

Workshop Pilah Sampah Sebagai Kampanye Peningkatan Kesadaran Lingkungan Bersama Rapel Solo Raya

Novita Haryono¹, Andrine Prima Afneti², Aulia Suminar Ayu³, Sri Hastjarjo⁴,
Widyantoro⁵, Hamid Arifin⁶, Pawito⁷

Universitas Sebelas Maret Surakarta

novita.haryono@staff.uns.ac.id, andrine.prima@staff.uns.ac.id,
aaliasumi@staff.uns.ac.id, sri.hastartio@staff.uns.ac.id, widyantoro@staff.uns.ac.id,
hamid.arifin@staff.uns.ac.id, pawito@staff.uns.ac.id

Info Artikel

Masuk: 1 November 2022

Revisi: 01/02/2024

Diterima: 05/02/2024

Terbit: 01/03/2024

Keywords:

Waste Management,
Education, Society,
Technology, Surakarta

Abstract

The community has the right to get a clean, beautiful, comfortable and healthy environment; get cleaning services; utilizing and processing waste; actively participate in waste management activities; and obtain information from local governments and/or other parties that are directly related to the sustainability of life related to waste. This right has direct implications for the community's obligations regarding the management of household waste and/or similar household waste by being obliged to reduce and/or handle waste in an environmentally sound manner. Unfortunately, the handling of environmentally sound waste has not gone well due to inadequate facilities, enforcement of regulations, and low awareness of the community itself. PT. Wahana Anugerah Energi has developed a waste collection and transportation system using a smartphone application called Rapel. Rapel campaigns for sustainable waste management in households. Currently, Rapel provides garbage pick-up services, especially for recycled waste. However, the problems faced include: wide community reach but with Human Resources (HR) PT. The Wahana Anugerah Energi (Rapel Surakarta) is limited, facilities and infrastructure for the ongoing development of understanding of waste management for the community are not sufficient, the application of Rapel is not yet known by the people of Surakarta. overcome, the lack of public awareness of Surakarta City regarding waste management, lack of cooperation and coordination with agencies related to waste problems so that Rapel technology has not received public knowledge, Surakarta people do not know about data integration related to environmental information.

From this problem, we design a social marketing communication program so that Rapel Indonesia's goal of encouraging people to sort household waste can be achieved.

Kata kunci:

Pengelolaan Sampah,
Edukasi, Masyarakat,
Teknologi, Surakarta

P-ISSN: [2598-2273](#)

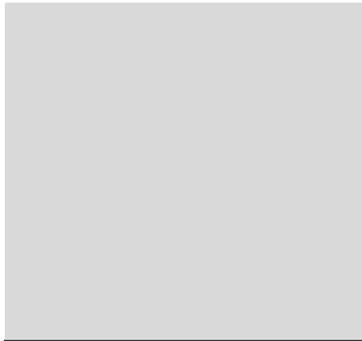
E-ISSN: [2598-2281](#)

DOI : 10.33061

To achieve this, we design a waste sorting workshop by presenting credible sources such as Lyfe With Less Representative and Rapel Indonesia Manager.

Abstrak

Masyarakat memiliki hak untuk mendapatkan lingkungan yang bersih, indah, nyaman dan sehat; mendapatkan pelayanan kebersihan; memanfaatkan dan mengolah sampah; berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengelolaan sampah; serta mendapatkan informasi dari pemerintah daerah dan/atau pihak lain yang berkaitan langsung dengan keberlangsungan lingkungan hidup terkait sampah. Hak tersebut berimplikasi langsung dengan kewajiban masyarakat terkait pengelolaan sampah rumah tangga dan/atau sampah sejenis sampah rumah tangga dengan wajib melakukan pengurangan dan/atau penanganan sampah dengan cara yang berwawasan lingkungan. Sayangnya penanganan sampah berwawasan lingkungan belum berjalan dengan baik karena fasilitas yang kurang memadai, penegakan peraturan, dan rendahnya kesadaran dari masyarakat sendiri. PT. Wahana Anugerah Energi telah mengembangkan sistem pengumpulan dan transportasi sampah menggunakan aplikasi telepon pintar yang disebut Rapel. Rapel mengkampanyekan pengelolaan sampah berkelanjutan di rumah tangga. Saat ini, Rapel menyediakan layanan penjemputan sampah terutama untuk sampah anorganik daur ulang. Namun, permasalahan yang dihadapi diantaranya: jangkauan masyarakat yang luas namun dengan Sumber Daya Manusia (SDM) PT. Wahana Anugerah Energi (Rapel Surakarta) yang terbatas, sarana dan prasarana bagi berlangsungnya kegiatan perluasan pemahaman pengelolaan sampah bagi masyarakat yang belum cukup memadai, aplikasi Rapel belum diketahui oleh masyarakat Surakarta kebanyakan, permasalahan sampah belum menjadi *top of mind* bagi masyarakat Surakarta sebagai isu lingkungan yang harus segera diatasi, kurangnya *awareness* masyarakat Kota Surakarta terkait pengelolaan sampah, kurangnya kerjasama dan koordinasi dengan instansi terkait permasalahan sampah sehingga teknologi Rapel belum mendapatkan kepercayaan masyarakat, masyarakat Surakarta kurang mengetahui integrasi data terkait informasi permasalahan lingkungan.



Dari permasalahan ini, kemudian kami merancang program komunikasi pemasaran sosial sehingga tujuan Rapel Indonesia untuk menggerakkan masyarakat melakukan pemilahan sampah limbah rumah tangga dapat tercapai. Untuk mencapai hal ini, kami merancang workshop pilah sampah dengan menghadirkan narasumber kredibel seperti perwakilan Lyfe With Less dan pengelola Rapel Indonesia.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertumbuhan kota yang pesat, tingkat sosial yang berubah, penambahan penduduk, dan perubahan pola konsumsi masyarakat berpengaruh terhadap lingkungan hidup serta peningkatan produksi sampah. Selain itu, tingginya produktivitas manusia dan ketersediaan ruang hidup manusia yang terbatas menyebabkan sampah yang dihasilkan terus menumpuk dari hari ke hari. Penurunan kualitas lingkungan hidup oleh manusia sendiri terdiri atas 3 faktor, yaitu jumlah manusia, jumlah sumberdaya alam yang dipergunakan oleh setiap manusia, dan dampak lingkungan dari sumberdaya alam dipergunakan (Miller, 1982). Penyehatan lingkungan untuk menumbuhkembangkan kebersihan dan keindahan kota secara berkelanjutan sejatinya perlu dilakukan baik oleh Pemerintah Daerah maupun masyarakat sehingga terwujud lingkungan Kota yang bersih, rapi dan indah. Pengelolaan sampah dari hulu ke hilir perlu dilakukan secara berdaya guna dan berhasil guna, agar memberikan manfaat secara ekonomi bagi daerah yang berwawasan lingkungan.

Dalam tujuannya untuk meningkatkan kesehatan masyarakat, meningkatkan kualitas lingkungan dan menjadikan sampah sebagai sumber daya yang bermanfaat secara ekonomi bagi daerah, pengelolaan sampah bukanlah tanggungjawab mutlak satu pihak saja. Pemerintah Daerah Surakarta, misalnya, memiliki tugas untuk menumbuhkembangkan dan meningkatkan kesadaran dan budaya masyarakat dalam pengelolaan sampah; melakukan penelitian dan pengembangan teknologi penanganan sampah; melaksanakan upaya pengurangan, penanganan, dan pemanfaatan sampah; melakukan pengelolaan pendapatan dan perizinan pengelolaan sampah; memfasilitasi pengembangan pengelolaan sampah; melaksanakan pengelolaan sampah; mendorong dan memfasilitasi pengembangan manfaat hasil pengolahan sampah; memfasilitasi penerapan teknologi spesifik lokal yang berkembang pada masyarakat setempat untuk mengurangi dan menangani sampah; melakukan koordinasi antarlembaga pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha agar terdapat keterpaduan dalam pengelolaan sampah.

Berkaitan dengan kebersihan lingkungan ini, Pemerintah Kota Surakarta telah mengeluarkan Kebijakan dan Strategi tentang Pengelolaan Sampah yang disusun berdasarkan UU No. 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah dan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No. 21/PRT/M/2006 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Sistem Pengelolaan Persampahan. Kebijakan ini meliputi (1) *Pengurangan sampah semaksimal mungkin dimulai dari sumbernya*, melalui strategi meningkatkan pemahaman masyarakat akan upaya 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) dan pengamanan sampah B3 (Bahan Buangan Berbahaya) rumah tangga. Kebijakan (2) *Peningkatan peran aktif masyarakat dan dunia usaha/swasta sebagai*

mitra pengelolaan, melalui strategi meningkatkan pemahaman tentang pengelolaan sampah sejak dini melalui pendidikan bagi anak usia sekolah (SD, SMP, SMA); menyebarluaskan pemahaman tentang pengelolaan persampahan kepada masyarakat umum; meningkatkan pembinaan masyarakat khususnya kaum perempuan dalam pengelolaan sampah; serta mendorong pengelolaan sampah berbasis masyarakat. Kebijakan **(4) Pengembangan kelembagaan, peraturan, dan perundangan**, melalui strategi meningkatkan kerjasama dan koordinasi dengan pemangku kepentingan lain.

Namun pada perkembangannya, kebijakan ini belum berhasil dengan maksimal. Sungai Bengawan Solo sebagai sungai terpanjang di Pulau Jawa dan melewati sebagian besar Kota Solo menjadi salah satu sungai yang membawa limbah plastik cukup besar setiap tahunnya. World Resources Institute menyebutkan Sungai Bengawan Solo membawa 32.500 ton sampah setiap tahunnya. Dampak dari limbah sampah ini adalah kesehatan masyarakat yang terganggu. Seperti yang dialami warga di Wilayah Timur Surakarta yang mengalami gangguan kesehatan kulit dan pencemaran air yang berbau. Situasi masyarakat seperti ini yang menjadi salah satu perhatian dari Mitra kami, Rapel Indonesia sebuah aplikasi digital yang mengajak masyarakat untuk melakukan pemilahan sampah terutama sampah plastik sehingga tercipta kebersihan lingkungan yang lebih baik.

Rapel Indonesia hadir dengan tujuan mengembangkan sistem pengelolaan sampah yang berkelanjutan dari hulu hingga hilir. *Di bagian hulu*, Rapel mengedukasi masyarakat untuk mengelola sampah rumah tangga dengan benar dan menyediakan sistem penjemputan secara terpilah. *Di bagian hilir*, Rapel membangun fasilitas daur ulang yang akan merubah sampah menjadi bahan baku. Selain itu, Rapel turut melakukan edukasi pada masyarakat untuk memahami jenis-jenis sampah berbahaya dan beracun dan menyediakan fasilitas pengelolaan limbah berbahaya dan beracun pada fase selanjutnya.

Namun sayangnya strategi yang dilakukan Rapel belum banyak menjangkau masyarakat. Aplikasi Rapel Indonesia belum banyak dikenal oleh masyarakat Kota Surakarta dan baru mulai dikenal di sektor pelaku industri makanan dan minuman serta pendidikan. Disisi lain, kebiasaan memilah sampah menurut jenis-jenisnya juga belum banyak dikenal masyarakat Kota Solo terutama di tingkat rumah tangga. Masyarakat Kota Solo masih ada yang membuang sampah rumah tangga ke sungai. Ketika masyarakat sadar membuang sampah sesuai tempatnya, tapi tidak diikuti dengan kesadaran untuk memilah sampah sesuai jenisnya. Dari situasi ini, maka permasalahan yang dihadapi Rapel Indonesia pada saat ini adalah :

1. Tingkat kesadaran masyarakat terutama pada tingkatan rumah tangga untuk melakukan pilah sampah masih kurang.
2. Aplikasi Rapel Indonesia belum banyak dikenal masyarakat Kota Surakarta terutama pada tingkatan rumah tangga.

Dari permasalahan ini, maka pada pengabdian ini kami akan merancang program komunikasi pemasaran sosial untuk mengenalkan Rapel Indonesia di sektor rumah tangga sehingga kesehatan lingkungan di lingkup paling kecil dapat tercipta.

Tujuan

Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang kami lakukan, kami memiliki tujuan yang berfokus pada edukasi masyarakat mengenai pentingnya melakukan pemilahan sampah limbah rumah tangga. Dari edukasi yang dilakukan melalui workshop ini diharapkan masyarakat

tergerak untuk mengubah kebiasaan mereka dalam mengelola sampah, baik itu sampah limbah rumah tangga maupun sampah bekas kemasan kosmetik yang banyak digunakan oleh ibu-ibu muda dan remaja.

Selain memiliki tujuan untuk mengubah kebiasaan masyarakat dalam mengelola sampah, kami pun memiliki tujuan khusus untuk mitra kami, yaitu :

1. Mitra memiliki ketrampilan dalam strategi pemilihan topik yang aktual dan menarik untuk menarik target audience;
2. Perancangan program komunikasi pemasaran sosial yang sistematis dan tepat sasaran.
3. Strategi penyampaian pesan yang sistematis dan tepat sasaran

Luaran

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang akan dilakukan memiliki target luaran, diantaranya:

1. Publikasi Jurnal Pengabdian
2. Publikasi Media Massa atau Media Online
3. Video Pelaksanaan Workshop

METODE PELAKSANAAN

Pada pelaksanaan program workshop pilah sampah ini akan melalui 3 tahapan yaitu : Tahapan Perencanaan, Tahap Pemilihan Strategi, Tahap Pelaksanaan Program. Selain tahapan pelaksanaan, Rapel Indonesia sebagai mitra juga memiliki bentuk partisipasi dalam kegiatan workshop ini.

1. Tahap Perencanaan

Dalam tahap perencanaan ini hal pertama yang akan dilakukan adalah menetapkan fokus dan tujuan kegiatan. Untuk kegiatan workshop pilah sampah ini, tentunya kami harus menetapkan fokus yang ingin dicapai dalam kegiatan yang dilakukan dan juga tujuan yang ingin dilakukan dalam kegiatan tersebut. Hal ini menjadi hal utama yang wajib didefinisikan terlebih dahulu karena fokus dan tujuan kegiatan merupakan dasar pokok untuk menentukan langkah selanjutnya dalam perencanaan program komunikasi melalui kegiatan workshop ini. Langkah selanjutnya yang penting pula untuk dilakukan adalah melakukan riset perilaku masyarakat sehingga kami mendapatkan gambaran pola perilaku masyarakat yang ada di Kota Solo Raya terkait pengelolaan sampah rumah tangga. Riset ini dilakukan dengan mewawancarai masyarakat yang berada di sekitar Solo Raya terkait perilaku keseharian mereka dalam mengelola limbah sampah rumah tangga. Dari hasil riset ini, akan digunakan sebagai dasar untuk langkah selanjutnya, yaitu penetapan target audience utama dan materi workshop.

Setelah hasil riset mengenai perilaku masyarakat dalam mengelola limbah sampah rumah tangga, maka langkah selanjutnya adalah menetapkan target audience utama dalam kegiatan. Pemilihan target audience ini tentunya akan dilihat berdasarkan besarnya potensi kelompok masyarakat tertentu dalam menerima informasi yang diberikan dan peluang terjadinya perubahan sikap setelah menerima informasi tersebut. Setelah menetapkan target audience, dalam perancangan program komunikasi pemasaran sosial melalui workshop ini juga sangat perlu untuk memahami jenis informasi yang dibutuhkan oleh target audience. Hal ini

diperlukan agar konten informasi yang kita berikan sesuai dengan informasi yang dibutuhkan target audience sehingga perubahan perilaku target audience terkait pilah sampah dapat lebih mudah diterima.

2. Tahap Pemilihan Strategi

Setelah melalui tahap perencanaan, maka tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah tahap pemilihan strategi. Dalam tahap pemilihan strategi ini beberapa hal yang wajib ditetapkan adalah positioning statement campaign, nilai yang diangkat dalam program kegiatan, perencanaan format workshop, dan pemilihan spokeperson untuk menyampaikan pesan.

Langkah awal dalam pemilihan strategi ini adalah menyusun positioning statement. Positioning statement dalam pemasaran sosial ini dapat diartikan sebagai “In brief, a positioning statement describes how you want your target audience to see the behavior you want them to buy relative to competing behaviors”(Lee&Kotler, 2020). Dengan kata lain, positioning statement ini adalah satu pesan utama yang kita usung kepada target audience, pesan ini dapat pula kita susun menjadi tagline program komunikasi pemasaran sosial yang kita buat. Pentingnya menyusun positioning statement dalam kegiatan workshop ini supaya positioning statement yang kita usung ini dapat menjadi stimulan awal untuk meningkatkan rasa ingin tahu target audience terhadap pesan yang akan disampaikan.

Setelah menentukan positioning statement, langkah selanjutnya adalah menentukan nilai yang akan diangkat dalam program. Pada langkah ini, kami menentukan inti pesan yang akan diangkat dalam workshop yang dapat menumbuhkan kesadaran target audience untuk tergerak melakukan pilah sampah limbah rumah tangga. Dengan menentukan inti pesan yang akan disampaikan, maka diharapkan kegiatan workshop yang dilakukan lebih terarah dan lebih mudah mencapai tujuan yang ingin diraih.

Setelah menentukan positioning statement dan nilai yang diangkat, maka langkah selanjutnya adalah merancang format workshop. Perancangan format workshop ini dilakukan untuk menentukan konsep acara yang akan digelar dalam workshop ini. Dalam merancang konsep acara workshop ini tentunya akan menyesuaikan dengan konsep acara yang mudah menarik target audience. Kegiatan workshop ini akan dilaksanakan dalam bentuk talkshow dengan suasana santai, kekeluargaan sehingga dapat membuat target audience tertarik mengikuti workshop dari awal hingga akhir. Acara workshop ini juga akan menyelipkan sesi-sesi interaktif untuk menarik antusiasme target audience dalam mengikuti kegiatan yang dilaksanakan. Sesi interaktif ini secara implisit juga digunakan sebagai evaluasi mengenai respons target audience pada saat workshop berjalan.

Langkah akhir dari tahap pemilihan strategi ini adalah pemilihan spokeperson untuk menyampaikan pesan. Dalam workshop pilah sampah ini, spoke person yang kami pilih adalah aktifis gerakan pilah sampah kosmetik dari Lyfe With Less dan perwakilan Rapel Indonesia selaku pengelola dan penggerak gerakan pilah sampah limbah rumah tangga. Dengan perpaduan spoke person dari aktifis gerakan pilah sampah kosmetik dan pelaku gerakan pilah sampah limbah rumah tangga ini diharapkan akan memaksimalkan penerimaan target audience terhadap pesan yang disampaikan. Selain itu, perpaduan dua spoke person ini diharapkan dapat mendorong antusiasme target audience untuk turut berpartisipasi melakukan pilah sampah rumah tangga setelah workshop berakhir.

3. Tahap Pelaksanaan Program

Tahap terakhir program komunikasi pemasaran sosial ini adalah pelaksanaan program yaitu pelaksanaan workshop pilah sampah. Dalam pelaksanaan program ini, ada beberapa hal yang dipersiapkan yaitu pemilihan lokasi pelaksanaan workshop, jadwal pelaksanaan, promosi kegiatan untuk menjangkau target audience yang lebih luas.

Untuk pelaksanaan kegiatan workshop ini, akan dilaksanakan di ruang pertemuan yang memiliki kapasitas ruangan untuk 100 orang yang nantinya akan diisi sebanyak setengah dari kapasitas sebagai bagian dari protokol kesehatan. Ruang pertemuan yang digunakan adalah yang memiliki lokasi di pusat kota sehingga memudahkan target audience menjangkau tempat pelaksanaan workshop. Kemudian terkait waktu pelaksanaan, workshop ini akan dilaksanakan pada bulan kedelapan sehingga persiapan pelaksanaan program dapat dilakukan dengan maksimal.

Untuk menarik semakin banyak target audience berpartisipasi dalam workshop, maka kegiatan ini juga memerlukan promosi acara yang tepat. Untuk mempublikasikan kegiatan workshop ini kepada target audience, kami akan memanfaatkan akun-akun sosial media yang sering digunakan target audience sebagai promosi kegiatan. Selain itu, publikasi acara juga akan dilakukan melalui chanel sosial media resmi dari Rapel Indonesia. Pemanfaatan akun-akun sosial media ini diharapkan dapat menyalurkan informasi pelaksanaan workshop dengan cepat kepada target audience dan menjangkau semakin banyak audience yang tertarik mengikuti kegiatan ini.

4. Bentuk Partisipasi Mitra

Dalam kegiatan ini bentuk partisipasi yang diberikan mitra adalah :

- a. Narasumber untuk mengisi materi workshop pilah sampah dari rumah.
- b. Membantu publikasi acara melalui chanel sosial media mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan

Pada tahap pertama ini kami melakukan diskusi dengan pihak Rapel terkait rumusan point awal yang menjadi penentu untuk tahapan selanjutnya. Dalam diskusi ini, hal pertama yang kami sepakati adalah adanya sebuah situasi mendesak yang membuat kegiatan ini menjadi penting dilakukan tidak lain karena jumlah sampah yang ada di Kota Solo yang semakin menumpuk dan tempat pembuangan akhir sampah yaitu TPA Cempo yang semakin tinggi gunung sampah nya.

Berangkat dari penyamaan persepsi awal ini, kemudian kami merumuskan fokus dan tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian yang kami laksanakan. Dalam kegiatan pengabdian Bersama Rapel Indonesia ini kami menetapkan fokus dan tujuan yang ingin dicapai yaitu menggerakkan masyarakat untuk memahami pentingnya memiliki rasa tanggung jawab dalam mengkonsumsi dan dapat dengan bijaksana melakukan pemilahan sampah. Tujuan lain yang ingin dicapai dari kegiatan yang kami lakukan ini adalah masyarakat menyadari bahwa dengan melakukan pemilahan sampah dan bijak dalam mengkonsumsi barang maka dapat memberikan sumbangsih terhadap permasalahan volume sampah di Kota Solo yang semakin menggunung.

Setelah kami merumuskan fokus dan tujuan yang ingin dicapai, maka selanjutnya kami menentukan target audience yang menjadi sasaran kegiatan. Kemudian dari hasil diskusi kami Bersama tim Rapel, kami memutuskan untuk menargetkan ibu-ibu muda dan remaja dewasa dalam kegiatan ini karena dua kelompok ini merupakan kelompok target audience yang berpotensi kerap kali menghasilkan sampah rumah tangga terutama dari sampah berupa kemasan kosmetik habis pakai dan sampah limbah rumah tangga lain seperti kemasan makanan dari pembelian di aplikasi online.



Gambar 1. Diskusi Awal dengan Tim Rapel

Pemilihan Strategi

Dalam tahap pemilihan strategi ini beberapa hal yang wajib ditetapkan adalah positioning statement campaign, nilai yang diangkat dalam program kegiatan, perencanaan format workshop, dan pemilihan spokesperson untuk menyampaikan pesan. Hal pertama yang ditetapkan dalam pemilihan strategi ini adalah positioning statement, yaitu satu pesan utama yang kita usung kepada target audience. Positioning statement yang kami angkat dalam kegiatan ini sekaligus menjadi judul dari kegiatan ini adalah “Minim Sampah Dari Rumah”. Judul kegiatan ini memiliki arti bahwa dalam perkembangan situasi pada saat ini belajar mengelola sampah dengan memilah sampah organic dan non organic menjadi sebuah tindakan penting. Terutama untuk ibu-ibu muda dan remaja dewasa yang menjadi target audience, menciptakan suasana tempat tinggal yang lebih sehat dengan lebih bijak dalam menggunakan produk dan mengelola limbah rumah tangga terutama yang berupa sampah plastic merupakan tindakan yang semakin penting dilakukan pada saat ini. Kemudian setelah menentukan positioning statement, kami menentukan format kegiatan yang akan kami lakukan. Kegiatan ini akan berbentuk workshop yang memberikan edukasi kepada target audience mengenai cara-cara mengelola atau memilah sampah baik itu limbah rumah tangga maupun sampah kemasan produk kecantikan yang kerap kali digunakan. Berangkat dari hal ini, maka dalam kegiatan workshop kami nanti, akan ada 2 materi yang diberikan yaitu mengenai pengelolaan sampah limbah rumah tangga dan mengenai pengelolaan sampah kemasan produk kecantikan. Materi mengenai pemilahan sampah limbah rumah tangga ini diharapkan dapat memberikan edukasi mengenai cara memilah sampah organic dan non organic dari rumah dan cara pengelolaan limbah sampah ini. Kemudian untuk memberikan edukasi mengenai pengelolaan sampah kemasan produk kecantikan, kami menggandeng tim Gerakan Lyfe With Less untuk menjadi narasumber tamu. Harapan

kami dengan hadirnya teman-teman dari Lyfe With Less ini dapat mengedukasi ibu-ibu muda dan remaja dewasa untuk bijak dalam mengkonsumsi produk kecantikan sehingga mereka dapat menggunakan produk kecantikan sampai benar-benar habis.

Pelaksanaan Program

Dalam pelaksanaan workshop ini, guna menjangkau lebih banyak audiens, kami membuat poster promosi publikasi. Poster inipun disebarakan melalui sosial media untuk lebih banyak menjangkau anak muda. Kemudian untuk menjangkau ibu muda, kami menggunakan pendekatan personal ke kelompok ibu-ibu PKK di perumahan sekitar kampus UNS dan Mojosongo sehingga ibu-ibu muda ini bersedia mengikuti workshop pilah sampah dari rumah. Dalam pelaksanaan workshop ini, kami menghadirkan dua orang narasumber untuk memberikan penjelasan mengenai pilah sampah. Pada sesi pertama, kami menghadirkan perwakilan dari Lyfe With Less selaku aktifis gerakan pilah sampah kosmetik yang diwakili oleh Rheavasti selaku koordinator Lyfe With Less Regional Semarang.

Dalam sesi ini, Rhea mengawali dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada audiens terkait kebiasaan mereka menggunakan kosmetik di rumah. Sesi dilanjutkan dengan penjelasan mengenai banyaknya sampah kemasan plastik kosmetik yang terbuang tempat pembuangan akhir sampah setelah digunakan dan juga bahan berbahaya yang kerap kali digunakan dalam kosmetik yang beredar di masyarakat. Kemudian bagian yang menarik dalam sesi ini adalah pada saat Rheavasti menjelaskan beberapa trend dalam bisnis kosmetik yang kerap kali dilakukan oleh masyarakat tapi memberikan dampak pada peningkatan sampah plastik dan konsumsi kosmetik berlebihan. Materi pada sesi pertama ini diakhiri dengan penjelasan cara-cara sederhana yang dapat dilakukan peserta untuk melakukan konsumsi kosmetik dengan bijak dari rumah. Cara ini dimulai dari memilih krim wajah multifungsi, memilih pembersih wajah yang tidak menggunakan banyak kapas dan tissue, sampai pada pemilihan masker wajah yang langsung dioleskan. Dengan adanya cara-cara sederhana ini maka dapat semakin menarik minat peserta untuk dapat melakukan pilah sampah kosmetik dan juga bijak dalam mengkonsumsi kosmetik.



Gambar 2. Lyfe With Less menjelaskan pilah sampah kosmetik

Kemudian pada sesi kedua, mitra kami dari Rapel Indonesia memaparkan mengenai pilah sampah limbah rumah tangga. Sesi diawal dengan menanyakan kepada peserta mengenai jenis-jenis sampah non organik yang ada di sekitar rumah mereka dan cara mereka mengelola sampah tersebut. Pertanyaan awal sesi ini digunakan untuk menjangring respons awal dari peserta mengenai kebiasaan mengelola sampah yang telah dilakukan selama ini sehingga hal ini dapat menjadi jembatan untuk masuk ke penjelasan inti mengenai cara melakukan pilah sampah limbah rumah tangga.

Dalam sesi ini, Rapel Indonesia menjelaskan juga mengenai masalah tempat pembuangan akhir sampah putri cempo yang sampah nya semakin lama semakin menggunung sehingga kondisi ini perlu kepedulian bersama untuk mulai mengelola sampah limbah rumah tangga dengan baik. Berawal dari penjelasan fenomena permasalahan sampah ini kemudian Rapel Indonesia mulai menjelaskan cara-cara yang dapat dilakukan peserta untuk melakukan pilah sampah limbah rumah tangga. Mulai dari memilah sampah-sampah yang ada di rumah peserta kemudian mencuci bersih sampah tersebut. Kemudian sampah yang telah dicuci dipilah menurut jenis nya masing-masing dan menyimpan sampah tersebut dalam kardus untuk diserahkan ke Rapel Indonesia yang membantu mengelola hasil sampah limbah rumah tangga yang telah dipilah tadi. Essensi penting dalam sesi penjelasan Rapel Indonesia ini adalah penjelasan mengenai manfaat yang didapat oleh masyarakat dengan melakukan pilah sampah. Pihak Rapel Indonesia menjelaskan sampah limbah rumah tangga yang dikelola Rapel Indonesia nantinya akan disalurkan ke pabrik daur ulang sehingga dari sampah yang terkumpul pun dapat menobang roda kehidupan pabrik daur ulang agar dapat terus berjalan dan menghasilkan produk baru setiap hari.



Gambar 3. Rapel Indonesia Memberikan Materi

Rapel Indonesia selanjutnya menjelaskan kategori sampah dan jenis sampah yang termasuk dalam setiap kategori. Dengan adanya penjelasan ini, peserta menjadi lebih paham mengenai kategorisasi pemilahan sampah untuk diterapkan di rumah atau tempat tinggal mereka. Dengan penjelasan lengkap dari Rapel Indonesia ini dapat memberikan gambaran mengenai tata cara, manfaat pilah sampah, dan juga bentuk dukungan ekonomi yang diberikan oleh masyarakat yang melakukan pilah sampah ini pada industri pabrik daur ulang.



Gambar 7. Tanya Jawab Peserta

Kegiatan workshop ditutup dengan sesi tanya jawab antara peserta dengan narasumber baik itu perwakilan dari Lfy With Less maupun Rapel Indonesia. Dalam sesi ini banyak sekali antusiasme peserta yang menanyakan tentang prosedur melakukan pilah sampah dan juga pertanyaan seputar program-program yang dijalankan kedua narasumber terkait pengelolaan sampah. Tidak hanya itu, pertanyaan peserta juga berkaitan dengan kondisi masyarakat saat dan tanggapan kedua narasumber terkait tempat-tempat umum dan destinasi wisata masyarakat termasuk didalamnya adalah hotel yang masih jarang melakukan pilah sampah ini dan meminta saran kedua narasumber terkait permasalahan ini. Dari antusiasme pertanyaan peserta ini menandakan bahwa peserta memiliki ketertarikan untuk mengikuti aktifitas pilah sampah limbah rumah tangga dan kosmetik ini di rumah dan tempat tinggal mereka masing-masing.

Evaluasi

Untuk melakukan evaluasi pada program ini, kami melakukan wawancara singkat dengan para peserta workshop mengenai hasil yang mereka dapatkan dari kegiatan workshop ini. Selain itu, kami juga menanyakan mengenai komitmen para peserta untuk mengikuti gerakan pilah sampah setelah acara ini selesai.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang kami lakukan berawal dari permasalahan yaitu tingkat kesadaran masyarakat terutama pada tingkatan rumah tangga untuk melakukan pilah sampah masih kurang sementara jumlah debit sampah di Solo semakin lama semakin meningkat. Program pengabdian yang kami lakukan berupa kegiatan workshop dengan audiens mahasiswa dan ibu muda karena dua kategori ini adalah kelompok yang kerap kali melakukan pembelian kosmetik dan juga belanja online makanan sehingga potensi mereka menghasilkan sampah limbah rumah tangga cukup tinggi. Kemudian berkaitan dengan strategi workshop, kami menghadirkan dua narasumber yaitu perwakilan Lyfe With Less yang memberikan

penjelasan mengenai kebiasaan konsumtif kosmetik, dampaknya dan juga cara-cara untuk bijak mengkonsumsi kosmetik termasuk pengelolaan sampah bekas kemasan kosmetik. Kemudian narasumber kedua adalah mitra kami yaitu Rapel Indonesia yang memberikan penjelasan lengkap mengenai tata cara pengelolaan limbah rumah tangga beserta manfaat yang didapatkan masyarakat dengan kegiatan ini. Dalam kegiatan ini, mitra kami, Rapel Indonesia selain berperan menjadi pemateri dalam workshop juga menjadi rekanan untuk pengumpulan sampah yang dilakukan oleh peserta.

Hasil dari workshop yang telah kami lakukan, banyak peserta yang antusias untuk bertanya tentang pilah sampah dalam sesi tanya jawab. Selain itu, banyak pula peserta yang bertanya seputar kesadaran tempat umum dan pelaku usaha untuk melakukan pilah sampah serta menanyakan solusi dari kedua narasumber mengenai hal tersebut. Antusiasme ini ditambah dengan kesediaan setiap peserta untuk membawa sampah rumah tangga berupa botol kemasan yang telah dicuci untuk dikumpulkan diakhir kegiatan.

SARAN

Saran untuk pelaksanaan kegiatan workshop kedepan adalah sebagai berikut :

1. Menggandeng pihak dinas kebersihan Kota Surakarta untuk menjelaskan mengenai data terkini permasalahan sampah di Kota Solo.
2. Menggandeng aktifis pilah sampah yang bergerak secara khusus dalam pengumpulan minyak jelantah karena jenis sampah rumah tangga ini yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat dan membutuhkan kesadaran masyarakat untuk mulai sadar mengelola minyak jelantah dengan tepat.

DAFTAR PUSTAKA

Barry, J. (2007). *Environment and Social Theory*. London: Routledge.

Heimstra, N., & Mc. Farling, L. (1974). *Environmental Psychology*. California: Wadsworth.

Kotler, Phillip; Roberto, Ned; Lee, Nancy. R. (2002). *Social Marketing: Improving the Quality of Life*. Thousand Oaks: Sage Publication

Laurens, J. (2012). Changing Behavior and Environment in a Community-Based Program of the Riverside Community. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (pp. 372-382).

Lee, Nancy & Kotler, Philip. 2020. *Social Marketing : Behavior Change for Social Good Sixth Edition*. Sage Publication

Miller, J. (1982). *Living in The Environment*. California: Wadsworth Publishing Company.

Susilo, R. (2012). *Sosiologi Lingkungan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

UU No. 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah

Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No. 21/PRT/M/2006 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Sistem Pengelolaan Persampahan dan kondisi pengelolaan sampah di Kota Surakarta