

## Kampanye Digital PR Pengurangan Plastik Sekali Pakai untuk Mendorong Budaya Refill di Kalangan Mahasiswa

Mohammad Insan Romadhan<sup>1</sup>, Siti Mujanah<sup>2</sup>, Faellen Yuan Dias Cercio<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

<sup>1</sup>[insanromadhan@untag-sby.ac.id](mailto:insanromadhan@untag-sby.ac.id)

### Abstrak

Penggunaan plastik sekali pakai di lingkungan kampus masih menjadi persoalan yang perlu mendapat perhatian karena berkaitan dengan kebiasaan konsumsi mahasiswa yang belum sepenuhnya berorientasi pada keberlanjutan. Program pengabdian ini bertujuan mendorong budaya refill di kalangan mahasiswa melalui kampanye digital public relations yang menekankan edukasi, persuasi, dan partisipasi audiens. Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif melalui tahapan identifikasi masalah, penyusunan konten kampanye, implementasi kampanye digital melalui media sosial, serta evaluasi menggunakan pre-test dan post-test. Sasaran kegiatan adalah mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa kampanye memperoleh capaian digital yang tinggi, yaitu 5.642 views, 216 likes, dan 139 repost. Selain itu, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan skor pada mayoritas responden, yang mengindikasikan peningkatan pengetahuan, sikap, dan motivasi terhadap pengurangan penggunaan plastik sekali pakai serta pembiasaan perilaku refill. Temuan ini menunjukkan bahwa kampanye digital PR efektif sebagai strategi edukasi lingkungan yang mampu membangun keterlibatan mahasiswa sekaligus mendorong perubahan perilaku awal menuju gaya hidup yang lebih berkelanjutan di lingkungan kampus..

**Kata kunci:** kampanye digital PR, plastik sekali pakai, budaya refill, mahasiswa, edukasi lingkungan

### Abstract

*The use of single-use plastic in the university environment remains an important issue, as it is closely related to students' consumption habits that have not yet fully reflected sustainable practices. This community service program aimed to encourage a refill culture among students through a digital public relations campaign emphasizing education, persuasion, and audience participation. The program was implemented using a descriptive quantitative approach through several stages, namely problem identification, campaign content development, digital campaign implementation through social media, and evaluation using pre-test and post-test instruments. The target participants were students of Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. The results showed that the campaign achieved strong digital engagement, reaching 5,642 views, 216 likes, and 139 reposts. In addition, the evaluation results indicated score improvement among the majority of respondents, reflecting increased knowledge, attitudes, and motivation to reduce the use of single-use plastic and adopt refill habits. These findings demonstrate that a digital PR campaign is an effective environmental education strategy to build student engagement and encourage initial behavioral change toward a more sustainable lifestyle within the university environment.*

**Keywords:** digital PR campaign, single-use plastic, refill culture, students, environmental education

## PENDAHULUAN

Persoalan sampah plastik sekali pakai masih menjadi salah satu tantangan lingkungan yang terus meningkat, termasuk di ruang-ruang aktivitas pendidikan tinggi. Plastik jenis ini banyak digunakan karena praktis, murah, dan mudah diperoleh, namun di sisi lain menimbulkan dampak jangka panjang karena sulit terurai dan berpotensi mencemari tanah, air, serta rantai kehidupan manusia. Dalam konteks kehidupan kampus, penggunaan botol dan gelas plastik sekali pakai menjadi bagian dari kebiasaan harian mahasiswa yang tanpa disadari ikut menyumbang timbulan sampah secara terus-menerus.

Permasalahan tersebut tidak dapat dipahami hanya sebagai isu kebersihan lingkungan, tetapi juga sebagai persoalan perilaku sosial. Mahasiswa pada dasarnya telah memiliki tingkat kesadaran tertentu terhadap bahaya sampah plastik, namun kesadaran itu belum selalu berujung pada tindakan yang konsisten. Kebiasaan memilih kemasan sekali pakai masih dipengaruhi oleh faktor kenyamanan, kebiasaan konsumsi, serta belum kuatnya dorongan untuk beralih pada alternatif yang lebih berkelanjutan. Karena itu, upaya pengurangan plastik sekali pakai membutuhkan pendekatan yang tidak sekadar informatif, melainkan juga mampu mendorong perubahan sikap dan pembiasaan perilaku baru.

Salah satu perilaku alternatif yang relevan untuk dikembangkan di lingkungan kampus adalah budaya refill melalui penggunaan tumbler atau wadah minum berulang. Praktik ini bukan hanya berkontribusi pada pengurangan sampah plastik, tetapi juga dapat menjadi simbol gaya hidup berkelanjutan yang dekat dengan keseharian mahasiswa. Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, penguatan budaya refill penting ditempatkan sebagai bagian dari pendidikan ekologis yang aplikatif, karena menawarkan tindakan sederhana, mudah dilakukan, dan berpotensi dibangun menjadi kebiasaan kolektif.

Untuk mendorong perubahan tersebut, strategi komunikasi yang digunakan harus sesuai dengan karakter sasaran. Mahasiswa merupakan kelompok yang lekat dengan media digital, sehingga kampanye berbasis media sosial memiliki peluang besar untuk menyampaikan pesan secara luas, cepat, dan interaktif. Kampanye digital PR memungkinkan pesan lingkungan dikemas dalam bentuk visual, narasi persuasif, dan ajakan partisipatif yang lebih dekat dengan budaya komunikasi generasi muda. Melalui pendekatan ini, edukasi tidak berhenti pada penyampaian informasi, tetapi juga diarahkan pada pembentukan keterlibatan, pengaruh sosial, dan dorongan perilaku ramah lingkungan.

Berangkat dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang dalam bentuk Kampanye Digital PR Pengurangan Plastik Sekali Pakai untuk Mendorong Budaya Refill di Kalangan Mahasiswa. Program ini diarahkan untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai dampak penggunaan plastik sekali pakai, memperkuat kesadaran terhadap pentingnya perilaku refill, serta membangun motivasi untuk menjadikan penggunaan tumbler sebagai bagian dari kebiasaan sehari-hari di lingkungan kampus. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan tidak hanya menghasilkan peningkatan pengetahuan, tetapi juga menjadi langkah awal dalam membangun budaya kampus yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan.

## METODE

Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif, edukatif, dan persuasif melalui strategi Digital Public Relations Campaign. Pendekatan ini dipilih karena

permasalahan penggunaan plastik sekali pakai di kalangan mahasiswa tidak cukup diatasi hanya dengan penyampaian informasi, tetapi membutuhkan intervensi komunikasi yang mampu membangun kesadaran, keterlibatan, dan perubahan perilaku secara bertahap. Pelaksanaan kegiatan diarahkan untuk menumbuhkan budaya refill sebagai kebiasaan baru yang lebih ramah lingkungan di lingkungan kampus.

Tahap awal pelaksanaan dimulai dengan identifikasi masalah dan pemetaan kondisi awal. Pada tahap ini tim melakukan observasi sederhana terhadap kebiasaan konsumsi mahasiswa, khususnya penggunaan botol atau gelas plastik sekali pakai, serta menggali tingkat pengetahuan dan kepedulian mereka terhadap isu sampah plastik. Untuk memperkuat data awal, dilakukan penyebaran pre-test atau kuesioner awal guna mengukur pengetahuan, sikap, dan kecenderungan perilaku mahasiswa terkait budaya refill. Data awal ini menjadi dasar dalam merumuskan pesan kampanye yang relevan dengan karakteristik sasaran.

Tahap berikutnya adalah perancangan dan produksi konten kampanye digital PR. Pada tahap ini disusun pesan utama kampanye, identitas visual, slogan, serta berbagai materi komunikasi yang bersifat edukatif dan persuasif. Konten dibuat dalam format yang sesuai dengan kebiasaan media mahasiswa, seperti poster digital, video pendek, reels, carousel, template story, dan ajakan partisipatif. Isi pesan tidak hanya menjelaskan bahaya plastik sekali pakai, tetapi juga menonjolkan manfaat perilaku refill, penggunaan tumbler, dan pembentukan gaya hidup berkelanjutan yang mudah diterapkan dalam aktivitas sehari-hari.

Setelah konten siap, kegiatan dilanjutkan pada tahap implementasi kampanye melalui media sosial dan kanal komunikasi kampus. Kampanye dilakukan secara bertahap dan terjadwal agar pesan tidak berhenti pada satu kali unggahan, tetapi terus membangun pengulangan pesan dan penguatan persepsi. Pada tahap ini mahasiswa juga didorong untuk terlibat aktif melalui repost, challenge, unggahan pengalaman membawa tumbler, serta interaksi digital lainnya. Pelibatan audiens menjadi aspek penting karena budaya refill akan lebih mudah terbentuk apabila didukung oleh pengaruh sosial dan kebiasaan kolektif di lingkungan kampus.

Tahap akhir adalah monitoring dan evaluasi. Monitoring dilakukan dengan melihat capaian digital kampanye, seperti jumlah tayangan, likes, repost, komentar, dan tingkat partisipasi audiens. Selanjutnya dilakukan post-test untuk mengetahui perubahan setelah intervensi kampanye berlangsung. Hasil pre-test dan post-test dibandingkan untuk menilai peningkatan pengetahuan, sikap, motivasi, dan kecenderungan perilaku mahasiswa terhadap pengurangan plastik sekali pakai dan pembiasaan refill. Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, tim kemudian menyusun rekomendasi tindak lanjut, seperti penguatan kampanye berkala, kolaborasi dengan organisasi mahasiswa, dan advokasi dukungan fasilitas kampus agar budaya refill dapat berlangsung lebih berkelanjutan.

Uraikan lokasi dan sasaran kegiatan, termasuk karakteristik mitra atau kelompok masyarakat yang terlibat. Jelaskan metode atau strategi yang diterapkan, misalnya melalui penyuluhan, pelatihan, pendampingan, Focus Group Discussion (FGD), demonstrasi, ataupun penerapan teknologi tepat guna. Paparkan pula tahapan pelaksanaan kegiatan secara sistematis, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Jika ada, sertakan metode untuk menilai efektivitas kegiatan, seperti observasi, kuesioner, wawancara, atau dokumentasi. Akhiri bagian ini dengan penjelasan tentang mekanisme monitoring dan evaluasi yang dilakukan untuk mengukur keberhasilan program serta keberlanjutan dampaknya bagi masyarakat.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No	Tahap Pelaksanaan	Tujuan	Kegiatan Utama	Metode/Media	Output
1	Identifikasi masalah dan analisis kebutuhan	Mengetahui kondisi awal penggunaan plastik sekali pakai dan kesiapan mahasiswa terhadap budaya refill	Observasi awal, diskusi singkat, penyebaran kuesioner pre-test, pemetaan perilaku dan persepsi mahasiswa	Observasi, survei, kuesioner online	Data awal tentang pengetahuan, sikap, dan perilaku mahasiswa
2	Perumusan strategi kampanye digital PR	Menyusun arah komunikasi yang sesuai dengan karakter sasaran	Menentukan pesan utama, tujuan kampanye, segmentasi audiens, slogan, dan gaya komunikasi	Focus group internal tim, perencanaan kampanye	Dokumen strategi kampanye digital PR
3	Produksi materi kampanye	Menyediakan media edukasi dan persuasi yang menarik	Pembuatan poster digital, video kampanye, reels, carousel, template story, caption, dan hashtag kampanye	Desain komunikasi visual, copywriting, produksi konten digital	Paket konten kampanye siap tayang
4	Sosialisasi dan peluncuran kampanye	Memperkenalkan gerakan pengurangan plastik sekali pakai kepada mahasiswa	Launching kampanye melalui media sosial dan kanal kampus, publikasi pesan utama, ajakan membawa tumbler	Instagram, TikTok, WhatsApp group, media kampus	Kampanye mulai dikenal oleh sasaran

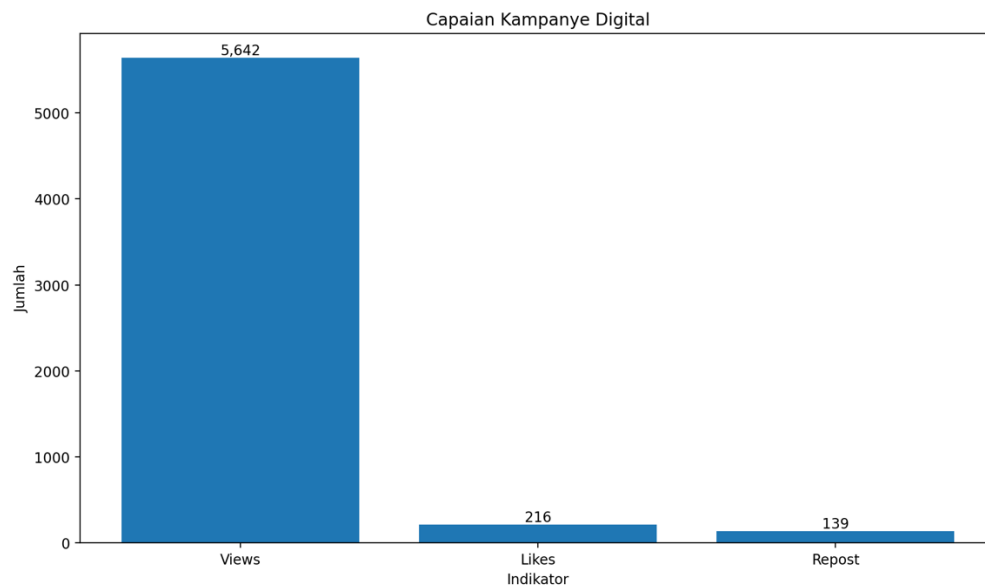
---

5	Implementasi kampanye partisipatif	Mendorong keterlibatan aktif mahasiswa dalam budaya refill	Penyebaran konten berkala, challenge bawa tumbler, repost story, testimoni, interaksi komentar, unggahan partisipatif	Kampanye digital interaktif	Meningkatnya engagement dan partisipasi mahasiswa
6	Edukasi dan penguatan pesan	Memperdalam pemahaman mahasiswa tentang bahaya plastik dan manfaat refill	Penyampaian konten edukatif, fakta lingkungan, tips praktis refill, ajakan perilaku sederhana	Konten edukasi digital, infografik, video singkat	Peningkatan pemahaman dan kesadaran mahasiswa
7	Monitoring pelaksanaan	Mengukur keterjangkauan dan efektivitas penyebaran pesan kampanye	Memantau views, likes, repost, komentar, dan keterlibatan audiens	Analitik media sosial, dokumentasi	Data capaian kampanye digital
8	Evaluasi hasil kegiatan	Menilai perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku setelah kampanye	Penyebaran post-test, perbandingan hasil pre-test dan post-test, analisis perubahan	Kuesioner online, analisis deskriptif	Data peningkatan pengetahuan, sikap, dan perilaku
9	Tindak lanjut keberlanjutan	Menjaga agar budaya refill tidak berhenti setelah program selesai	Penyusunan rekomendasi, kolaborasi dengan organisasi mahasiswa, usulan penguatan fasilitas pendukung	Rapat evaluasi, advokasi internal kampus	Rekomendasi program lanjutan dan penguatan budaya refill

---

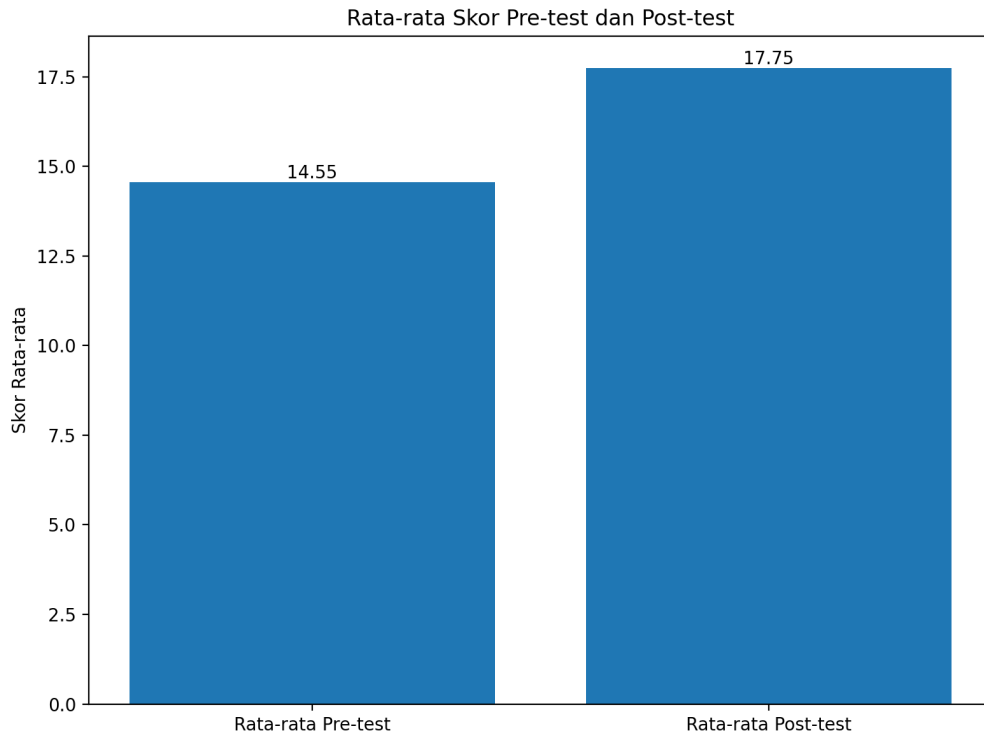
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kampanye digital PR bertema pengurangan plastik sekali pakai menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi saluran komunikasi yang efektif untuk membangun perhatian awal mahasiswa terhadap isu lingkungan. Hal ini terlihat dari capaian kampanye yang melampaui target, yakni memperoleh 5.642 tayangan, 216 likes, dan 139 repost. Angka tersebut menunjukkan bahwa pesan kampanye tidak hanya tersampaikan, tetapi juga mendapatkan respons aktif dari audiens. Tingginya keterlibatan ini memperlihatkan bahwa isu pengurangan plastik cukup relevan dengan kehidupan mahasiswa dan mampu direspons secara positif ketika dikemas dalam format digital yang menarik dan mudah dibagikan.

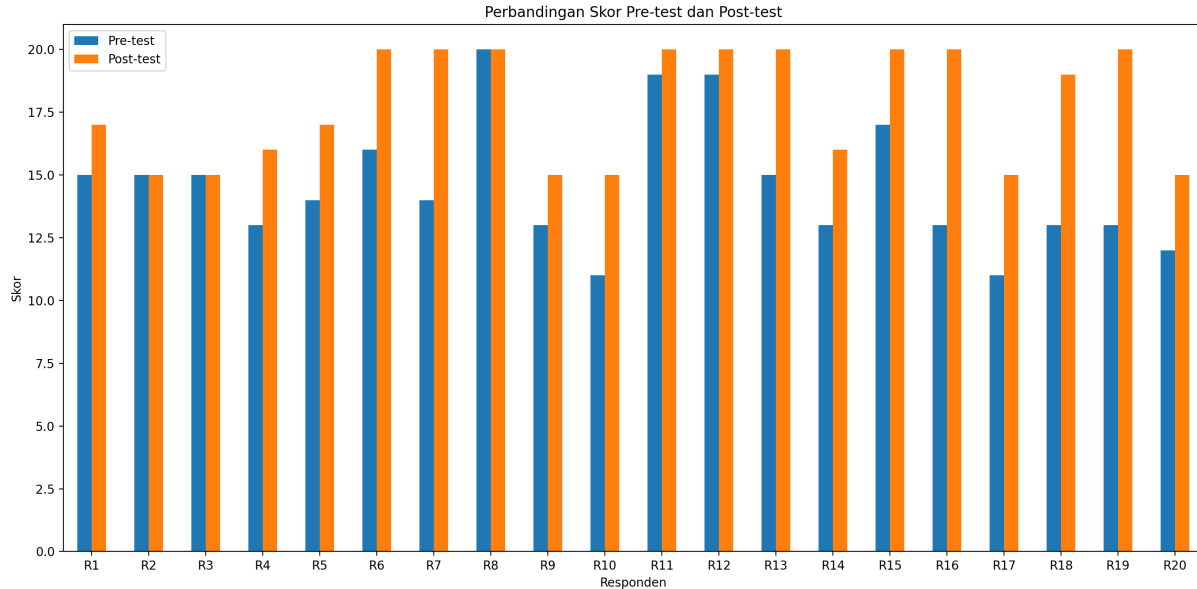


Bagan 1. Capaian Kampanye Digital PR

Grafik capaian kampanye digital menunjukkan bahwa program memperoleh jangkauan audiens yang cukup kuat, dengan 5.642 views, 216 likes, dan 139 repost. Temuan ini memperlihatkan bahwa pesan kampanye mampu menarik perhatian dan memunculkan interaksi dari audiens sasaran. Tingginya jumlah tayangan menandakan bahwa konten kampanye berhasil menjangkau mahasiswa secara luas, sedangkan likes dan repost menunjukkan adanya respons aktif serta potensi penyebaran pesan secara organik melalui jejaring media sosial. Kondisi ini menegaskan bahwa kampanye digital PR dapat berfungsi efektif sebagai media edukasi lingkungan di kalangan mahasiswa.



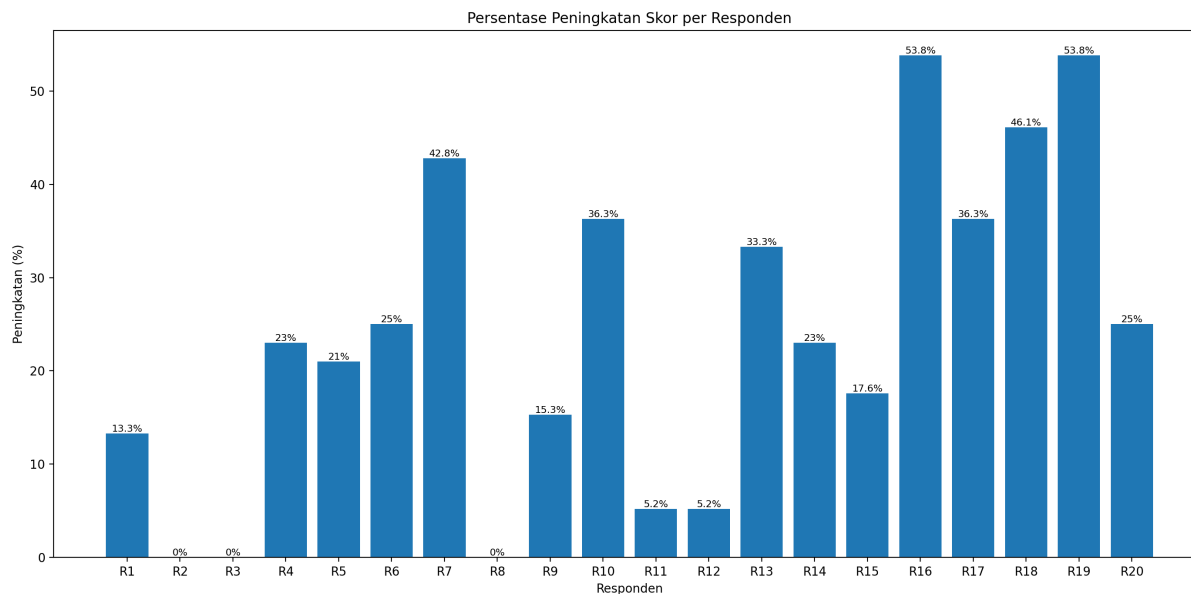
Bagan 2. Rata-rata Skor Pre-Test dan Post-test



Bagan 3. Perbandingan Skor Pre-Test dan Post-test

Grafik perbandingan skor pre-test dan post-test menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan hasil pada sebagian besar responden setelah kampanye dilaksanakan. Dari 20 responden yang dianalisis secara komparatif, mayoritas mengalami kenaikan skor, sementara sebagian kecil berada pada posisi tetap, dan tidak tampak adanya penurunan skor. Temuan ini mengindikasikan bahwa kampanye digital PR yang dijalankan mampu memberikan dampak

positif terhadap pengetahuan, sikap, dan kecenderungan perilaku mahasiswa terkait pengurangan plastik sekali pakai. Dengan kata lain, intervensi komunikasi yang dilakukan tidak hanya memperluas jangkauan pesan, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pemahaman audiens terhadap pentingnya budaya refill.



Bagan 4. Perbandingan Skor Pre-Test dan Post-test

Grafik persentase peningkatan per responden memperlihatkan variasi dampak kampanye pada masing-masing peserta. Peningkatan skor berada pada rentang 5,2% hingga 53,8%, sementara beberapa responden menunjukkan skor yang tetap. Variasi ini menunjukkan bahwa efektivitas kampanye tidak diterima secara seragam oleh seluruh peserta, tetapi secara umum tetap menghasilkan perubahan positif. Responden dengan peningkatan tertinggi menandakan bahwa pesan kampanye dapat diterima secara sangat baik dan mampu mendorong perubahan pemahaman maupun motivasi secara lebih kuat. Sementara itu, responden yang tidak mengalami peningkatan dapat dipahami sebagai kelompok yang sejak awal sudah memiliki tingkat pengetahuan atau kesadaran yang relatif baik, sehingga kampanye lebih berfungsi sebagai penguatan daripada perubahan baru.

Secara keseluruhan, seluruh grafik mengarah pada satu temuan utama, yaitu bahwa kampanye digital PR memiliki efektivitas yang cukup baik dalam meningkatkan jangkauan pesan, keterlibatan audiens, serta perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku awal mahasiswa terkait pengurangan plastik sekali pakai. Walaupun demikian, hasil ini juga menunjukkan bahwa perubahan perilaku masih perlu diperkuat melalui keberlanjutan kampanye dan dukungan ekosistem kampus, sehingga budaya refill dapat berkembang dari sekadar kesadaran menjadi kebiasaan yang konsisten.

## KESIMPULAN

Pelaksanaan program Kampanye Digital PR Pengurangan Plastik Sekali Pakai untuk Mendorong Budaya Refill di Kalangan Mahasiswa menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan motivasi mahasiswa terhadap pentingnya pengurangan penggunaan plastik sekali pakai. Kampanye yang dilakukan melalui media digital terbukti mampu menjangkau audiens sasaran secara luas dan membangun keterlibatan aktif mahasiswa melalui berbagai bentuk interaksi di media sosial. Kondisi ini menegaskan bahwa strategi digital public relations dapat dimanfaatkan secara efektif sebagai sarana edukasi lingkungan di lingkungan perguruan tinggi.

Hasil evaluasi juga menunjukkan adanya peningkatan skor pada sebagian besar responden antara pre-test dan post-test. Temuan ini menandakan bahwa pesan kampanye tidak hanya diterima pada tataran informasi, tetapi juga mampu memengaruhi sikap dan mendorong kecenderungan perilaku yang lebih ramah lingkungan. Dengan demikian, program ini berhasil memberikan kontribusi awal dalam membentuk budaya refill di kalangan mahasiswa sebagai bagian dari upaya membangun gaya hidup berkelanjutan di lingkungan kampus.

Meskipun demikian, keberhasilan kampanye ini masih memerlukan penguatan lanjutan agar perubahan perilaku mahasiswa tidak berhenti pada tahap kesadaran dan motivasi semata. Diperlukan kesinambungan program, dukungan fasilitas seperti refill station, serta kolaborasi dengan berbagai elemen kampus agar budaya refill dapat berkembang menjadi kebiasaan kolektif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, kampanye digital PR tidak hanya relevan sebagai strategi komunikasi, tetapi juga berpotensi menjadi model intervensi edukatif yang dapat direplikasi untuk mendukung pengelolaan lingkungan kampus secara lebih sistematis..

## DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Pearson Education.
- Rahanyamtel, M. Y., Sefhnath, W., & Manakane, S. E. (2024). The influence of environmental pollution knowledge on plastic use behavior among university students. *Jurnal Pendidikan Geografi UNPATTI*, 3(1), 120-135.
- Rahmadani, N. (2024). Pengaruh kebijakan pengurangan plastik sekali pakai terhadap kesehatan lingkungan dan kesadaran masyarakat. *Jurnal Mitrasedhat*, 15(2).
- Risqi, L. B., Widnyana, I. M. A., Azis, A., & Harianti, A. (2025). The effectiveness of tumbler use in reducing plastic waste generation among students. *BALANGA: Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 13(1).
- Solekah, N. A., Handriana, T., & Usman, I. (2024). Millennials' orientation, knowledge, concern, and willingness to reduce plastic waste. *Journal of Consumer Sciences*, 7(2), 116-134.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wigati, M. S., Raharja, S., & Yuwana, R. Y. (2023). Pengurangan pemanfaatan plastik sekali pakai: Kampanye kesadaran lingkungan dan solusi alternatif di wilayah urban. *Akselerasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 26-31.