

Analisis Efektivitas Kampanye Pengurangan Penggunaan Plastik: Tinjauan Literatur Sistematis terhadap Strategi dan Dampaknya

Tri Kurniawati^{1*}, Yunia Wardi² & Susi Evanita³

Universitas Negeri Padang¹²³

*Corresponding author, e-mail: trikurniawati@fe.unp.ac.id

ARTICLE INFO

Received 05 Agustus 2025

Accepted 01 Oktober 2025

Published 02 Oktober 2025

Keywords: plastic reduction, campaign, systematic literature review

DOI:

<https://doi.org/10.24036/ecogen.v8.i3.3>

ABSTRACT

The aim of this article is to presents a systematic literature review of plastic reduction campaigns in Indonesia, analyzing their strategies and impact across various sectors including government, civil society, private industry, and educational institutions. The study employs the PRISMA protocol and bibliometric analysis using Vosviewer for mapping the current research and identify effective communication approaches. Findings indicate that integrated campaigns—combining policy enforcement, public education, digital engagement, and participatory programs—are most effective in influencing behavior change. A case study conducted among students of the Faculty of Economics and Business at Universitas Negeri Padang reveals a significant gap between awareness and active participation, with only a small percentage of students fully engaged in anti-plastic initiatives. The study concludes that localized, behavior-based strategies supported by institutional policy and educational integration are essential to increase engagement and foster sustainable habits. This research contributes to the development of more adaptive and evidence-based communication models for addressing plastic pollution in Indonesia.

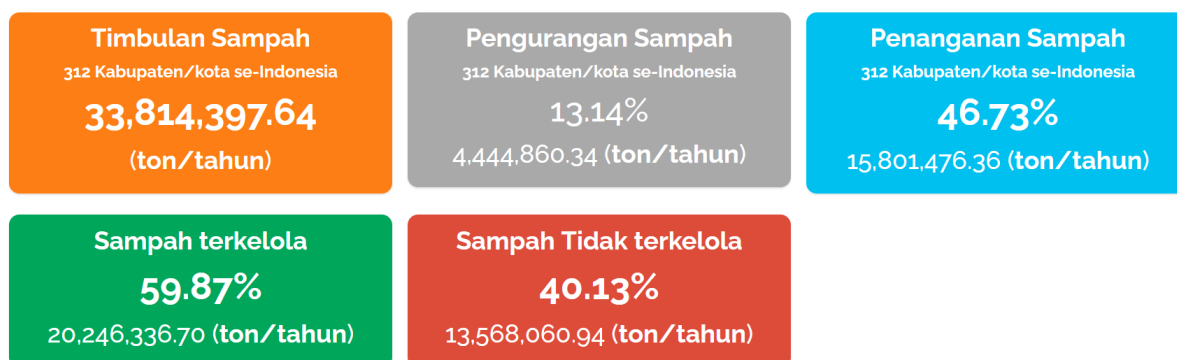


This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author.

PENDAHULUAN

Sampah adalah masalah lingkungan yang ada sejak lama. Sampah dihasilkan baik oleh industri, rumah tangga maupun individu. Berdasarkan data dari Dirjen Pengelolaan Sampah, Limbah dan B3 Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, jumlah sampah dari 312 Kabupaten/Kota di Indonesia adalah 33,8 juta ton dan ini berkurang 13,14% dari tahun sebelumnya. Jumlah sampah yang terkelola adalah 59,78% atau sekitar 20, 24 juta ton. Sementara jumlah sampah yang tidak terkelola masih cukup tinggi yaitu 40,13% atau sekitar 13,57 juta ton

per tahun. Penanganan sampah merujuk pada seluruh rangkaian kegiatan yang meliputi pengurangan, pemilahan, pengumpulan, pengangkutan, pengolahan, hingga pembuangan akhir sampah secara sistematis dan berwawasan lingkungan untuk meminimalkan dampak terhadap kesehatan dan ekosistem (KLHK, 2020). Sampah dikatakan terkelola apabila melalui proses pengolahan secara tepat, seperti diolah melalui sistem resmi, didaur ulang, atau dimanfaatkan kembali dengan cara yang aman. Sebaliknya, sampah tidak terkelola adalah limbah yang tidak ditangani secara benar misalnya dibuang sembarangan, dibakar terbuka, atau dibiarkan di lingkungan sehingga dapat mencemari tanah, air, udara, dan membahayakan kesehatan manusia serta makhluk hidup lainnya (UNEP, 2021).



Gambar 1. Capaian Kinerja Pengelolaan Sampah Indonesia Tahun 2024

(Sumber : <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/>, 2025)

Salah satu jenis sampah yang banyak ditemukan adalah sampah plastik. Plastik telah menjadi material yang tak terpisahkan dalam kehidupan modern karena sifatnya yang tahan lama, ringan, dan ekonomis. Namun, karakteristik yang membuat plastik begitu berguna juga membuatnya menjadi ancaman lingkungan yang signifikan. Dengan estimasi bahwa sekitar 8 juta ton plastik memasuki lautan setiap tahunnya (Jambeck et al., 2015), masalah pencemaran plastik telah mencapai tingkat krisis global. Berdasarkan data Program Lingkungan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNEP, 2021), Indonesia menjadi negara penghasil sampah plastik terbesar kedua setelah China. Permasalahan yang telah berlangsung selama bertahun-tahun itu seakan menciptakan paradoks. Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan 70% wilayahnya adalah lautan. Namun, berjuta-juta ton sampah plastik yang tidak dikelola di Indonesia justru sebagian besar berakhir ke laut.

Di era modern ini, kesadaran lingkungan menjadi isu yang semakin mendesak, terutama ketika dikaitkan dengan persoalan polusi sampah yang kian tidak terkendali. Ironisnya, sebagian besar sampah ini berakhir di tempat pembuangan akhir, sungai, dan laut, tanpa melalui proses pengelolaan yang tepat. Sampah plastik menjadi perhatian utama karena sifatnya yang tidak mudah terurai dan dapat bertahan hingga ratusan tahun di lingkungan. Kondisi ini menciptakan akumulasi polusi yang berdampak jangka panjang terhadap kualitas tanah, air, dan udara, serta mengancam keberlangsungan hidup berbagai spesies, termasuk manusia. Polusi sampah juga

memperburuk perubahan iklim melalui emisi gas rumah kaca yang dihasilkan dari pembusukan sampah organik di tempat pembuangan.

Lebih jauh lagi, polusi sampah plastik tidak hanya menjadi masalah lingkungan fisik, tetapi juga membawa konsekuensi sosial dan ekonomi. Sampah yang menumpuk dan tidak terkelola dapat memicu bencana, seperti banjir akibat tersumbatnya saluran air, serta menyebarkan penyakit karena menjadi tempat berkembang biaknya patogen. Di sisi lain, ekosistem laut yang tercemar plastik berdampak pada sektor perikanan dan pariwisata yang menjadi sumber penghidupan bagi banyak masyarakat pesisir. Oleh karena itu, meningkatkan kesadaran lingkungan tidak sekadar tentang membuang sampah pada tempatnya, tetapi mengubah paradigma konsumsi dan produksi secara keseluruhan. Edukasi publik melalui kampanye pengurangan sampah, penerapan prinsip 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*), serta kebijakan yang mendorong penggunaan material ramah lingkungan adalah beberapa strategi penting untuk menciptakan perubahan nyata. Hanya dengan kesadaran kolektif dan tindakan bersama, masalah polusi sampah dapat diminimalisir demi menjaga keberlanjutan planet ini bagi generasi mendatang.

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain dengan tujuan menciptakan pemahaman, membangun kesepakatan, atau memengaruhi perilaku. Dalam konteks sosial, komunikasi memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi, membentuk opini publik, dan menggerakkan perubahan sosial. Salah satu bentuk komunikasi strategis adalah kampanye, yang didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan komunikasi yang dirancang secara sistematis untuk menyampaikan pesan tertentu kepada audiens sasaran melalui berbagai media dengan tujuan memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku. Rice dan Atkin (2012) menyatakan bahwa *“a campaign is a purposive attempt to inform or influence behaviors in large audiences within a specified time period using an organized set of communication activities and featuring an array of mediated messages.”*

Charles U. Larson membagi kampanye menjadi tiga jenis atau kategori yaitu: kampanye produk, kampanye untuk pencalonan kandidat dan kampanye dengan misi-misi sosial. Kampanye produk (*Product oriented campaigns*) adalah kegiatan kampanye yang tujuannya adalah untuk komersialisasi seperti pengenalan produk baru yang ditujukan untuk mempromosikan dan membangun citra produk yang positif di benak konsumen. Kampanye untuk pencalonan kandidat (*Candidate Oriented Campaigns*) adalah kampanye yang tujuannya adalah politik, seperti memperoleh suara mayoritas dalam pemilihan umum baik tingkat nasional maupun daerah. Yang terakhir adalah kampanye dengan misi sosial (*Ideological or Cause Oriented Campaigns*) yaitu kampanye yang tujuannya bersifat khusus seperti keagamaan, sosial atau bertujuan untuk menciptakan perubahan sosial (Pangestu, R, 2019). Kampanye juga dapat dilakukan dalam berbagai bidang, seperti kesehatan, lingkungan, pendidikan, atau politik, dan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, membangun pemahaman, serta mendorong partisipasi publik terhadap isu yang diangkat. Secara umum, tujuan kampanye adalah untuk menginformasikan masyarakat mengenai suatu isu penting, membentuk persepsi positif, serta mendorong perubahan perilaku yang lebih baik (Duku, S, 2013). Manfaat dari kampanye antara lain adalah meningkatnya kesadaran kolektif, munculnya tindakan nyata dari masyarakat, serta

terciptanya dukungan terhadap kebijakan atau program tertentu. Dalam konteks lingkungan, kampanye yang efektif dapat mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pengurangan sampah plastik, mendorong penggunaan produk ramah lingkungan, serta menumbuhkan budaya hidup berkelanjutan (Sukmono, 2024).

Berbagai bentuk kampanye pengurangan penggunaan plastik telah dilaksanakan di Indonesia sebagai respon terhadap krisis sampah plastik yang semakin mengkhawatirkan. Salah satu langkah awal dilakukan melalui kebijakan kantong plastik berbayar di ritel modern yang mulai diuji coba secara nasional sejak 2016 oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) bekerja sama dengan Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia. Kebijakan ini bertujuan untuk mengubah perilaku konsumen dengan membiasakan membawa tas belanja sendiri dan mengurangi ketergantungan terhadap kantong plastik sekali pakai (Paramita, N. W. S. G., & Firmansyah, A, 2024). Selain itu, kampanye masyarakat sipil seperti Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP) juga memainkan peran penting. GIDKP secara aktif melakukan edukasi, advokasi kebijakan, serta membangun kemitraan dengan pemerintah daerah dalam mendorong pelarangan penggunaan plastik sekali pakai di berbagai kota (Isyana, R. A, 2023). Guna memperkuat kampanye yang dilakukan, ada beberapa kegiatan tahunan seperti Hari Peduli Sampah Nasional dan gerakan *Plastic Free July*, di mana komunitas lingkungan, pelajar, dan warga umum diajak untuk mengikuti aksi bersih-bersih, lomba daur ulang, serta tantangan tidak menggunakan plastik selama sebulan. Media sosial menjadi kanal penting dalam menyebarkan pesan kampanye, dengan penggunaan tagar populer seperti #BijakBerplastik dan #ZeroWaste yang digaungkan oleh organisasi, selebritas, dan influencer. Di sisi lain, beberapa pemerintah daerah telah mengeluarkan regulasi yang melarang penggunaan plastik sekali pakai di pusat perbelanjaan dan pasar, yang disertai dengan kampanye penyadartahuan dan penyediaan alternatif kemasan ramah lingkungan. Perusahaan swasta pun terlibat, misalnya dengan menghadirkan *refill station*, pengumpulan botol bekas, dan diskon bagi konsumen yang membawa wadah sendiri (Kurniawan, A., & Sunitiyoso, Y, 2024, Romadhan, M. I., & Pradana, B. C. S. A, 2024, Heidbreder, L. M., Steinhorst, J., & Schmitt, M, 2020).

Mengkaji efektifitas kampanye pengurangan penggunaan plastik ini menjadi menarik apalagi untuk menganalisis sejauhmana efektifitasnya bagi peningkatan kesadaran masyarakat dalam pengurangan penggunaan plastik. Mengingat plastik adalah salah satu kategori sampah yang dihasilkan secara massif dan luas. Artikel ini menghadirkan tinjauan sistematis yang secara komprehensif menganalisis beragam strategi kampanye pengurangan plastik di Indonesia, baik yang dilakukan oleh pemerintah, LSM, komunitas, maupun sektor swasta. Tidak seperti studi sebelumnya yang hanya menyoroti satu jenis pendekatan atau program tertentu, artikel ini mengintegrasikan hasil-hasil kampanye dari berbagai kanal komunikasi, termasuk kampanye kebijakan, digital, edukatif, dan partisipatif. Kebaruan lainnya terletak pada pemetaan hubungan antara jenis strategi kampanye dengan dampak nyata yang terukur terhadap perilaku masyarakat dan pengelolaan sampah plastik, berdasarkan sintesis data temuan pada berbagai literatur yang dianalisis. Dengan pendekatan ini, studi ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan model kampanye yang lebih efektif, adaptif, dan berbasis bukti dalam menghadapi krisis plastik di Indonesia. Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk menganalisis

efektifitas program kampanye pengurangan sampah plastik di Indonesia melalui pendekatan studi literatur dan menguraikan hasil analisis tentang studi kasus terkait partisipasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang dalam kampanye pengurangan penggunaan plastik ini.

METODE PENELITIAN

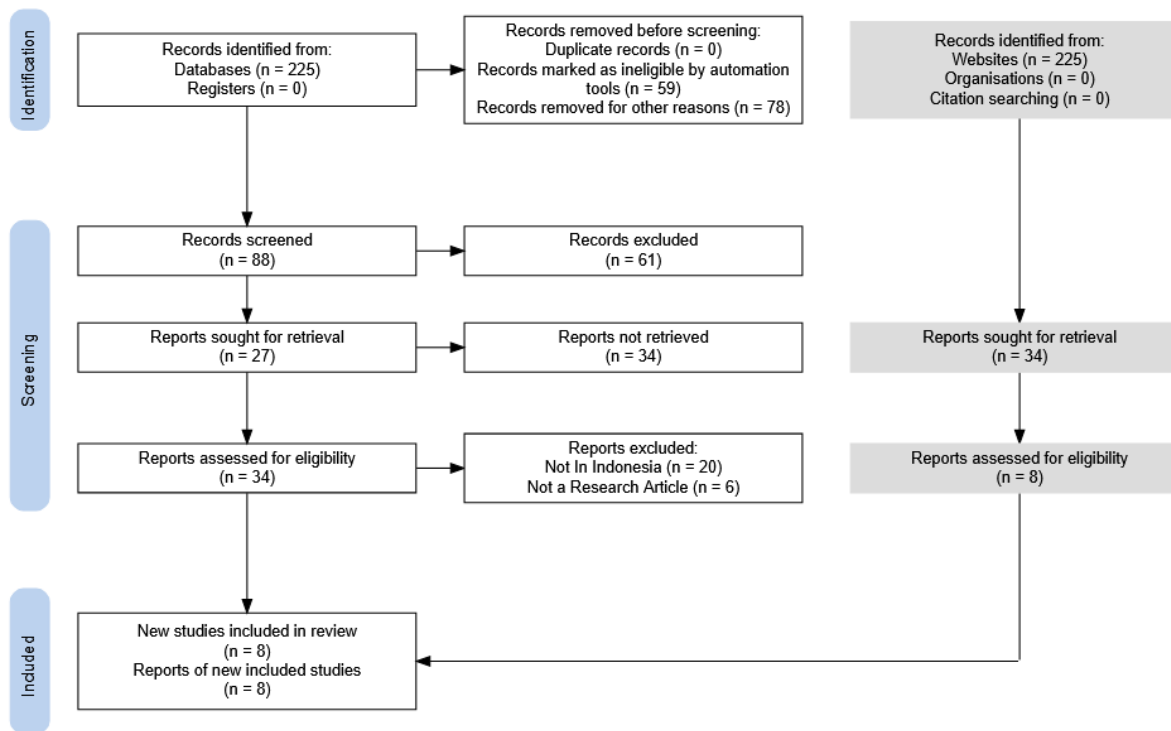
Tinjauan sistematis ini mengikuti protokol PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). Pencarian literatur dilakukan pada *database* elektronik yaitu *Scopus* dan *Google Scholar* dengan kata kunci yang berhubungan dengan strategi kampanye pengurangan sampah plastik di Indonesia, *reduce plastic campaign in Indonesia*. Kriteria inklusi mencakup studi yang: 1) diterbitkan lima tahun terakhir yaitu antara tahun 2020-2024, 2) merupakan penelitian tentang kampanye pengurangan sampah plastik di Indonesia dan mengkaji dampak dari kampanye atau program pengurangan plastik tersebut, 3) menyajikan data empiris atau analisis kualitatif yang kuat, 4) tersedia dalam bahasa Inggris atau Indonesia.

Artikel ini menggunakan pendekatan *systematic literature review* dengan menggabungkan *Systematic Literature Review* (SLR) dan Bibliometrik. Analisis SLR akan dilakukan dengan menggunakan PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) sedangkan untuk bibliometrik akan dilakukan dengan menggunakan *Vos Viewer*. Literatur yang ditemukan diseleksi dalam dua langkah. Langkah pertama artikel akan dieliminasi berdasarkan kriteria yaitu: 1) terjadi duplikasi dan 2) bukan hasil penelitian. Pada langkah kedua dilakukan evaluasi terhadap *eligibility* dari artikel yang telah dipilih dengan kriteria: 1) mengkaji tentang kampanye pengurangan sampah plastik di Indonesia dan mengkaji dampak dari kampanye atau program pengurangan plastik tersebut, 2) metodologi yang digunakan jelas, dan 3) memberikan hasil temuan yang spesifik. Analisis berikutnya akan dilakukan dengan *Vosviewer* untuk mendapatkan gambaran riset berupa *network visualization*, *overlay visualization*, *ouput density visualization*. Lebih lanjut hasil analisis disajikan dalam matriks: *author*, metode dan hasil/temuan. Hasil analisis ini akan menjawab pertanyaan penelitian yang telah diajukan. Selanjutnya untuk kajian studi kasus terkait kampanye pangurangan sampah pada mahasiswa FEB UNP akan dilakukan dengan survey pada 100 orang mahasiswa. Hasil pengumpulan data dianalisis secara deskripsif dan disajikan dalam bentuk grafik dan narasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan pencarian pada dua online database yaitu *Scopus* dan *Google Scholar* dengan kata kunci *reduce plastic campaign in Indonesia* dan kampanye pengurangan sampah plastik di Indonesia tahun 2020-2024 (lima tahun terakhir). Dari hasil pencarian di *google scholar* didapatkan 25 artikel dan di *Scopus* diperoleh 200 artikel. Kemudian dilakukan seleksi yaitu hanya *peer-reviewed article*, hanya hasil penelitian, dipublikasikan pada jurnal bidang ekonomi, bisnis dan social sciences dan sifatnya *open access journal*. Hasil seleksi ini menghasilkan 25 artikel di *google scholar* dan 52 artikel di *Scopus*. Langkah

berikutnya adalah dilakukan *tittle screening* dan menghasilkan 8 artikel yang relevan untuk dianalisis lebih lanjut.



Gambar 1. PRISMA

Analisis berikutnya dilakukan dengan mengembangkan matriks yang memuat penulis dan tahun terbit artikel, metode yang digunakan dan hasil yang mencakup program yang digunakan dalam rangka pengurangan penggunaan plastik dan dampak yang diperoleh. Analisis terhadap 8 artikel yang telah dipilih melalui olahan PRISMA disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Analisis Program Pengurangan Penggunaan Plastik dan Dampaknya

No	Penulis, Tahun	Metode	Hasil Penelitian/Temuan
1	Sapta Suhardono, dkk, 2024	Penelitian ini menggunakan regresi logistik biner (<i>binary logistic regression</i>) untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan berpartisipasi (WTP) dalam pengelolaan sampah laut di kalangan masyarakat perkotaan di wilayah metropolitan Bali, Indonesia.	<ul style="list-style-type: none"> Tingginya volume wisatawan di Bali berkontribusi signifikan terhadap sampah laut, terutama plastik, yang mengancam kesehatan ekologis pantai dan kehidupan laut, berdampak pada pariwisata dan mata pencaharian lokal. Pengelolaan yang efektif sangat penting untuk melestarikan keindahan alam dan keberlanjutan Bali. Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kemauan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengelolaan sampah laut di wilayah metropolitan Bali, Indonesia. Dengan menggunakan model regresi logistik, studi ini menemukan bahwa praktik

		<p>pengelolaan yang efektif— yang ditandai dengan transparansi, akuntabilitas, dan organisasi yang baik— secara signifikan meningkatkan partisipasi masyarakat. Pendidikan dan kesadaran risiko juga berkontribusi positif, meskipun pengaruhnya tidak sekuat efektivitas pengelolaan. Sebaliknya, pendapatan yang lebih tinggi justru menurunkan kemauan untuk berpartisipasi, menunjukkan kecenderungan mengandalkan pembiayaan institusional. Komunitas pesisir cenderung lebih aktif terlibat dibanding komunitas pedalaman. Temuan ini memberi arahan strategis untuk meningkatkan ketahanan kota dan kesejahteraan sosial melalui pendekatan edukatif dan partisipatif yang kontekstual.</p>
<p>2 Gauri Pathak, et.al 2023</p>	<p>Penelitian ini melibatkan analisis data kualitatif untuk memahami praktik, motivasi, dan konsekuensi dari pembakaran plastik terbuka.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pembakaran sampah plastik terbuka adalah praktik yang sangat umum di seluruh dunia, terutama di negara-negara berpenghasilan rendah dan menengah, dan merupakan aspek kritis namun sering diabaikan dari polusi plastik. • Praktik ini sangat beracun bagi kesehatan manusia dan lingkungan, melepaskan berbagai polutan berbahaya seperti dioksin, furan, polutan organik persisten (POPs), dan partikel halus. • Dampak kesehatan meliputi masalah pernapasan, masalah kulit, gangguan sistem saraf, dan peningkatan risiko kanker. • Meskipun banyak negara memiliki undang-undang dan kebijakan tentang pengelolaan limbah dan pengendalian polusi, penegakan hukum seringkali lemah, dan masih banyak masyarakat yang bergantung pada pembakaran terbuka karena kurangnya alternatif pengelolaan limbah yang memadai. • Pembakaran plastik terbuka seringkali terkait dengan faktor sosial, ekonomi, dan budaya, termasuk kemiskinan, kurangnya infrastruktur pengelolaan limbah, dan kurangnya kesadaran akan risiko kesehatan. • Studi ini menyoroti perlunya intervensi kebijakan yang lebih kuat, peningkatan infrastruktur pengelolaan limbah, dan kampanye kesadaran masyarakat untuk mengurangi praktik pembakaran plastik terbuka dan mitigasi dampak negatifnya.
<p>3 Taylor Maddalene, et. al, 2023</p>	<p>Penelitian ini mengembangkan dan menerapkan sebuah alat komparatif bernama <i>Urban Circularity Assessment Protocol (UCAP)</i>. UCAP dirancang untuk</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Studi ini menunjukkan bahwa implementasi ekonomi sirkular pada tingkat kota memiliki potensi besar untuk mengurangi polusi plastik.

	<p>membantu kota-kota menilai dan mengidentifikasi peluang untuk menerapkan prinsip-prinsip ekonomi sirkular dalam pengelolaan plastik. Alat ini melibatkan beberapa komponen data yang mencakup:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemetaan alur material plastik: Mengidentifikasi sumber, penggunaan, dan pembuangan plastik dalam sistem kota. • Analisis kapasitas sistem pengelolaan limbah: Menilai infrastruktur dan praktik pengelolaan limbah yang ada. • Identifikasi hambatan dan peluang: Menentukan tantangan dan potensi untuk meningkatkan sirkularitas. • Pengembangan rekomendasi kebijakan dan intervensi: Memberikan saran praktis untuk mengurangi polusi plastik. <p>Data dikumpulkan dari berbagai kota yang berpartisipasi dan dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan strategi yang efektif.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alat UCAP yang dikembangkan terbukti efektif sebagai alat komparatif untuk membantu kota-kota memahami aliran material plastik mereka, mengidentifikasi titik-titik kebocoran, dan merancang intervensi yang ditargetkan. • Kota-kota yang berpartisipasi memiliki profil aliran plastik yang bervariasi, menunjukkan perlunya solusi yang disesuaikan dengan konteks lokal. • Terdapat peluang besar untuk meningkatkan praktik pengurangan, penggunaan kembali, dan daur ulang plastik di banyak kota. • Pentingnya kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan (pemerintah, industri, masyarakat) untuk mencapai tujuan sirkularitas di perkotaan. • Hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pembuat kebijakan dan perencana kota dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mencegah polusi plastik dan mempromosikan ekonomi sirkular.
4	<p>Gabriel Ayodeji Ogunmola dan Vikas Kumar, 2024</p> <p>Penelitian ini menggunakan <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> dan <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> untuk menganalisis hubungan yang rumit antara praktik bisnis berkelanjutan, strategi keterlibatan konsumen, intervensi teknologi untuk keberlanjutan, integrasi pendekatan <i>triple bottom line</i>, dan keseimbangan antara keberlanjutan dan profitabilitas. Data kuantitatif dikumpulkan melalui survei berbasis web dari 1049 konsumen yang sadar lingkungan, berusia 21 hingga 60 tahun, yang telah berbelanja <i>online</i> dalam tiga bulan terakhir. Sampel dipilih menggunakan metode <i>stratified random sampling</i> dari beberapa negara di Asia Tenggara, termasuk India, Singapura, Malaysia, Thailand, dan Indonesia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini mengembangkan model strategis untuk menarik dan mempertahankan pelanggan yang sadar lingkungan dalam sektor e-retail di Asia Tenggara. Dengan menggunakan <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> dan <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>, studi ini mengevaluasi hubungan antara praktik bisnis berkelanjutan, strategi keterlibatan konsumen, intervensi teknologi, pendekatan <i>Triple Bottom Line (TBL)</i>, dan keseimbangan antara keberlanjutan dan profitabilitas. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi keterlibatan konsumen, teknologi keberlanjutan, dan integrasi TBL berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang sadar lingkungan. Sebaliknya, praktik bisnis berkelanjutan dan keseimbangan antara keberlanjutan dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap keterikatan konsumen. Temuan ini menyoroti pentingnya pendekatan yang holistik dan

		<p>inovatif dalam menciptakan pengalaman belanja yang ramah lingkungan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan agar e-retailer mengintegrasikan teknologi seperti AI, <i>blockchain</i>, dan data analytics untuk meningkatkan transparansi rantai pasok dan keterlibatan konsumen. Strategi pemasaran yang dipersonalisasi, komunikasi terbuka tentang upaya keberlanjutan, dan tampilan real-time dari kinerja keberlanjutan perusahaan juga diidentifikasi sebagai faktor kunci dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Studi ini memberikan kontribusi penting bagi literatur dengan memperluas pemahaman tentang perilaku konsumen sadar lingkungan dan strategi e-retail yang berkelanjutan, serta memberikan panduan praktis untuk mengatasi tantangan dalam menyeimbangkan keberlanjutan dan keuntungan bisnis di pasar digital yang terus berkembang.
5	<p>Azka Abdi Amrurrobi, 2021</p> <p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggabungkan dua metode pengumpulan data: observasi dan studi literatur.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kampanye konvensional menggunakan poster, spanduk, baliho, dan sejenisnya akan menciptakan sampah visual yang mengganggu keindahan dan lingkungan. • Penelitian ini membahas problematika sampah visual yang dihasilkan dari alat peraga kampanye politik dalam Pemilu dan Pilkada di Indonesia. Kampanye konvensional seperti poster, baliho, dan banner sering dipasang secara berlebihan dan sembarangan, menyebabkan pencemaran visual yang merusak estetika kota dan lingkungan. Meskipun regulasi seperti PKPU dan Perbawaslu telah mengatur lokasi dan bentuk kampanye, implementasinya masih lemah karena sanksi yang diberikan bersifat administratif dan kurang tegas. Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPPLH) sebenarnya sudah menyediakan perangkat hukum pidana untuk menegakkan aturan lingkungan, tetapi belum diintegrasikan secara optimal dalam konteks kampanye politik. • Sebagai solusi, penelitian ini mendorong penerapan konsep <i>green election</i>, yaitu penyelenggaraan Pemilu yang tidak mencemari lingkungan. Pendekatan ini dapat dilakukan melalui dua strategi utama: pertama, mendorong penggunaan media digital atau new media dalam kampanye seperti media sosial yang lebih murah, luas

6	Fieri Audianto, dkk, 2024	Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan proses desain berbasis <i>Design Thinking</i>	<p>jangkauannya, dan interaktif; kedua, menggunakan alat peraga kampanye berbahan ramah lingkungan seperti bahan daur ulang atau serat alam non-kayu. Konsep ini juga menekankan pentingnya edukasi media dan literasi politik masyarakat agar kampanye digital dapat dimanfaatkan secara maksimal dan tidak lagi bergantung pada metode kampanye konvensional yang menghasilkan sampah visual.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indonesia menghadapi masalah serius dalam pengelolaan sampah, terutama sampah plastik, dengan 69 juta ton sampah pada tahun 2022, di mana 18,2% adalah sampah plastik yang banyak berakhir di laut atau tidak terkelola dengan baik. • Penggunaan kemasan sekali pakai, termasuk di industri kopi, menjadi penyumbang besar penumpukan sampah global. • Partisipan kuesioner sebagian besar adalah penikmat kopi yang mengonsumsi kopi setiap hari atau beberapa kali seminggu, dan rata-rata memiliki pemahaman tentang masalah penumpukan sampah namun belum memiliki kesadaran atau langkah untuk mengurangnya. • Desain komunikasi visual yang kurang efektif menghambat penyampaian informasi tentang keberlanjutan dan manfaat kemasan kopi reusable, serta kurangnya daya tarik visual dan komunikasi branding yang tidak jelas. • Penelitian ini menghasilkan varian produk bernama "Driipot" dari Kopi Pagi, yang inovatif karena menggunakan anyaman sebagai pengganti filter kopi dan dapat digunakan kembali sebagai pot tanaman. Pembungkus drip bag juga menggunakan bahan kuat dan kokoh sehingga dapat digunakan kembali. • Konsep kemasan yang inovatif ini memerlukan edukasi lebih lanjut kepada konsumen untuk memahami cara penggunaannya dan nilai tambahnya.
7	Eko Budi Pratama dan Pramilania Oktavia, 2024	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan merupakan tinjauan komprehensif (<i>comprehensive review</i>) mengenai tantangan dalam mengembangkan komunikasi lingkungan pada isu sampah plastik, baik secara konvensional maupun digital. Ini bertujuan untuk melengkapi	<ul style="list-style-type: none"> • Data SIPSN KLHK menunjukkan peningkatan signifikan sampah plastik di Indonesia dalam tiga tahun terakhir, yang mengindikasikan tingkat kesadaran masyarakat yang meningkat terhadap isu tersebut. • Artikel ini mengidentifikasi tantangan dalam mengembangkan komunikasi lingkungan yang optimal terkait sampah plastik, baik melalui media konvensional maupun digital.

		<p>penelitian sebelumnya yang belum secara spesifik membahas tantangan komunikasi lingkungan terkait sampah plastik.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini membahas tantangan dalam mengembangkan komunikasi lingkungan terkait isu sampah plastik, dengan studi kasus di Bank Sampah Teratai, Tangerang Selatan. Menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi, dan studi literatur, penelitian ini mengidentifikasi bahwa tantangan utama dalam menyampaikan pesan lingkungan berasal dari dua aspek utama, yakni media penyampaian (konvensional dan digital) serta perbedaan karakteristik demografis (remaja, dewasa, dan lansia). Media konvensional menghadapi kendala dalam keterbatasan waktu dan kemampuan komunikasi langsung, sementara media digital menuntut keterampilan desain visual agar pesan menjadi menarik. Selain itu, tantangan umum yang muncul di semua kelompok usia adalah inkonsistensi dan skeptisisme masyarakat dalam mengimplementasikan edukasi pengelolaan sampah plastik. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi lingkungan sangat bergantung pada konsistensi pesan, kesesuaian pendekatan dengan karakteristik target audiens, dan keterlibatan aktif dari komunikator dan pemangku kepentingan.
8	Jennifer Estelle Mathis, et. al, 2022	<p>Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah studi evaluatif berbasis pendekatan kuantitatif dan deskriptif terhadap 27 proyek yang didanai oleh program USAID <i>Municipal Waste Recycling Program</i> (MWRP) di Indonesia, Filipina, Sri Lanka, dan Vietnam selama lima tahun. Data dikumpulkan melalui <i>Monitoring and Evaluation Factors</i> (MEFs) yang digunakan oleh masing-masing penerima hibah untuk melaporkan kemajuan proyek, dengan pengumpulan data dilakukan menggunakan aplikasi <i>EpiCollect</i> dan dianalisis menggunakan <i>Microsoft Excel</i> dan <i>PowerBI</i>. Data kemudian dikategorikan ke dalam tujuh kelompok indikator seperti jumlah penerima manfaat, kesadaran dan bantuan teknis, pelatihan, penciptaan lapangan kerja, perubahan dalam pengelolaan sampah, pengaruh kebijakan, serta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil analisis menunjukkan bahwa pendekatan yang berfokus pada kesadaran publik dan pelatihan sangat penting dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan limbah. Sri Lanka mencatat tingkat pengalihan plastik tertinggi, mencapai 44% dari limbah yang dihasilkan, diikuti oleh Indonesia dengan 34%, Filipina 17%, dan Vietnam 5%. Penelitian ini juga menyoroti peran penting sektor informal dalam pengelolaan limbah, di mana pengorganisasian dan formalitas status pengumpul limbah informal dapat meningkatkan pemulihan bahan daur ulang. Misalnya, proyek di Filipina berhasil mengorganisir 89 pengumpul limbah informal menjadi kelompok usaha sosial, yang memberikan layanan pengelolaan limbah kepada 6,000 rumah tangga. Selain itu, pandemi COVID-19 memberikan tantangan tambahan dengan peningkatan penggunaan plastik sekali pakai, yang mempengaruhi pengelolaan limbah secara keseluruhan. Penelitian ini memberikan wawasan berharga untuk pengembangan kebijakan dan strategi di masa depan dalam

jumlah plastik yang berhasil dialihkan dari lingkungan. Analisis dilakukan secara per negara dan lintas proyek untuk mengidentifikasi dampak program, tren, serta pembelajaran yang dapat digunakan untuk replikasi dan pengembangan kebijakan pengelolaan sampah plastik berbasis komunitas.	mengatasi polusi plastik di lautan, serta menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, masyarakat sipil, dan sektor swasta dalam mencapai tujuan pengelolaan limbah yang berkelanjutan.
---	--

Riset yang secara khusus membahas tentang kampanye pengurangan penggunaan plastik di Indonesia berdasarkan penelusuran ini ternyata masih terbatas. Berdasarkan tabel di atas terdapat beberapa program pengurangan sampah plastik yang telah dilaksanakan dengan fokus pada pengelolaan sampah laut dan penerapan prinsip ekonomi sirkular (Suhardono dkk, 2024). Hasil penelitian yang ada menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengelolaan sampah plastik. Manajemen yang transparan, akuntabel, dan terorganisasi dengan baik memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan publik dan memotivasi partisipasi masyarakat begitu juga kesadaran akan adanya resiko dan pendidikan terkait masalah lingkungan dan kesehatan yang bisa ditimbulkan oleh banyaknya sampah plastik. Dampak dari program ini terlihat pada peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan sampah, yang berpotensi membantu melestarikan keindahan alam dan keberlanjutan pariwisata di Bali, serta meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat lokal (Suhardono dkk, 2024).

Program lain yang signifikan adalah pengembangan alat *komparatif Urban Circularity Assessment Protocol (UCAP)* oleh Taylor Maddalene dan timnya. UCAP dirancang untuk membantu kota-kota menilai dan mengidentifikasi peluang penerapan prinsip ekonomi sirkular dalam pengelolaan plastik. Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi ekonomi sirkular di tingkat kota memiliki potensi besar untuk mengurangi polusi plastik. Alat ini melibatkan pemetaan alur material plastik, analisis kapasitas sistem pengelolaan limbah, serta identifikasi hambatan dan peluang untuk meningkatkan sirkularitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kota-kota yang berpartisipasi memiliki profil aliran plastik yang bervariasi, yang menunjukkan perlunya solusi yang disesuaikan dengan konteks lokal. Dampak dari program ini adalah terciptanya strategi yang lebih efektif untuk mencegah polusi plastik, serta peningkatan kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, industri, dan masyarakat (Maddalene, Taylor et. al, 2023).

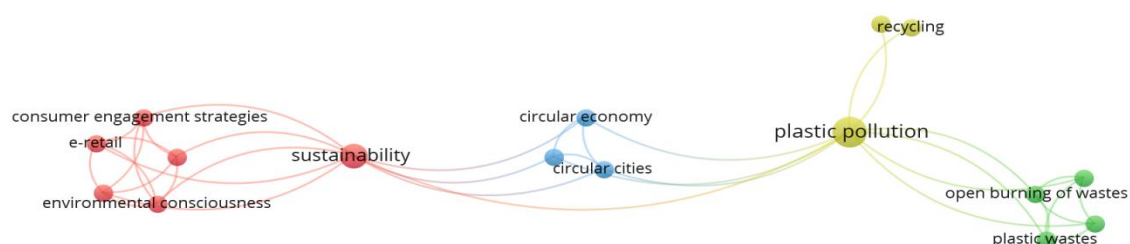
Berbagai model kampanye pengurangan penggunaan plastik telah dikembangkan untuk mengubah perilaku masyarakat dan mendorong transisi menuju gaya hidup yang lebih ramah lingkungan (Gabriel Ayodeji Ogunmola dan Vikas Kumar, 2024; Azka Abdi Amrurrobbi, 2021; Fieri Audiando, dkk, 2024). Model pertama adalah kampanye sosialisasi publik yang dilakukan secara masif melalui media massa seperti televisi, radio, internet, dan media sosial. Kampanye ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya plastik sekali pakai dan pentingnya pengelolaan sampah. Contohnya adalah kampanye “#BijakBerplastik” yang

dilakukan oleh Danone-AQUA, yang mengedukasi masyarakat tentang pentingnya memilah sampah dan mendukung daur ulang (Qonaah, 2019). Model kedua adalah kampanye berbasis komunitas yang melibatkan partisipasi langsung warga melalui pelatihan, gotong royong, dan edukasi di lingkungan lokal seperti sekolah, pasar, atau RT/RW (Fatkhah, U., Winoto, Y., & Khadijah, U. L. S, 2020).

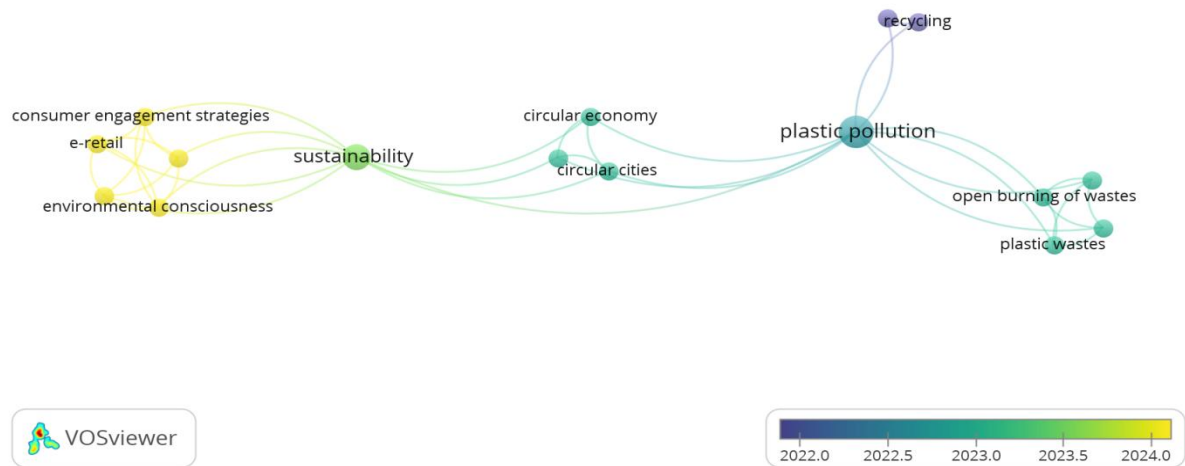
Kampanye kolaboratif dengan dunia usaha menjadi model penting lainnya, di mana produsen dan ritel dilibatkan dalam menyediakan alternatif kemasan ramah lingkungan serta memberikan edukasi langsung kepada konsumen. Misalnya, minimarket yang memberikan diskon bagi konsumen yang membawa wadah sendiri atau menyediakan kantong belanja pakai ulang. Terakhir, kampanye digital dan melalui influencer memanfaatkan kekuatan media sosial untuk menjangkau audiens lebih luas dengan konten visual yang menarik dan gaya komunikasi yang relevan dengan generasi muda. Influencer lingkungan di Instagram dan YouTube, misalnya, sering membagikan tips hidup minim sampah (*zero waste lifestyle*) yang inspiratif dan mudah ditiru. Seluruh model kampanye ini, bila diintegrasikan secara strategis, dapat memberikan dampak signifikan dalam menurunkan konsumsi plastik dan menciptakan budaya masyarakat yang lebih peduli terhadap lingkungan (Ogunmola et.al, 2024; Amrurrobi, A. A, 2021; Audiando, F. dkk, 2024; Pratama, Eko Budi dan Pramillania Oktavia, 2024).

Tinjauan sistematis ini menunjukkan bahwa tidak ada pendekatan tunggal yang dapat menyelesaikan masalah pencemaran *plastik*. Kampanye yang paling efektif mengadopsi strategi komprehensif yang menggabungkan kebijakan, edukasi, inovasi teknologi, dan transformasi sistem, disesuaikan dengan konteks lokal. Efektivitas kampanye pengurangan plastik sangat dipengaruhi oleh faktor kontekstual, termasuk infrastruktur yang tersedia, norma sosial, kapasitas institusional, dan kondisi ekonomi. Karenanya, transfer kebijakan dan praktik antar wilayah harus dilakukan dengan hati-hati dan disesuaikan dengan kondisi setempat.

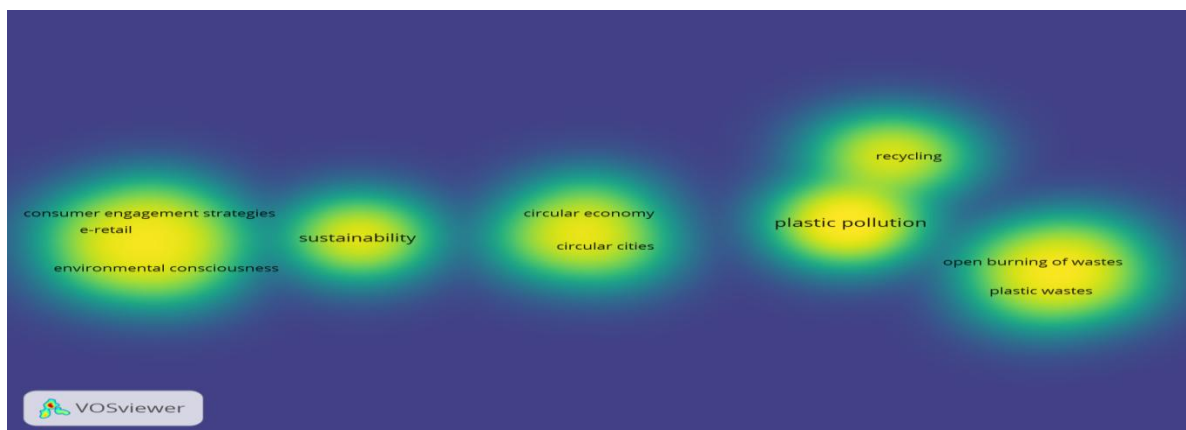
Analisis berikutnya akan dilakukan dengan vosviewer untuk mendapatkan gambaran riset berupa *network visualization*, *overlay visualization*, *ouput density visualization*. Dari hasil analisis diperoleh gambaran sebagai berikut:



Gambar 2. Network Visualization



Gambar 3. Overlay Visualization



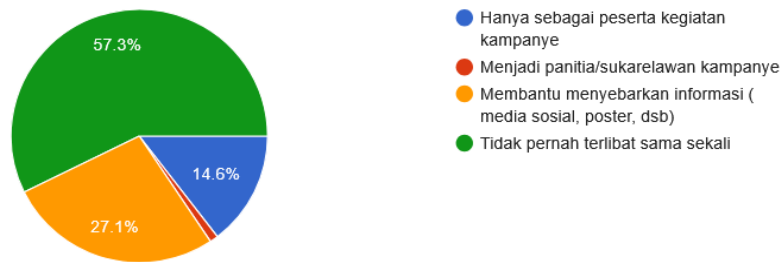
Gambar 4. Density Visualization

Dari hasil analisis Vosviewer terlihat bahwa banyak penelitian tertuju pada tema *plastic pollution*, namun tema terkait dengan *reuse*, *recycle* dan *reduce* masih menarik untuk dianalisis lebih lanjut atau pada tema *circular economy*. Kajian tentang *plastic pollution* telah dikaitkan dengan *consumer engagement*, *environmental consciousness* dan *sustainability*. Namun memang kajian terkait dengan kampanye sebagai salah satu strategi komunikasi massa untuk mengajak pada pengurangan penggunaan plastik masih belum menjadi tema utama.

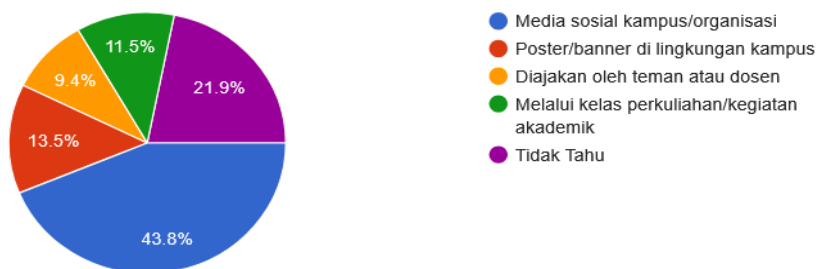
Secara khusus artikel ini juga membahas studi kasus terkait keterlibatan mahasiswa FEB UNP dalam kampanye pengurangan plastik dan program pengurangan penggunaan plastik itu sendiri. Survey dilakukan secara acak terhadap 100 orang mahasiswa. Hasil survey dipaparkan sebagai berikut:



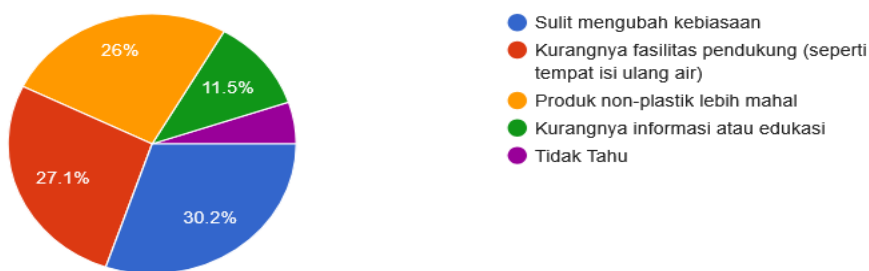
(a) Pengetahuan Mahasiswa tentang Kampanye Pengurangan Plastik



(b) Partisipasi Mahasiswa dalam Kampanye Pengurangan Plastik



(c) Sumber Informasi tentang Kampanye Pengurangan Plastik



(d) Penyebab Sulit Mengurangi Penggunaan Plastik

Gambar 5. Hasil Survey pada Mahasiswa FEB UNP

Dari hasil survey ini terlihat hanya 7,3% mahasiswa yang mengetahui dengan baik dan mengikuti perkembangan kampanye pengurangan plastik di kampus. Masih ada 7,3% mahasiswa yang tidak tahu sama sekali. Dan mayoritas mahasiswa (51%) mengetahui secara

umum saja terkait program pengurangan penggunaan plastik di kampus. Dari segi keterlibatan dalam kampanye pengurangan penggunaan plastik ternyata 57,3% mahasiswa tidak pernah terlibat sama sekali. Dan yang pernah menjadi panitia atau sukarelawan dari program kampanye pengurangan penggunaan plastik hanya 1% dari mahasiswa responden. Informasi terkait kampanye pengurangan plastik mayoritas mereka ketahui dari media sosial dan hanya 11,5% mahasiswa yang mendapatkan informasi ini melalui kelas-kelas perkuliahan. Menurut mahasiswa hambatan dalam pengurangan penggunaan plastik ini adalah karena sudah menjadi kebiasaan, kurangnya fasilitas alternative/pendukung dan produk non plastik harganya lebih mahal. Hasil survey ini juga mengungkapkan beberapa strategi yang bisa digunakan untuk mengurangi penggunaan plastik di kampus diantaranya: "Pojok Tukar Plastik" dimana mahasiswa bisa menukarkan sampah plastik, kemudian mendapatkan poin yang dapat ditukarkan dengan berbagai fasilitas/barang, rogram bank sampah, program "Challenge Beberes Sampah Plastik" yang dilakukan pada hari tertentu, Kampus menyediakan fasilitas daur ulang sampah plastik, tersedia fasilitas pengisian air minum gratis di kampus dan program bawa tumbler, pengolahan sampah plastik menjadi berbagai produk bernilai guna dan Plastic free day.

Rendahnya partisipasi dan pemahaman mahasiswa terhadap kampanye pengurangan plastik di kampus, sebagaimana yang terungkap dalam temuan riset ini, menegaskan adanya kesenjangan signifikan antara program yang ada dengan tingkat keterlibatan audiens muda. Hanya 7,3% mahasiswa yang memiliki pemahaman baik dan sebagian besar hanya mengetahui secara umum, yang mengindikasikan bahwa strategi komunikasi yang ada belum berhasil menjangkau target audiens secara efektif. Hal ini didukung oleh temuan Filho et. al (2024) yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa (57,7 %) tidak ikut dalam program terkait SDGs dari kampus, dan partisipasi mahasiswa sangat dipengaruhi oleh komitmen institusi serta keberadaan mata kuliah terkait SDGs.

Hambatan utama seperti kebiasaan, kurangnya fasilitas pendukung, dan biaya produk alternatif yang mahal sejalan dengan studi sebelumnya yang mengidentifikasi faktor ekonomi dan perilaku sebagai tantangan utama dalam implementasi program keberlanjutan (Al-Dmour, H, 2023).). Meskipun demikian, studi ini menemukan adanya inisiatif kreatif dari mahasiswa seperti "Pojok Tukar Plastik" dan "Plastic Free Day," yang menunjukkan potensi besar untuk strategi kampanye yang lebih interaktif dan kontekstual. Temuan ini memperkuat urgensi untuk merancang kampanye yang tidak hanya informatif tetapi juga partisipatif dan relevan dengan gaya hidup mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi yang lebih erat antara pihak kampus dan mahasiswa untuk mengimplementasikan ide-ide inovatif ini, mengubah temuan menjadi tindakan nyata yang dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi aktif dalam gerakan pengurangan sampah plastik di lingkungan kampus (Andarika, 2022; Nurdiansyah & Widiastuti, 2023; Shange, H. S., et. al, 2025; Eprilianto, D. E., et al, 2022).

SIMPULAN

Kesimpulan dari studi ini menunjukkan bahwa kampanye pengurangan penggunaan plastik di Indonesia memerlukan pendekatan yang komprehensif, kontekstual, dan berkelanjutan untuk mencapai efektivitas yang maksimal. Kombinasi strategi edukatif, partisipatif, kebijakan publik, serta pemanfaatan media digital terbukti mampu meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam isu pengelolaan sampah plastik. Namun, keberhasilan kampanye sangat dipengaruhi oleh kesiapan infrastruktur, kesesuaian pesan dengan karakteristik audiens, serta konsistensi dalam pelaksanaan. Studi kasus di lingkungan mahasiswa FEB UNP menegaskan bahwa meskipun tingkat kesadaran cukup, partisipasi aktif masih rendah, sehingga dibutuhkan inovasi program dan integrasi kampanye ke dalam aktivitas pendidikan untuk menciptakan perubahan perilaku yang lebih nyata. Hasil tinjauan literatur ini juga menunjukkan bahwa kajian terkait efektivitas kampanye pengurangan plastik di Indonesia masih relatif terbatas. Sehingga dampaknya juga belum luas, hal ini bisa dilihat dari masih banyaknya penggunaan plastik oleh masyarakat dan sulit untuk beralih ke kemasan lain. Pengolah plastik juga masih terbatas dan sampah plastik lebih banyak dibuang begitu saja atau dibakar. Studi kasus pada mahasiswa juga memperlihatkan pengetahuan dan keterlibatan mereka dalam kegiatan kampanye pengurangan penggunaan plastik masih terbatas.

Berdasarkan hasil studi, disarankan agar kampanye pengurangan plastik di masyarakat, komunitas maupun kampus perlu dikembangkan dengan mengadopsi pendekatan berbasis perilaku dan insentif. Program seperti "Pojok Tukar Plastik", tantangan #BeberesSampah, dan penyediaan fasilitas isi ulang air minum terbukti memiliki potensi besar untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa. Selain itu, kolaborasi dengan sektor swasta dan penggunaan media sosial sebagai kanal utama penyebaran informasi perlu ditingkatkan. Untuk menjamin keberhasilan jangka panjang, kampanye juga harus diintegrasikan dalam kurikulum atau kegiatan akademik, seperti dalam bentuk proyek pembelajaran berbasis masalah (PBL) tentang isu lingkungan. Lebih lanjut, perumusan kebijakan kampus yang mendukung *zero waste* serta evaluasi berkala terhadap efektivitasnya sangat dianjurkan agar program ini berjalan berkelanjutan dan berdampak nyata terhadap perilaku sivitas akademika (Sugiarto, A., Lee, C. W., & Huruta, A. D, 2022; .

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Dmour, H. (2023). Green-smart university campuses: the mediating role of student engagement in enhancing corporate image. *Sage Open*, 13(4), 21582440231219591.
- Amrurobbi, Azka Abdi. 2021. "Problematika Sampah Visual Media Luar Ruang: Tinjauan Regulasi Kampanye Pemilu Dan Pilkada Waste Problems of Outdoor Media Visual: Review of General Election and Regional Head Election Campaign Regulations." *Jurnal Adhyasta Pemilu* 4(2): 66–78.
- Audianto, F, and A Agusta. 2024. "Perancangan Kemasan Kopi Reuseable Sebagai Sarana Edukasi Pengurangan Penumpukan Sampah Plastik Sekali Pakai Untuk Umkm "" Fad: 1–17.

- <https://eproceeding.itenas.ac.id/index.php/fad/article/view/2895%0Ahttps://eproceeding.itenas.ac.id/index.php/fad/article/download/2895/2320>.
- Duku, S. (2013). Mengenal kampanye komunikasi. *Wardah*, 14(1), 71-85.
- Effendi, M. I., Sugandini, D., Sukarno, A., Kundarto, M., Arundati, R., Berliana, N., ... & Klaster, H. (2020). *Perilaku pro-lingkungan pada mahasiswa*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Eko Budi Pratama, and Pramilania Oktavia. 2024. "Tantangan Dalam Mengembangkan Komunikasi Lingkungan Pada Isu Sampah Plastik." *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 2(3): 303-14.
- Eprilianto, D. E., Ma'ruf, M. F., Pradana, G. W., Hilmi, A. N., & Habibah, U. N. (2022, December). Analysis of Students' Participation in Practicing the Concept of Green Campus. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 1111, No. 1, p. 012072). IOP Publishing.
- Fatkah, U., Winoto, Y., & Khadijah, U. L. S. (2020). Diseminasi informasi zero waste oleh Yayasan Pengembangan Biosains dan Bioteknologi. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 8(1), 49-68.
- Filho, W. L., Trevisan, L. V., Dinis, M. A. P., Ulmer, N., Paço, A., Borsari, B., ... & Salvia, A. (2024). Fostering students' participation in the implementation of the sustainable development goals at higher education institutions. *Discover Sustainability*, 5(1), 22.
- Heidbreder, L. M., Steinhorst, J., & Schmitt, M. (2020). Plastic-free July: An experimental study of limiting and promoting factors in encouraging a reduction of single-use plastic consumption. *Sustainability*, 12(11), 4698.
- Isyana, R. A. (2023). *Strategi GIDKP dalam Kampanye Pengurangan Limbah Plastik Pada Audiens Masyarakat Urban Jakarta Selatan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Jambeck, J. R., Geyer, R., Wilcox, C., Siegler, T. R., Perryman, M., Andrady, A., ... & Law, K. L. (2015). Plastic waste inputs from land into the ocean. *Science*, 347(6223), 768-771.
- Kirschke, Sabrina et al. 2023. "Barriers to Plastic Monitoring in Freshwaters in the Global South." *Environmental Science and Policy* 146(May): 162-70. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2023.05.011>.
- Kurniawan, A., & Sunitiyoso, Y. (2024). *New Business Model for Sustainable Retail Company Using Design Thinking Concept*. arXiv preprint arXiv:2405.06193.
- Maddalene, Taylor et al. 2023. "Circularity in Cities: A Comparative Tool to Inform Prevention of Plastic Pollution." *Resources, Conservation and Recycling* 198(July): 107156. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2023.107156>.
- Mathis, Jennifer Estelle, Marianne Carliez Gillet, Henri Disselkoen, and Jenna R. Jambeck. 2022. "Reducing Ocean Plastic Pollution: Locally Led Initiatives Catalyzing Change in South and Southeast Asia." *Marine Policy* 143: 0-17.
- Ogunmola, Gabriel Ayodeji, and Vikas Kumar. 2024. "A Strategic Model for Attracting and Retaining Environmentally Conscious Customers in E-Retail." *International Journal of Information Management Data Insights* 4(2): 100274. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100274>.

- Pangestu, R. (2019). Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 4(2).
- Qonaah, S. (2019). Strategy Kampanye Gerakan# BijakBerplastik PT Danone Aqua Dalam Merayakan Hari Lingkungan Hidup Sedunia 2018. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 48-55.
- Rice, R. E., & Atkin, C. K. (Eds.). (2012). *Public communication campaigns*. SAGE publications.
- Romadhan, M. I., & Pradana, B. C. S. A. (2024). Program Kampanye Public Relations" Zero Waste" sebagai Upaya Menuju Kampung Bebas Plastik Di Keputih Surabaya. *Journal of Indonesian Society Empowerment*, 2(1), 26-36.
- Shange, H. S., Zogli, L. K. J., & Dlamini, B. I. (2025). Green campus initiatives and strategies for sustainability in higher education. *Transformation in Higher Education*, 10, 364.
- Sugiarto, A., Lee, C. W., & Huruta, A. D. (2022). A systematic review of the sustainable campus concept. *Behavioral Sciences*, 12(5), 130.
- Sukmono, I., Kuswanti, A., & Muqsith, M. A. (2024). Berdaya dengan Media Digital: PANDAWARA Group Mengkampanyekan Kebersihan Lingkungan Melalui Tik-Tok. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 8(4), 2143-2153.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2020). *Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN)*. Jakarta: KLHK.
- Paramita, N. W. S. G., & Firmansyah, A. (2024). Efektivitas Kebijakan Plastik Berbayar Di Indonesia Dalam Upaya Pengurangan Pencemaran Sampah Plastik. *Jurnalku*, 4(2), 210-221.
- United Nations Environment Programme. (2021). *From Pollution to Solution: A global assessment of marine litter and plastic pollution*. Nairobi: UNEP.