

Implementasi *Campaign* “Kenali Limbah B3” sebagai Pelaksanaan Aksi SDG’s di Lingkungan Kampus LSPR

Siti Nurhaliza¹, Janette Maria Pinariya^{1*}, Arwinda Audiary S¹

¹LSPR Institute of Communication and Business
Jln. KH Mas Mansyur Kav. 35 Jakarta - Indonesia

*Email Korespondensi: janette.mp@lspr.edu

Submitted: May 21, 2025, **Revised:** June 24, 2025, **Accepted:** June 30, 2025
Accredited by Kemristekdikti No. 204/E/KPT/2022

Abstract - The increasing use of electronic goods makes people not only use them to meet non-urgent needs, the diversity of electronic goods products with their functions makes electronic goods inseparable from human activities, in this phenomenon the increase in electronic waste or e-waste is unstoppable and will be found even in homes. Waste is no longer a big thing that can only be found in certain activities. Referring to the characteristics and specifications issued by the PP KLHK, it can be identified that currently there is waste in household waste, one of which is electronic waste. In the pre-research conducted, many students did not know and were not familiar with e-waste or even waste itself. In implementing this work, the creator of the work implemented waste recognition through communication activities by implementing social change campaigns that divided activities into three sub-activities (Social Media Campaign, distributing e-waste boxes and creating a seminar to recognize waste). This work implemented a social media campaign by creating content according to Rose's content creation concept (Create and Manage, Optimize, Aggregate and Curate, Converse and Listen and Measure and Learn). The success of this campaign was evaluated based on the engagement generated by content on the Instagram account @kenali_limbah, the participation of the LSPR Institute academic community in the collection of electronic waste via drop boxes, and the attendance of 122 participants at the “Kenali Limbah” seminar.

Keyword: Campaign; Waste; e-waste; SDGs ; Social Media Campaign

Abstrak - Meningkatnya penggunaan barang elektronik membuat masyarakat bukan hanya menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan tidak mendesak. Keberagaman produk barang elektronik dengan fungsinya membuat barang elektronik menjadi tidak terpisahkan dengan kegiatan manusia. Pada fenomena ini peningkatan limbah elektronik atau e-waste tidak terbanding dan banyak ditemukan, bahkan di rumah sendiri. Limbah bukan lagi menjadi hal besar yang hanya dapat ditemukan pada kegiatan tertentu. Mengacu pada karakteristik dan spesifikasi yang dikeluarkan oleh PP KLHK, dapat dilakukan identifikasi bahwa saat ini terdapat limbah dalam rumah tangga, salah satunya limbah elektronik. Dalam pra *research* yang dilakukan, banyak mahasiswa belum mengetahui e-waste. Dalam pelaksanaan karya ini, pembuat karya mengimplementasikan pengenalan limbah melalui kegiatan komunikasi dengan menerapkan *social change campaigns* yang membagi kegiatan menjadi tiga sub (*Social Media Campaign*, mendistribusikan e-waste box dan membuat seminar kenali limbah). Karya ini menerapkan *social media campaign* dengan membuat konten sesuai konsep pembuatan konten oleh Rose (*Create and Manage, Optimize, Aggregate dan Curate, Converse and Listen dan Measure and Learn*). Keberhasilan kampanye ini diukur berdasarkan daya tarik konten di akun Instagram @kenali_limbah, partisipasi sivitas akademika LSPR dalam pengumpulan limbah elektronik melalui *dropbox*, serta kehadiran 122 peserta dalam seminar “Kenali Limbah”.

Kata Kunci: Kampanye; Limbah; *e-waste*; SDGs; *Social Media Campaign*

I. PENDAHULUAN

Dalam tiga tahun terakhir, kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pandemi Covid-19 dan fenomena cuaca yang ekstrem, khususnya di Jakarta, menjadi pemicunya. Langit Jakarta yang seringkali gelap bahkan di siang hari, menarik perhatian luas dan mendorong berbagai pihak untuk mencari solusi atas permasalahan polusi udara. Pemerintah bersama masyarakat mulai menyoroti dan menelusuri akar permasalahannya, yaitu pencemaran udara yang semakin memburuk. Kesadaran lingkungan pun tumbuh seiring meningkatnya komitmen masyarakat global terhadap hidup berkelanjutan. Peningkatan kesadaran ini tidak boleh hanya menjadi tren yang sesaat.

Edukasi dan kampanye pemilahan sampah menjadi salah satu peran yang dapat membuat perubahan terhadap perilaku masyarakat. Salah satu inisiatif yang relevan adalah sebuah Gerakan yang digagas oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), yaitu Gerakan Pilah Sampah (KLHK, 2019). Menurut data KLHK dalam Deselta & Nugroho, (2021), sampah rumah tangga menyumbang sekitar 36% dari total sampah nasional, diikuti oleh sektor pasar dan perniagaan (38%), serta perkantoran dan fasilitas publik (26%). Melihat kontribusi besar dari sampah rumah tangga, masyarakat perlu diedukasi untuk menjaga kebersihan dan mengelola sampah secara bijak guna mengurangi timbunan sampah (Amboningtyas & Hasiholan, 2020).

Di sisi lain, isu limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) juga menjadi sebuah perhatian yang serius. Limbah B3 merupakan hasil aktivitas industri rumah tangga yang memiliki karakteristik beracun, infeksius, mudah terbakar, korosif, atau reaktif (Ikhtiar, 2017). Karena sifatnya yang berbahaya, maka pengelolaan limbah B3 harus dilakukan secara khusus untuk mencegah pencemaran lingkungan serta ancaman terhadap kesehatan makhluk hidup (Pavitasari & Najicha, 2022).

Studi yang dilakukan oleh Anggraini et al., (2014), menjelaskan bahwa limbah B3 memiliki dampak terhadap lingkungan dan kesehatan yaitu: (1). Tanah: Menurunkan kesuburan dan mempengaruhi pertumbuhan tanaman; (2) Air: Mencemari sumber air, membunuh biota air, dan merusak ekosistem; (3). Kesehatan Manusia: Dapat mengganggu sistem tumbuh kembang anak, merusak paru-paru dan hati. Dengan meningkatnya kesadaran lingkungan di masyarakat, maka penting bagi pemangku kebijakan dan masyarakat memastikan edukasi sistem pengelolaan limbah berjalan secara berkelanjutan.

Limbah B3 tidak hanya dihasilkan oleh industri, tetapi juga dapat ditemukan pada sampah rumah tangga. Menurut Achmad Faishal dalam Salsabila et al., (2021), setiap individu yang menghasilkan limbah memiliki tanggung jawab hukum untuk mengelola limbahnya sesuai dengan karakteristik dan ketentuan yang berlaku. Fenomena kesadaran lingkungan juga diperkuat oleh peran media sosial, khususnya dalam membentuk opini publik melalui kampanye digital.

Platform seperti Instagram banyak digunakan oleh para aktivis lingkungan, seperti akun @greenpeaceid, untuk menyuarakan isu-isu lingkungan, sekaligus memberikan edukasi kepada masyarakat. Media sosial menjadi sarana yang efektif untuk mendukung strategi komunikasi kampanye lingkungan dalam era *marketing 4.0*. (Yasir et al., 2024).

Dengan demikian, integrasi antara edukasi pemilahan sampah, penerapan *green company*, dan pemanfaatan media sosial sebagai saluran kampanye, dapat menjadi strategi sinergis dalam membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam menjaga keberlanjutan lingkungan. Praktik pemilahan sampah mulai menjadi tren sejak masa pandemi Covid-19. Praktik ini tidak hanya mendorong perilaku hidup bersih, tetapi juga berfungsi sebagai sarana kampanye kesadaran lingkungan.

Salah satu contoh implementasinya terlihat pada masyarakat Cipadu Jaya melalui Program

Bank Sampah, yang berhasil meningkatkan partisipasi warga dalam pemilahan dan pengelolaan sampah (Siahaan, 2023). Upaya pemanfaatan pemilahan sampah sejalan dengan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs), yang dirancang sebagai agenda global untuk menciptakan keseimbangan antara kebutuhan manusia, pelestarian lingkungan dan kemakmuran bersama (Wahyuningsih, 2017).

Sebagai bagian dari implementasi SDGs di Indonesia, berbagai perguruan tinggi mendirikan SDGs Center untuk mendukung penyusunan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi Rencana Aksi TPB/SDGs. Lembaga pendidikan tinggi berperan sebagai pusat keunggulan (*center of excellence*) dalam integrasi SDGs ke dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu: Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian Masyarakat.

Menurut studi penelitian yang dilakukan oleh Assa (2022), kampus yang ideal digambarkan sebagai ruang terbuka yang memungkinkan kolaborasi antara akademisi dan masyarakat dalam menjaga kualitas lingkungan hidup, dan mahasiswa memiliki peran dalam pengelolaan lingkungan kampus yang terpadu, komprehensif dan berkelanjutan.

London School of Public Relations (LSPR) merupakan salah satu dari 47 perguruan tinggi di Indonesia yang memiliki SDGs Center (SDGs Bappenas, 2021). Lembaga ini berada di bawah naungan LSPR Institute of Communication and Business, dan bertujuan mendukung capaian SDGs, terutama pada poin 12 (*Responsible Consumption and Production*) dan poin 17 (*Partnerships for The Goals*). Poin 12 berfokus pada pengelolaan sumber daya yang berkelanjutan, sementara poin 17 menekankan pentingnya kemitraan untuk mewujudkan keberlanjutan (Alfathy et al., 2023).

Dalam penelitian pra-riset yang dilakukan oleh penulis terhadap sembilan mahasiswa LSPR, ditemukan bahwa 66,7% responden mengetahui tentang limbah B3, sementara 33,3% belum mengenalnya. Sebanyak 87,5% responden mampu menjawab kepanjangan dari B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun) dengan benar, dan 55,6% mengaku pernah mendapatkan edukasi mengenai limbah B3.

Namun, ketika diminta menyebutkan tiga jenis limbah B3, sebagian dari responden memberikan jawaban yang kurang tepat yaitu, sisa tubuh manusia. Limbah seperti e-waste (sampah elektronik) justru luput dari perhatian, padahal sampah elektronik termasuk kategori limbah B3 dan memiliki dampak serius terhadap lingkungan (Rahman, 2022). Hasil pra riset ini menunjukkan bahwa masih ada kesenjangan pengetahuan mahasiswa terhadap jenis dan bahaya limbah B3. Oleh karena itu, penulis tertarik membuat kampanye “Kenali Limbah B3” sebagai pelaksanaan aksi mendukung SDGs di lingkungan kampus LSPR Institute.

Dalam mengembangkan kampanye ini, penulis merujuk pada teori kampanye tiga tahap oleh Ostegaard dalam Venus (2004), yang menekankan bahwa kampanye efektif melewati tiga tahapan utama, yaitu: (1) Tumbuhnya kesadaran dan ketertarikan audiens terhadap isu; (2) Adanya perubahan sikap; (3) Muncul perilaku atau tindakan secara nyata. Penulis memilih media sosial sebagai saluran utama dalam menyebarkan pesan dan menjangkau mahasiswa secara langsung. Konten dibuat untuk mengingatkan, menginformasikan, menghibur, dan melibatkan pengguna jenis konten yang umum diposting melalui media sosial (Wang et al., 2018).

Pada kampanye ini, konten dirancang dengan mengacu pada pendekatan *content planning* dari Rose (2023), yang terdiri dari empat tahapan: (1) *Create and Mange*: Konten dibuat dengan perencanaan yang matang, memperhatikan audiens, tanggung jawab tim, standar *visual* dan *tone* agar konsisten dengan *branding* kampanye; (2) *Optimize and Curate*: Konten dikembangkan berdasarkan referensi isu lingkungan yang relevan dan tren terkini agar tetap aktual dan menarik; (3) *Converse and Listen*: Kampanye tidak hanya menyampaikan pesan satu arah, tetapi memperkuat keterlibatan audiens dengan mendorong untuk berinteraksi serta mendengarkan feedback dari audiens; (4) *Measure and Learn*: Mengukur keberhasilan konten agar dapat menjangkau lebih banyak audiens.

II. KERANGKA TEORI

Landasan teori dalam penelitian ini berfokus pada tiga pilar utama, yaitu teori komunikasi kampanye, konsep limbah B3, serta kerangka Sustainable Development Goals (SDG's) dalam konteks edukasi lingkungan kampus. Komunikasi kampanye merupakan suatu bentuk komunikasi strategis yang bertujuan untuk mengubah sikap, pengetahuan, atau perilaku sasaran tertentu melalui pesan yang dirancang secara sistematis.

Menurut Rice dan Atkin (2013), kampanye komunikasi publik melibatkan perencanaan pesan, pemilihan media, dan penyesuaian dengan karakteristik audiens untuk mencapai dampak yang diinginkan. Dalam konteks kampus, kampanye “Kenali Limbah B3” menjadi media edukatif untuk menyampaikan informasi mengenai bahaya limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) serta pentingnya pengelolaan yang tepat. Limbah B3 sendiri merupakan sisa dari aktivitas manusia atau industri yang mengandung zat berbahaya yang dapat mencemari lingkungan serta membahayakan kesehatan (PP No. 101 Tahun 2014). Dalam kehidupan kampus, sumber limbah B3 dapat berasal dari laboratorium, perangkat elektronik, hingga baterai bekas, yang jika tidak dikelola dengan baik dapat berdampak buruk bagi lingkungan kampus dan sekitarnya.

Kampanye ini juga dikaitkan dengan pelaksanaan aksi nyata dalam mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDG's), khususnya tujuan ke-12 tentang konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, serta tujuan ke-13 tentang aksi terhadap perubahan iklim. Kedua tujuan ini menekankan pentingnya peningkatan kesadaran dan perubahan perilaku masyarakat, termasuk di kalangan akademisi, dalam mengelola limbah dan sumber daya secara berkelanjutan.

Perguruan tinggi sebagai institusi pendidikan memiliki peran penting dalam menanamkan nilai-nilai kesadaran lingkungan kepada mahasiswa. Seperti yang diungkapkan Tilbury (1995), pendidikan lingkungan di institusi pendidikan dapat menjadi sarana penting untuk mendorong perubahan perilaku yang mendukung keberlanjutan. Oleh karena itu, kampanye “Kenali Limbah B3” di lingkungan kampus LSPR tidak hanya menjadi wujud komunikasi strategis, tetapi juga bentuk kontribusi institusi pendidikan dalam mendukung agenda global pembangunan berkelanjutan.

III. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kampanye “Kenali Limbah B3” merupakan sebuah program yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan seputas limbah B3, karakteristik, dan bahayanya. Program kampanye ini bekerjasama dengan LSPR 4C, LSPR SDGs Center, PT. Teman Sejahtera Abadi (TSA) dan PT. Orbit Karunia Abadi (OKA).

Pelaksanaan kampanye dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Kegiatan ini dilaksanakan di LSPR Institute of Communication and Business, yang mencakup Kampus B dan Kampus C di Sudirman Park, Jakarta, serta Kampus Traspark, yang berlokasi di Bekasi. Kampanye ini berlangsung dari Februari 2024 hingga Juni 2024, dengan puncak kegiatan dilaksanakan pada 20 Juni 2024, di Auditorium Prof. Djajusman, Kampus B, LSPR Sudirman Park, Jakarta.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Perencanaan

Perencanaan kampanye mengacu pada buku Gregory ((2020)), di mana dalam membuat sebuah kampanye terdapat beberapa tahapan dalam melakukan pembuatan perencanaan, yaitu: Analisis, Tujuan, dan Target Audiens. Analisis dilakukan pada awal perencanaan dengan menggunakan *SWOT Analysis*. Analisa ini bermanfaat untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari kampanye.

Informasi pendukung dikumpulkan melalui survei kuesioner menggunakan *Google Form* yang disebarikan kepada sivitas akademika LSPR, khususnya mahasiswa. Hasil dari pra riset ini

digunakan sebagai dasar dalam perumusan strategi komunikasi dan pelaksanaan program.

Tujuan utama kampanye “Kenali Limbah B3” adalah untuk meningkatkan kepedulian dan pemahaman sivitas akademika terhadap limbah B3, khususnya limbah elektronik. Kampanye ini terdiri dari tiga komponen utama, yaitu: (1) Edukasi melalui media sosial; (2) Penyediaan dropbox limbah elektronik; (3) Pelaksanaan seminar dengan tiga narasumber ahli, yaitu: (1) Drs. Iyan Suwargana, M.Si., M.Psi (Widyaiswara Ahli Madya, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan); (2) Indra Dipa Ananda (Advisor, PT. Orbit Abadi); (3) Mustofa (*Owner*, PT. Teman Sejati Sejahtera Abadi).

Selain narasumber, ada juga satu tamu undangan yang menjadi moderator, yaitu: Dodit Ardiatman, S.T., M.Sc., (Kaprodi Teknik Lingkungan Universitas Pelita Bangsa). Target audiens pada kampanye ini dibagi menjadi dua kelompok, yaitu: (1) *Primary Target*: Mahasiswa/i program S1 dan S2 LSPR Institute yang berdomisili di Jabodetabek; (2) *Secondary Target*: Karyawan LSPR di wilayah Jabodetabek. Penentuan target audiens berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan penulis bersama klub LSPR 4C, di bawah koordinasi LSPR SDGs Center.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kampanye “Kenali Limbah B3”, dilaksanakan dalam dua bentuk kegiatan, yaitu kegiatan *online* dan kegiatan *offline*. Kegiatan kampanye ini memiliki tiga bagian, yakni: Edukasi dengan menggunakan media sosial, Adanya *dropbox* atau tempah sampah yang digunakan untuk limbah elektronik, dan penyelenggaraan seminar. Sebagai bentuk edukasi melalui media sosial, kampanye dilakukan melalui akun Instagram @kenali_limbah.

Aktivitas ini merupakan bagian dari strategi *social media campaign*, yang ditujukan untuk menyebarkan informasi seputar limbah B3, khususnya limbah elektronik, kepada sivitas akademika LSPR Institute. Dalam pendekatan *content planning* (Rose, 2023), pada tahap awal yang perlu dilakukan adalah *Create and Manage*. Pada tahapan ini, diperlukan menyusun *content plan* sebagai panduan untuk menentukan jenis dan format konten yang akan dibuat, serta waktu distribusinya. Hal ini guna memastikan pesan kampanye tersampaikan secara efektif melalui media sosial.

NOTES : ALL CONTENT CONTAIN TO EDU AND CALL TO ACTION													
NO	HARI/TGL	TOPIK/TEMA	TYPE OF CONTENT	CONTENT PILLAR	TIPE	SCRIPT	CAPTION	BRIEF	#	REFERENCE	ACC	LINK CONTENT	EXECUTOR
1	20-02-2024	Perkenalan	Perkenalan	Perkenalan	POST	Pada Post (Hal Kenali) ini event seputar Limbah B3 di kampus LSPR					Posted	https://www.instagram.com/kenali_limbah/post/CQ8v3p0p000/	Liza
2	29-02-2024		Perkenalan	Perkenalan	POST	Poster dan official sticker kenali limbah "Kenali Limbah di Lingkungan Kampus"					Posted	https://www.instagram.com/kenali_limbah/post/CQ8v3p0p000/	Liza
3	04-03-2024		Perkenalan	Perkenalan	POST	SDG's Implementation Communication Event					Posted	https://www.instagram.com/kenali_limbah/post/CQ8v3p0p000/	Liza
4			Edukasi	Sharing	POST	3 Cara Supaya Jengon Jadi Sekedar Tim Pukul Lingkungan					Posted	https://www.instagram.com/kenali_limbah/post/CQ8v3p0p000/	Liza

Gambar 1. Content Plan Media Sosial Instagram Post @kenali_limbah

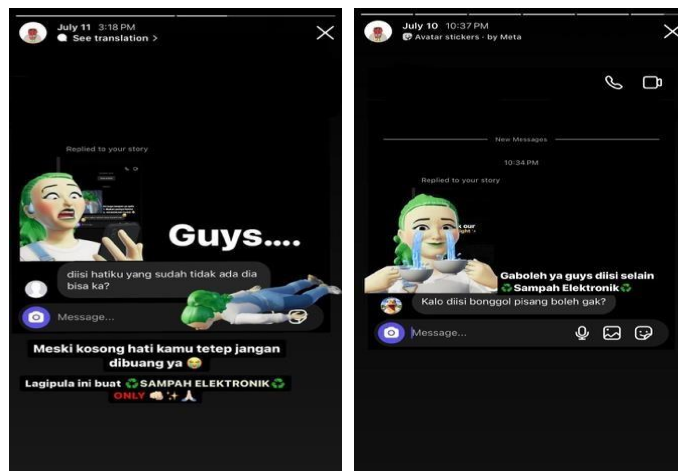
Tahap berikutnya adalah *Optimize and Curate*. Untuk memenuhi aspek optimasi dan kurasi, diperlukan pencarian informasi yang relevan dan selaras dengan konten yang akan disajikan. Informasi tersebut dapat diperoleh dari peraturan pemerintah atau artikel yang sesuai dengan topik. Tujuannya adalah agar audiens memperoleh konten yang relatable dan bersumber dari referensi yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan. Setelah itu, dilakukan produksi konten grafis sesuai dengan karakteristik pengikut akun Instagram @kenali_limbah. Konten yang telah

dibuat disusun dan dikurasi oleh tim LSPR 4C dan SDGs Center, lalu kemudian, konten dijadwalkan untuk diunggah, baik melalui fitur kolaborasi maupun secara mandiri di akun Instagram @kenali_limbah.

Tabel 1. Referensi dan Realisasi Konten pada Akun Instagram @kenali_limbah

Referensi Konten	Penjelasan Realisasi Konten
PP No. 22 Tahun 2021, Tentang: Penyelenggaraan Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup	Membuat daftar dan memetakan jenis limbah yang dihasilkan ada dilingkungan kampus
Intechopen: Artikel seputar bahaya dan kandungan <i>electronic waste</i>	Mengelaborasi informasi dari artikel menjadi konten bertema “Kandungan dalam <i>e-waste</i> “ yang menjelaskan alasan limbah elektronik berbahaya jika tidak dikelola dengan tepat.
SDGs/un.org/ <i>Chemical and Waste</i>	Mengelaborasi informasi dari artikel PBB terkait penjelasan SDGs poin 12 menjadi konten unggahan yang membahas poin tersebut secara khusus.
WHO/ <i>Electronic Waste</i>	Mengelaborasi informasi menjadi konten yang mengangkat pandangan WHO terhadap limbah elektronik.

Pada tahap *Converse and Listen*, interaksi dua arah dengan audiens menjadi hal yang penting dalam *social media campaign*. Tim kampanye dapat mendengarkan respons, menjawab pertanyaan, serta memahami pandangan audiens terhadap isu limbah B3. Proses ini tidak hanya memperkuat engagement, tetapi juga menjadi sarana evaluasi kualitatif terhadap pemahaman dan sikap audiens, yang pada akhirnya dapat digunakan untuk menyempurnakan strategi komunikasi ke depannya.



Gambar 2. Komentar *followers* Akun Instagram @kenali_limbah pada Instagram story

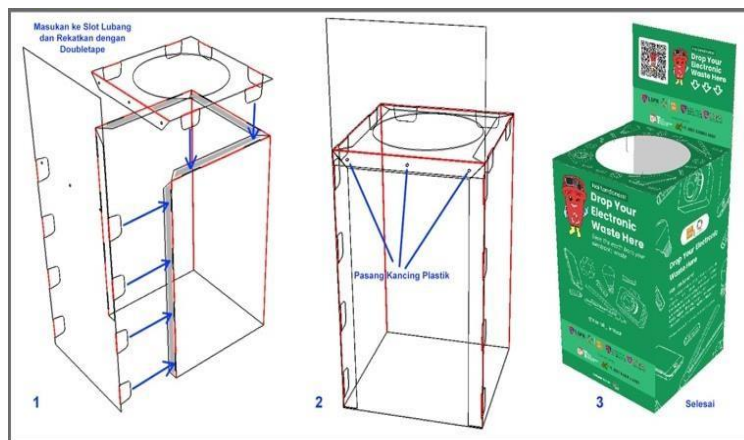
Sebagai bagian dari tahap *Measure and Learn*, dilakukan kolaborasi konten antara akun Instagram @kenali_limbah dengan akun resmi @lsprofficial, @lspr_4c, dan @lsprsdgscenter. Kolaborasi ini bertujuan untuk memperluas jangkauan audiens, meningkatkan *engagement*, serta mengukur efektivitas distribusi pesan kampanye melalui metrik interaksi yang dihasilkan dari unggahan kolaborasi.



Gambar 3. Konten Kolaborasi dengan likes yang banyak dan menjangkau banyak akun

Bagian kedua dalam kegiatan kampanye “Kenali Limbah B3” adalah *dropbox* atau tempat sampah untuk limbah elektronik. *Dropbox* didesain dengan menggunakan drum plastik berkapasitas 250 liter. Pada luar drum, ditampilkan ilustrasi jenis-jenis sampah elektronik yang dapat diterima, seperti kamera, catokan rambut, dan pengering rambut. Terdapat tulisan “*Drop Your Electronic Waste*” sebagai ajakan langsung bagi sivitas akademika LSPR Institute. Di sisi kanan dan kiri *dropbox* dicantumkan informasi mengenai relevansi pengumpulan sampah elektronik dengan SDGs poin nomor 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab) dan poin nomor 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan).

Terdapat pula *barcode* yang mengarahkan pengguna pada informasi syarat dan ketentuan pengumpulan sampah elektronik, kontak yang dapat dihubungi, serta formulir pengisian data sebagai bukti partisipasi.



Gambar 4. Kerangka Produksi *Dropbox* atau Tempah Sampah untuk Limbah Elektronik

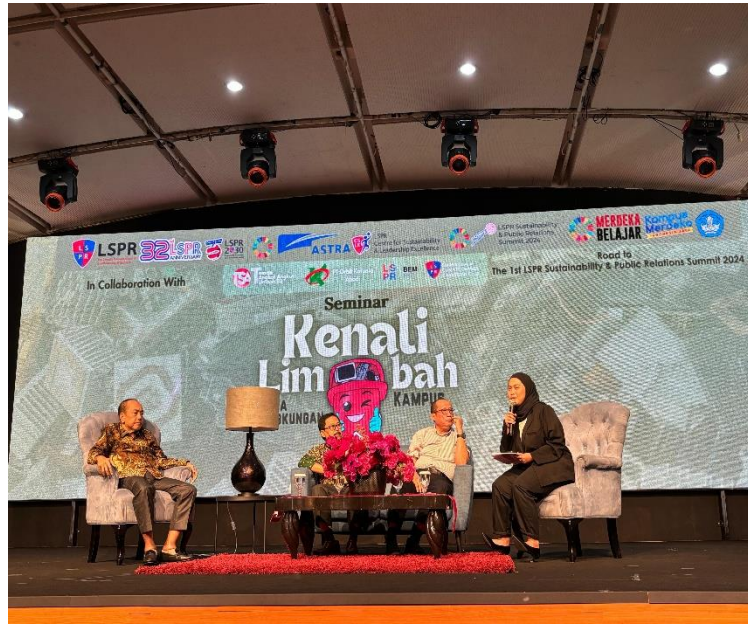
Proses pengangkutan limbah elektronik dari lingkungan LSPR Institute dilakukan oleh PT. Teman Sejati Sejahtera Abadi (TSA) dan dikirimkan ke PT. Orbit Karunia Abadi (OKA) untuk selanjutnya dikelola sesuai prosedur yang berlaku. Sebagai output dari proses ini, LSPR menerima sertifikat berita acara pengelolaan sampah elektronik. Kegiatan ini merupakan bagian dari inisiasi LSPR dalam mendukung aksi nyata pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya tujuan 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab). Barang yang dikelola dalam kegiatan ini meliputi berbagai jenis elektronik bekas hasil pengumpulan melalui dropbox di lingkungan kampus.



Gambar 5. Realisasi Pengangkutan *e-waste* dari LSPR Institute.

Bagian ketiga sekaligus puncak acara atau *main event* pada kampanye ini adalah penyelenggaraan seminar, yang berjudul “Kenali Limbah E-Waste Untuk Membangun Kesadaran SDG’s di Lingkungan Kampus LSPR“. Kegiatan ini menjadi bagian dari pre-event LSPR *Ist Summit* dan didukung oleh PT. Teman Sejati Sejahtera Abadi (TSA) sebagai sponsor, termasuk dalam hal pengiriman limbah elektronik ke PT. Orbit Karunia Abadi (OKA) sebagai mitra pengolah sampah elektronik.

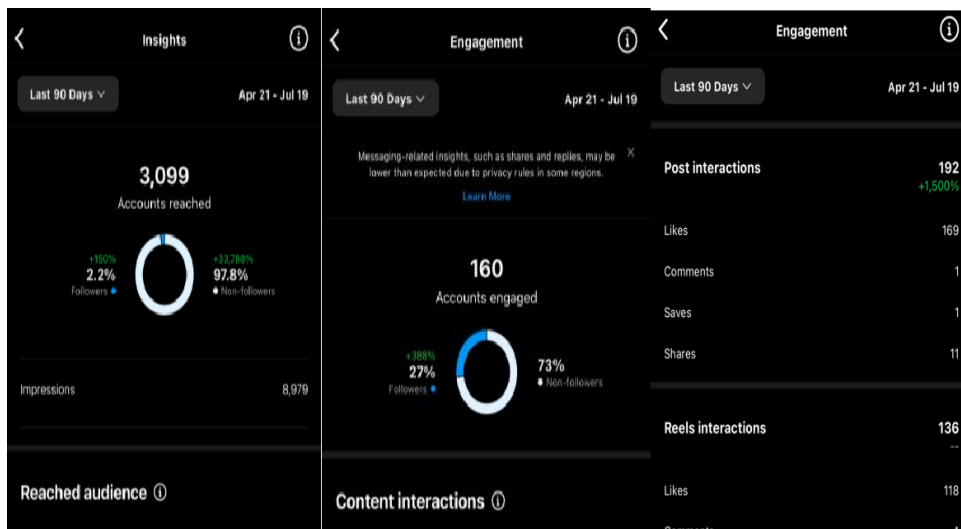
Seminar ini dihadiri oleh 122 peserta, yang terdiri dari sivitas akademika LSPR Institute, dan tamu undangan eksternal dari pihak sponsor dan penyelenggara. Dalam rangkaian acara seminar, dilakukan penandatanganan kontrak kerjasama antara LSPR Institute sebagai penghasil limbah, dengan PT. Teman Sejati Sejahtera Abadi (TSA) sebagai transporter limbah, dan PT. Orbit Karunia Abadi (OKA) sebagai pihak pengolah limbah. Pada seminar ini, dilakukan serah terima sertifikat sebagai simbolisasi kerjasama penerimaan limbah elektronik dari LSPR Institute, yang diserahkan oleh Efendi selaku Direktur PT. Teman Sejati Sejahtera Abadi (TSA), kepada Muhammad Thoriq, Head of General Affairs LSPR Institute.



Gambar 6. Serah Terima Sertifikat Simbolisasi Kerjasama LSPR Instite dengan PT. TSA

Tahap Evaluasi

Tahapan terakhir dalam kegiatan kampanye “Kenali Limbah B3” adalah evaluasi seluruh kegiatan. Evaluasi pada bagian *social media campaign* adalah berdasarkan *insight* akun Instagram @kenali_limbah, termasuk jumlah pengikut, impresi, interaksi (like, komentar, dan shares), termasuk pada konten kolaborasi dengan @lsprofficial, @lspr_4c, dan @lsprsdgcenter, untuk melihat jangkauan dan efektivitas penyebaran pesan kampanye.



Gambar 7. *Insight* Media Sosial Instagram @kenali_limbah.

Evaluasi yang dilakukan pada pengadaan *dropbox* sampah elektronik adalah berdasarkan volume limbah elektronik yang terkumpul, serta partisipasi sivitas akademika yang tercatat melalui form digital.

No	Nama Lengkap	Lokasi Drop Box	Jenis Limbah
1.	-	LSPR Sudirman Park Jakarta	Hair Dryer, Baterai, dan Remot TV
2.	Della Melianie Hery	LSPR Sudirman Park Jakarta	Catokan GOTO
3.	Sherylda Juliandra	LSPR Sudirman Park Jakarta	Powerbank, Kabel Charger HP
4.	Valerie Vanilla Desain	LSPR Sudirman Park Jakarta	Kipas Tangan dan Powerbank
5.	Ikhsan Luthfi Rivaldin	LSPR Sudirman Park Jakarta	Kabel Hitam USB dan Headset
6.	Christian Samuel Putra	LSPR Sudirman Park Jakarta	Remot TV
7.	Nadiya Jayanty	LSPR Sudirman Park Jakarta	Kabel Charger HP
8.	Shara Stevania	LSPR Sudirman Park Jakarta	Baterai
9.	Gabriele	LSPR Sudirman Park Jakarta	Headset
10.	Andrea Lesmana	LSPR Sudirman Park Jakarta	Baterai 1 pcs dan Earphone
11.	Camilia Asha Komar	LSPR Sudirman Park Jakarta	Baterai
12.	Jihan Nila Safira	LSPR Sudirman Park Jakarta	Mouse, Lampu, Kabel Charge
13.	Zefanya Kinayu Jasmine	LSPR Sudirman Park Jakarta	Lampu Sinar Bulat
14.	Sofia Trancy Gabriel	LSPR Sudirman Park Jakarta	2 Kabel Charger, Mikrofoni
15.	Samuel Hervy	LSPR Sudirman Park Jakarta	Mouse
16.	Dinda Gusti Rahayu	LSPR Sudirman Park Jakarta	Baterai Bekas 2 Dus

Gambar 8. List partisipan yang berpartisipasi mengumpulkan limbah elektronik pada *dropbox*.

Pada kegiatan penyelenggaraan seminar, evaluasi yang dilakukan adalah berdasarkan kualitas partisipasi, dokumentasi kehadiran 122 peserta, serta keberhasilan pelaksanaan penandatanganan kontrak kerjasama antara pihak LSPR Instite, PT. Teman Sejati Sejahtera Abadi (TSA), dan PT. Orbit Karunia Abadi (OKA). Serah terima sertifikat pengelolaan limbah merupakan sebagai *output* yang konkret dari kerjasama tersebut



Gambar 9. Foto bersama seluruh peserta dan narasumber seminar “Kenali Limbah”.

Pada akhir seminar, seluruh peserta, narasumber, dan panitia diwajibkan mengisi kuesioner melalui Google Form untuk mengukur sejauh mana kampanye ini berhasil meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku mereka terhadap pengelolaan sampah elektronik (*e-waste*).



Gambar 10. Persentase Pemahaman Peserta Seminar terhadap Isu dan Pengelolaan *E-Waste*.

Berdasarkan hasil kuesioner 122 peserta dapat mengidentifikasi bahan berbahaya dalam *e-waste*, memahami pentingnya pengelolaannya, mengetahui jenis limbah apa saja yang tidak boleh dibuang ke dalam *dropbox*, menyadari bahwa pengelolaan limbah di kampus merupakan tanggung jawab bersama, serta mampu mendefinisikan limbah B3 dengan tepat. Sebanyak 99,23% responden mengetahui bahwa sampah elektronik merupakan limbah B3, dan 96,92% memahami dampak jangka panjang dari pengelolaan limbah yang buruk terhadap kesehatan manusia. Persentase tinggi ini mencerminkan keberhasilan kampanye dalam meningkatkan kesadaran dan membentuk perilaku yang lebih bertanggung jawab di lingkungan kampus LSPR Institute.

V. KESIMPULAN

Kampanye “Kenali Limbah B3” merupakan inisiatif edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran sivitas akademika LSPR Institute dan masyarakat umum terhadap pentingnya pengelolaan limbah, khususnya limbah elektronik (*e-waste*), secara efektif dan berkelanjutan. Kegiatan ini mencakup social media campaign, penyediaan drop box untuk sampah elektronik di tiga titik kampus (Sudirman Park – Jakarta dan Transpark Bekasi), serta seminar edukatif.

Kegiatan kampanye ini merupakan sebuah bentuk kontribusi LSPR Institute terhadap pencapaian SDGs poin nomor 12 (Konsumsi Produksi yang Bertanggung Jawab) dan poin nomor 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan). Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil menjangkau lebih dari 3,000 pengguna platform Instagram melalui konten edukatif, serta berhasil mengumpulkan puluhan unit limbah elektronik dari sivitas kampus.

Seminar yang diselenggarakan dihadiri oleh 122 peserta dan menghasilkan penandatanganan kontrak kerjasama pengelolaan limbah antara LSPR Institute dan mitra. Evaluasi internal menyimpulkan bahwa kampanye ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesadaran, partisipasi, serta pembentukan perilaku ramah lingkungan di lingkungan kampus.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfathy, R. M., Saputro, S., Sarwanto, & Ramli, M. (2023). *Pembelajaran Berbasis SDGs di Universitas untuk Bidang Ilmu Pengetahuan Alam*. Wawasan Ilmu.
- Amboningtyas, D., & Hasiholan, L. B. (2020). Sosialisasi Penggunaan Mesin Pemusnah Sampah Rumah Tangga untuk Menjaga Kesehatan dan Kebersihan Lingkungan. *Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 14–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.25008/parahita.v1i1.39>
- Anggarini, N. H., Stefanus, M., & Prihatiningsih. (2014). *Pengelolaan Dan Karakterisasi Limbah B3 Di Pair Berdasarkan Potensi Bahaya*. 5(1), 41–49.
- Assa, A. F. (2022). Peran Mahasiswa dalam Kegiatan Manajemen Lingkungan di Area Kampus. *IJD-Demos*, 4(3), 1137–1146. <https://doi.org/10.37950/ijd.v4i3.330>
- Deselta, A., & Nugroho, A. (2021). Analisis Pengelolaan Sampah Tempat Pemrosesan Akhir Sukawinatan dalam Peran Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Palembang. *Jurnal Discretie*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.20961/jd.v2i1.52854>
- Gregory, A. (2020). *Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach*. Kogan Page.
- Ikhtiar, M. (2017). *Analisis Kualitas Lingkungan*. CV. Social Politic Genius (SIGn).
- KLHK. (2019). *Gerakan Pilah Sampah dari Rumah Resmi Diluncurkan*. <https://pslb3.menlhk.go.id/portal/read/gerakan-pilah-sampah-dari-rumah-resmi-diluncurkan>
- Pavitasari, K. K., & Najicha, F. U. (2022). Pertanggungjawaban Pihak Ketiga Jasa Pengolah Limbah B3 dalam Mengelola Limbah B3. *Tanjungpura Law Journal*, 6(1), 78. <https://doi.org/10.26418/tlj.v6i1.47471>
- Rahman, F. (2022). *Sampah Elektronik dan Hak Untuk Memperbaiki (Right to Repair)*. <https://pslh.ugm.ac.id/sampah-elektronik-dan-hak-untuk-memperbaiki-right-to-repair/#:~:text=Pada tanggal 8 Juni 2020, dikelola dengan baik dan benar.>
- Rose, R. (2023). *Content Marketing Strategy: Harness the Power of Your Brand's Voice*. Kogan Page.
- Salsabila, A., Ramadhan, I., Sunengsih, S. R., & Zulbaidah. (2021). Program Bank Sampah Sebagai Upaya Peningkatan Kesadaran Masyarakat di Lingkungan Cipadu Jaya. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(17), 1–13. <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/Proceedings>
- SDGs Bappenas. (2021). *SDGs Center*. <https://sdgs.bappenas.go.id/jejaring/sdgs-center-pt/>
- Siahaan, D. (2023). *Kesadaran Akan Kebersihan Lingkungan*. <https://www.rri.co.id/lain-lain/268750/kesadaran-akan-kebersihan-lingkungan>
- Venus, A. (2004). *Manajemen Kampanye*. Remaja Rosdakarya.
- Wahyuningsih. (2017). Millenium Developpment Goals (Mdgs) Dan Sustainable Development Goals (Sdgs) Dalam Kesejahteraan Sosial. *Bisma: Jurnal Bisnins Dan Manajemen*, 11(3), 390–399.
- Wang, Z., Zhu, W., & Yang, S. (2018). *Online Social Media Content Delivery: A Data-Driven Approach*. Springer.
- Yasir, Nurkhalizah, Azahra, D., Maysarah, D., S, S. W., Putri, N. A., Maulidza, N., Sihombing, O. F. R., Iskandar, S. T., Harfiansyah, S., Habibi, Riswadani, K., & Hafis, A. M. (2024). Pemberdayaan Masyarakat melalui Pemasaran Digital Produk UMKM di Desa Bandar Pedada Kabupaten Siak. *Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 52–64.