

ABSTRAK

Gang Tamim merupakan sentra penjualan dan pembuatan kain di Kota Bandung, terdapat banyaknya kegiatan konveksi yang berada di kawasan tersebut. Limbah kain perca, sebagai hasil sisa industri konveksi, menjadi permasalahan signifikan di kawasan Gang Tamim, Bandung. Terdapat dua jenis limbah kain yang dihasilkan dalam produksi yaitu limbah besar dan kecil. Pengelolaan limbah yang kurang optimal memicu dampak negatif bagi lingkungan setempat. Namun, pemahaman dan kesadaran masyarakat untuk mengatasi limbah kain perca menjadi produk berkelanjutan dalam mengatasi limbah kain perca masih kurang, karena kampanye sosial belum tersalurkan dengan optimal. Untuk mengumpulkan data, instrumen yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan kuesioner. Kemudian, dilakukan pendekatan analisis untuk mengevaluasi dampak kampanye terhadap perilaku masyarakat, dengan fokus pada pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang diharapkan memicu perubahan positif teori Ostegard dan metode AISAS. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perancangan model kampanye sosial secara *offline* dan *online* sangat diperlukan dalam membangun keterampilan praktis masyarakat dan memperluas dampaknya kepada audiens yang lebih luas. Hasil strategi perancangan kampanye secara *offline* dan *online* ini difokuskan untuk membangun kesadaran, empati, dan partisipasi masyarakat dalam melakukan pengelolaan limbah kain menjadi inovasi produk berkelanjutan yang dapat memiliki nilai jual dan menciptakan lapangan kerja.

Kata kunci: Gang Tamim Bandung, Limbah kain perca, Model kampanye sosial, Metode Ostegard, Metode AISAS