target sasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Idevice Store dalam kampanye #PilahPilihEwaste untuk mengurangi sampah elektronik. Strategi komunikasi yang dibahas menggunakan teori AIDDA. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh Idevice store menggunakan strategi yang sesuai dengan teori AIDDA. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Idevice Store membuat kampanye terkait pengurangan sampah elektronik menggunakan teori AIDDA sehingga kampanye dapat berjalan sesuai dengan target yang telah direncanakan oleh Idevice Store.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Teori AIDDA, Sampah Elektronik, *Idevice Store*.