

## Kampanye Diet Plastik dalam Membentuk Persepsi Anak-anak Komunitas *Go English* di Bantaran Kali Code Yogyakarta

<https://doi.org/10.25008/parahita.v3i2.83>

Erfina Nurussa'adah<sup>1\*</sup>, Theopilus Bayu Sasongko<sup>1</sup>, Devi Wening Astari<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Amikom Yogyakarta

Jl. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatu, Yogyakarta 55281- Indonesia

\*Email Korespondensi: [erfina@amikom.ac.id](mailto:erfina@amikom.ac.id)

---

### Abstract

Go English community children are residents of the Kali Code River who every day do many activities around Code River. The problem faced is that the perception of children along the Code River regarding the use of single-use plastics is still not good enough to make children reduce the use of single-use plastics, throw away plastic waste in the trash, and there is no understanding of the separation of plastic and non-plastic waste. Devotion aims to encourage behavior change by instilling the perception of not littering, not using single-use plastics excessively, and increasing creativity. The plastic diet campaign will use the theory of public relations campaign planning described by Allan Center, Scott Cutlip, and Gleen Broom (2006), which consists of four steps, namely defining the problem, planning the program, acting or communicating and evaluating the program. The method used in this service is to carry out a campaign of Stop Throwing Garbage Carefully, Reducing Plastic Use, Selection and Recycling which is packaged in the form of socializing the dangers of plastic waste, installing posters, procuring organic and non-organic waste bins, distributing plastic replacement tools (goodie bags, stainless straws, and tumblers) as well as making crafts from recycled plastic materials

**Keywords:** Plastic Diet, Campaign, Environmental Communication, Public Relations

### Abstrak

Anak-anak komunitas *Go English* merupakan warga bantaran Kali Code yang setiap hari melakukan banyak aktivitas di sekitar Kali Code, Yogyakarta. Permasalahan yang dihadapi yaitu persepsi anak-anak bantaran Kali Code mengenai penggunaan plastik sekali pakai masih belum cukup baik untuk membuat anak-anak mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, membuang sampah plastik pada tempat sampah, serta belum adanya pemahaman mengenai pemisahan sampah plastik dan nonplastik. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan mendorong perubahan perilaku dengan penanaman persepsi untuk tidak membuang sampah sembarangan, tidak menggunakan plastik sekali pakai secara berlebihan, dan peningkatan kreatifitas. Kampanye diet plastik menggunakan teori perencanaan kampanye public relations yang dijabarkan oleh Allan Center, Scott Cutlip, dan Gleen Broom (2006), yang terdiri dari empat langkah yaitu mendefinisikan masalah, perencanaan program, bertindak atau berkomunikasi dan evaluasi program. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu melakukan kampanye Stop Buang Sampah Sembarangan, Pengurangan Penggunaan Plastik, Pemilihan dan Daur Ulang yang dikemas dengan bentuk kegiatan sosialisasi bahaya sampah plastik, pemasangan poster, pengadaan tempat sampah organik dan non-organik, pembagian *tools* pengganti plastik (*goodie bag*, sedotan stainless, dan *tumbler*) serta membuat kerajinan dari bahan daur ulang plastik.

**Kata kunci:** Diet Plastik, Kampanye, Komunikasi Lingkungan, Public Relation

---

## I. PENDAHULUAN

Pandemi memaksa kita untuk tetap berada di rumah. Hampir semua aktivitas dilakukan secara daring, termasuk bekerja, bersekolah, bahkan membeli kebutuhan sehari-hari. Kondisi tersebut menyebabkan peningkatan pada aktivitas belanja *online*. Hasil studi Pusat Penelitian Oseanografi dan Pusat Penelitian Kependudukan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) pada 20 April–5 Mei 2020 mencatat, belanja online mayoritas warga cenderung meningkat, dari 1-5 kali menjadi 1-10 kali per bulan. Hal tersebut juga terjadi pada penggunaan layanan *delivery* makanan. Berdasarkan data LIPI, 96% paket dalam pembelian *online* dibungkus dengan plastik yang tebal serta ada yang dilengkapi dengan *bubble wrap*, selotip, bungkus

plastik serta *styrofoam*. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 menyatakan, limbah plastik Indonesia mencapai 66 juta ton per tahun, dan diperkirakan skitar 0,26 juta-0,59 juta ton plastik ini mengalir ke laut (Liputan6.com, 2021).

Plastik memiliki andil besar terhadap pemanasan global. Sejak proses produksi hingga menjadi tahap pembuangan dan pengelolaannya, plastik menghasilkan banyak gas rumah kaca ke atmosfer. Oleh sebab itu plastik dapat menjadi salah satu penyebab perubahan iklim. Merujuk hal tersebut, diperlukan gerakan untuk menularkan kesadaran tentang bahaya sampah plastik bagi lingkungan hidup. Dalam bidang komunikasi pendekatan tersebut dapat dilakukan dalam lingkup komunikasi lingkungan. Komunikasi lingkungan yaitu salah satu bidang dalam ilmu komunikasi yang membahas mengenai peran, teknik dan pengaruh komunikasi terhadap isu-isu pelestarian lingkungan. Komunikasi lingkungan memiliki fungsi salah satunya yaitu kampanye advokasi, yaitu kampanye yang sering dilakukan oleh aktivis lingkungan untuk menciptakan kesadaran, peringatan, serta mempersuasi target group, organisasi dengan isu lingkungan yang diangkat.

Kampanye merupakan serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisir dengan tujuan untuk menciptakan dampak tertentu pada sebagian khalayak sasaran secara berkelanjutan dalam periode waktu tertentu (Ruslan, 2008). Kampanye diet plastik akan menggunakan teori perencanaan kampanye public relations yang dijabarkan oleh Allen Center, Scott Cutlip, dan Gleen Broom (2006), yang terdiri dari empat langkah yaitu: (1) mendefinisikan masalah; (2) perencanaan program; (3) bertindak atau berkomunikasi, dan (4) evaluasi program. Kampanye diet plastik memiliki tujuan untuk membentuk persepsi berupa kesadaran masyarakat mengenai bahaya penggunaan plastik sekali pakai dengan perspektif komunikasi lingkungan pada sebuah group, organisasi maupun komunitas.

Komunitas *Go English* merupakan salah satu unit usaha yang dimiliki oleh Yayasan Sayyida Maryam Al Keela yang fokus pada pendidikan bahasa Inggris. Meskipun komunikatas ini berfokus pada literasi keilmuan bahasa Inggris, namun dalam kegiatan pembelajarannya juga selalu mengadakan kegiatan yang menginspirasi bagi peserta didiknya. Berlokasi di bantaran Sungai Code, Suryatmajan, Yogyakarta, komunitas *Go English* memiliki keinginan peserta didiknya dapat mencintai lingkungan tempat mereka tinggal yaitu Kali Code.

Kali Code merupakan Kali yang melintasi beberapa wilayah di Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya wilayah Sleman dan Bantul, merupakan salah satu sumber irigasi dan berdampingan dengan rumah warga yang tinggal di bantaran kali. Peserta didik komunitas *Go English* merupakan warga bantaran Kali Code yang setiap hari melakukan banyak aktivitas di sekitar kali. Persepsi anak-anak bantaran Kali Code mengenai penggunaan plastik sekali pakai masih belum cukup baik untuk membuat anak-anak mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, membuang sampah plastik pada tempat sampah, serta belum adanya pemahaman mengenai pemisahan sampah plastik dan nonplastik.

Berdasarkan hasil survei tim pengabdian, permasalahan yang dihadapi mitra adalah, anak-anak bantaran Kali Code masih sering membuang sampah di sekitar kali maupun di kali, selain itu masih banyak anak yang memilih menggunakan kantong plastik ketika membeli makanan dibandingkan membawa tempat atau kantong sendiri. Keberadaan kampanye diet plastik diharapkan dapat menjadi solusi untuk membentuk persepsi anak-anak bantaran Kali Code khususnya dan dapat mendorong pemerintah agar lebih serius menangani persoalan sampah yang kian memprihatinkan.

## II. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam pengabdian kepada masyarakat berupa kegiatan kampanye diet plastik ini menggunakan teori perencanaan kampanye *public relations* yang terdiri dari empat langkah yaitu (1) mendefinisikan masalah yaitu terkait sampah plastik, cara mengurangi dan pemilahan serta daur ulang; (2) perencanaan program dilakukan dengan menentukan

strategi untuk mengurangi sampah plastik; (3) bertindak atau berkomunikasi yaitu melaksanakan kegiatan kampanye dengan melakukan beberapa kegiatan; (4) evaluasi program kampanye yang dilakukan.

Berikut rincian metode yg digunakan: (1) Melakukan survei dan berkoordinasi dengan Ibu Susari Nugraheni, S. S., M. Sc. TESOL selaku Founder Yayasan Sayyida Maryam Al Keela dan berdiskusi melakukan identifikasi masalah yang dihadapi oleh mitra dan menentukan unit usaha yang menjadi target pengabdian; (2) Menyusun perencanaan program kampanye diet plastik yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra (komunitas *Go English*) dari Yayasan Sayyida Maryam Al Keela; (3) Melaksanakan kegiatan kampanye diet plastik dengan berfokus pada tiga bidang yaitu Stop Buang Sampah Sembarangan, Pengurangan Penggunaan Plastik, Pemilihan dan Daur Ulang; (4) Membuat laporan evaluasi program kegiatan dan menyerahkannya kepada LPPM Universitas Amikom.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sampah plastik telah menjadi ancaman nyata bagi kehidupan yang berkelanjutan baik itu di darat dan di laut. Plastik sekali pakai yang banyak digunakan secara berlebihan dan sulit dikurangi antara lain kantong plastik, botol plastik, sedotan dll. Praktis dan nyaman selalu menjadi alasan masyarakat kenapa menggunakan plastik sekali pakai, selain itu kurangnya pemahaman atas bahaya penggunaan plastik sekali pakai dan juga budaya untuk menggunakan serta membawa barang yang dapat digunakan kembali yang masih sangat kurang.

Instruksi Presiden No. 12 Tahun 2016 mengatur implementasi revolusi karakter bangsa, atau lebih dikenal sebagai Pergerakan Nasional untuk Revolusi Mental guna perbaikan pola pikir masyarakat Indonesia (Kemenko Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan RI, 2016). Hal tersebut kemudian sejalan dengan bagaimana pola berfikir di masyarakat harus diubah dengan menanamkan perspektif mengenai bahaya penggunaan plastik sekali pakai. Dalam melakukan perubahan perilaku masyarakat ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya seperti faktor sosiopsikologis dan faktor lingkungan. Faktor sosiopsikologis merupakan faktor bahwa manusia merupakan makhluk sosial, sehingga perilakunya dipengaruhi oleh proses sosial. Kemudian faktor lingkungan yaitu merupakan lingkungan dimana seseorang berada dan tinggal yang dapat dikategorikan menjadi lingkungan keluarga, tempat tinggal, lingkungan bermain, lingkungan kerja dan sekolah (Herijulianti E., Indriani T.S., dan Artini, 2001).

Perilaku menggunakan plastik sekali pakai di tengah masyarakat saat ini masih menjadi budaya yang sulit untuk dihindari, salah satunya yang terjadi pada anak-anak komunitas *Go English* di bantaran Kali Code. Perilaku keseharian anak komunitas tersebut tentu dipengaruhi proses sosial yang dijalani ketika mereka tumbuh dan berkembang di lingkungan sosial bantaran Kali Code. Selain itu perilaku menggunakan plastik sekali pakai pada anak komunitas *Go English* juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan, yaitu lingkungan terkecil adalah keluarga. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan Budiharto (2013) bahwa perubahan perilaku dapat dipengaruhi orang lain dengan melakukan penyesuaian perilaku berdasarkan orang yang mempengaruhi dengan melalui proses identifikasi dan internalisasi dengan melakukan penerimaan sikap baru yang sejalan dengan nilai yang dianut.

Melihat hal tersebut perlu adanya strategi yang dilakukan untuk dapat merubah perilaku maupun kebiasaan yang telah membudaya di lingkungan anak-anak komunitas *Go English* bantaran Kali Code. Untuk mengatasi kurangnya pemahaman anak-anak komunitas *Go English* bantaran Kali Code mengenai bahaya penggunaan plastik sekali pakai maka dilakukan sosialisasi terkait bahaya penggunaan plastik sekali pakai yang tidak ramah untuk lingkungan serta membutuhkan waktu yang sangat lama untuk dapat diuraikan oleh tanah yang dapat menyebabkan efek rumah kaca dan kerusakan atmosfer bumi. Sehingga dari permasalahan tersebut perlu adanya kampanye diet plastik pada anak-anak komunitas *Go English* guna

membentuk persepsi mengenai bahaya penggunaan plastik sekali pakai.

Kegiatan kampanye diet plastik dilakukan dengan serangkaian kegiatan seperti sosialisasi jenis sampah plastik, pembagian *tools* pengganti plastik sekali pakai, dan penyediaan tempat sampah juga poster. Kegiatan lain juga dilakukan untuk peningkatan kreatifitas dengan memanfaatkan limbah plastik. Kegiatan tersebut dilakukan agar anak-anak mampu memahami jenis-jenis sampah plastik dan dapat memilahnya, selain itu memberikan pemahaman akan bahaya plastik sekali pakai dan menanamkan budaya membuang sampah pada tempatnya dan tidak mengotori sungai. Hal lain yang kemudian dicapai dari kegiatan tersebut yaitu anak-anak komunitas *Go English* dapat memahami bahwa sampah plastik dapat di daur ulang menjadi barang yang bermanfaat.



**Gambar 1.** Kegiatan kreatifitas daur ulang sampah plastic

Kegiatan kampanye memiliki tujuan untuk merubah perilaku masyarakat yang berakar dari isu-isu sosial yang ada di masyarakat. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), bagian yang dapat mendukung yaitu *environmentalism*, merupakan gerakan yang melibatkan pemerintah dan masyarakat untuk melindungi dan meningkatkan kualitas lingkungan hidup di masa sekarang dan masa yang akan datang dengan salah satu fokusnya adalah menghargai lingkungan. Sehingga kampanye diet plastik memiliki peran penting bagi perubahan perilaku dan membentuk persepsi di anak-anak komunitas *Go English* bantaran Kali Code.



**Gambar 2.** Kegiatan sosialisasi bahaya sampah plastik dan pembagian *tools* pengganti plastic

#### IV. KESIMPULAN

Sesuai hasil yang diperoleh dari kegiatan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa, kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi anak-anak komunitas *Go English* bantaran Kali Code memberikan pengaruh yang positif dengan berkurangnya aktifitas pembuangan sampah yang dilakukan oleh anak-anak komunitas *Go English* bantaran Kali Code di sekitar kali maupun di kali. Selain itu adanya *transfer of knowledge* pada lingkungan kecil yaitu keluarga mengenai bahaya penggunaan plastik sekali pakai. Adanya peningkatan kreatifitas anak-anak komunitas *Go English*. Sehingga dari kegiatan tersebut, diharapkan akan menurunkan jumlah menggunakan plastik sekali pakai pada lingkungan bantaran Kali Code.

#### Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian kepada masyarakat Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom mengucapkan terimakasih kepada Rektor Universitas Amikom Yogyakarta, LPPM Universitas Amikom Yogyakarta, Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial, Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta, Yayasan Sayyida Maryam Al Keela dan Anak-anak Komunitas *Go English* serta wanga bantaran Kali Code.

#### Daftar Pustaka

- Budiharto. (2013). *Pengantar ilmu Perilaku Kesehatan dan Pendidikan Kesehatan Gigi*. Penerbit Buku Kedokteran Egco.
- Cutlip, M Scoot. Center, H Allen. & Broom, M. G. (2006). *Effective Public Relations*. Kencana Prenada Media Group.
- Herijulianti E., Indriani T.S., dan Artini, S. (2001). *Pendidikan Kesehatan gigi*. Buku Kedokteran EGC. P. 98.
- Kemenko Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan RI. (2016). *Gerakan Nasional Revolusi Mental: Pelatihan Pemimpin Agama Pelopor Perubahan*. Kemenko PMK.
- Kotler, P. & G. A. (2012). *Principles of Marketing 14th ed*. In 14. Pearson Education.
- Liputan6.com. (2021). *Indonesia Produksi Limbah Plastik 66 Juta Ton per Tahun, Apa Solusinya?* <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4706371/indonesia-produksi-limbah-plastik-66-juta-ton-per-tahun-apa-solusinya>
- Ruslan, R. (2008). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. PT Rosdakarya.