

---

---

**PENGUNAAN BOTOL AIR MINUM PENUNJANG PROTOKOL KESEHATAN DI MASA ADAPTASI KEBIASAAN BARU MELALUI FACEBOOK****USE OF PROTOCOL HEALTH SUPPORT BOTTLES IN ADAPTATION OF NEW HABITS THROUGH FACEBOOK****Henny Sri Mulyani<sup>1</sup>, Ika Merdekawati Kusmayadi<sup>2</sup>, & Achmad Abdul Basith<sup>3</sup>****<sup>1</sup>Universitas Padjadjaran**

henny.sri.mulyani@unpad.ac.id

**<sup>2</sup>Universitas Padjadjaran**

i.m.kusmayadi@unpad.ac.id

**<sup>3</sup>Universitas Padjadjaran**

a.a.basith@unpad.ac.id

Masuk : 22 Februari 2021

Penerimaan : 15 Maret 2021

Publikasi : 01 Juni 2021

**ABSTRAK**

Pandemi COVID-19 membuat perubahan dalam kehidupan manusia. Pembatasan kegiatan bertatap muka, menjalankan aktivitas dari rumah, dan melaksanakan pola hidup sehat, sebagai upaya penanggulangan penyebaran. Upaya ini melahirkan kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat, Dosen dan Mahasiswa peserta Kuliah Kerja Nyata (KKNM) Integratif dilaksanakan secara daring selama satu bulan. Pengabdian Pada Masyarakat ini menggunakan metode kampanye penggunaan botol air minum sebagai penunjang protokol kesehatan dan pengurangan sampah plastik pada masa AKB melalui Facebook. Pesan kampanye bertema kesehatan dan pelestarian lingkungan dirancang dalam bentuk infografis agar komunikatif dan mudah dipahami. Dalam pelaksanaannya beberapa mahasiswa memanfaatkan akun Facebook pribadi serta bekerjasama dengan berbagai komunitas, seperti komunitas *Greenpeace Indonesia*, Himpunan Matematika Unpad, *Membersihkan Indonesia Community*, komunitas bersepeda, BEM Unpad, dan Unpad Hejo. Melalui kampanye ini literasi informasi dan kesadaran masyarakat meningkat akan pentingnya membawa botol air minum di masa AKB guna menunjang kesehatan dan lingkungan, sesuai dengan yang diharapkan.

**Kata Kunci** : Kampanye; Facebook; AKB; Botol-air, Plastik.**ABSTRACT**

The COVID-19 pandemic is making changes in human life. Social distancing, working from home, healthy lifestyle, are an act to prevent virus spread; it creates New Habit Adaptation (AKB) policy. An Integrative Community Service (KKNM) lecturer-students have been carried out online. This KKNM applied a campaign method to use water bottles to support health protocols, and reduce plastic waste during the AKB period through Facebook. The messages on health and environmental preservation are designed in infographics, so it can be easily understood. In its implementation, several students use personal Facebook accounts and collaborate with various communities, such as the *Greenpeace Indonesia community*, the *Unpad Mathematical Association*, *Membersihkan Indonesia Community*, the *cycling community*, *BEM Unpad*, and *Unpad Hejo*. This campaign is expected to act as information literacy and increase public awareness of the importance of carrying bottles of drinking water during the AKB period to support health and the environment.

**Keywords** : Campaign; Facebook; AKB; Water-Bottle, Plastic.

## A. PENDAHULUAN

Isu lingkungan yang sering diperbincangkan adalah tentang air, tanah, udara dan iklim. Tapi saat ini yang banyak dibicarakan adalah masalah sampah, baik organik maupun nonorganik. Keterkaitan sampah dengan lingkungan, yaitu sampah yang masuk ke dalam aliran sungai akan berdampak pada pencemaran air dan mengganggu ekosistem perairan. Selain itu, jika sampah terlalu banyak menumpuk dan menghambat lajunya aliran air maka akan terjadi banjir.

Merujuk pada Undang-undang no. 18 Tahun 2008 tentang pengelolaan sampah. Bahwa sampah harus dikelola dengan tujuan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat dan kualitas lingkungan serta menjadikan sampah sebagai sumber daya (Undang-undang Republik Indonesia, 2008). Yang dimaksud pengelolaan sampah dalam undang-undang ini adalah pengurangan dan penanganan sampah baik yang berasal dari rumah tangga, sejenis sampah rumah tangga maupun sampah yang spesifik.

Dalam Subekti (2010) disebutkan bahwa produsen sampah utama adalah masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat harus dapat mempertanggungjawabkan sampah yang dihasilkannya. Disebutkan pula bahwa masalah sampah hampir ada di setiap kota. Menurut konsep penanganan sampah yang baik, penanganan sampah harus dimulai dari sumbernya, yaitu sampah rumah tangga karena akan menimbulkan rasa tanggung jawab dan rasa memiliki lingkungan yang harus dijaga.

Dikutip dari bisnis.com, menurut direktur jendral Pengelolaan Limbah, Sampah dan Bahan Beracun Berbahaya (PSLB3) KLHK rata-rata timbulan sampah harian di kota Metropolitan (jumlah penduduk lebih dari 1 juta jiwa) sebanyak 1300 ton/hari, kota besar (jumlah penduduk 500 rb – 1 juta jiwa) menghasilkan sampah 480 ton/hari (Baqiroh, 2019). Jadi perhitungan secara Nasional dihasilkan 170 rb ton/hari sampah atau 64 juta ton/tahun dengan asumsi masyarakat sebagai produsen sampah menghasilkan 0,7 kg/hari. Komposisi sampah yang dihasilkan berasal dari sampah organik mencapai 50%, plastik 15%, kertas 10 % dan sisa sampah lainnya. Berdasarkan asalnya mayoritas adalah sampah rumah tangga 48%, pasar 24%, kawasan komersial 9% dan sisanya berasal dari fasilitas umum.

Sampah plastik merupakan jenis sampah dengan jumlahnya cukup banyak, 15% dari keseluruhan timbulan sampah memiliki dampak yang begitu buruk pada alam. Sebab sampah plastik membutuhkan waktu sangat lama untuk dapat diurai. Sampah plastik, baru akan hancur dalam waktu 200-400 tahun (Yohana, 2017). Sementara, Hendiarti (2018) memaparkan bahwa tingkat konsumsi plastik oleh masyarakat masih tergolong tinggi. Oleh karena itu dituntut partisipasi seluruh lapisan masyarakat untuk mengelola sampah plastik sebagai upaya mengurangi penumpukan plastik.

Pada awal tahun 2020 kasus *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) telah menyerang ke berbagai negara di dunia termasuk Indonesia. Sampai saat ini, jumlah kasus tersebut masih terus bertambah akibat masih terjadinya penularan virus penyebabnya, yaitu SARS-CoV-2, di Indonesia. Berdasarkan data COVID-19, dikutip dari kompas.com per tanggal 28 Juli 2020, kasus terkonfirmasi virus COVID-19 mencapai 102.051 orang (bertambah 1.748), dirawat 36.611 orang (35.875% dari kasus terkonfirmasi), meninggal 4.901 orang (4.803% dari kasus terkonfirmasi), dan yang dinyatakan sembuh sebanyak 60.539 orang (59,322% dari terkonfirmasi) (Mashabi, 2020). COVID-19 yang menyerang ke berbagai negara pun mengharuskan masyarakatnya untuk tetap berada dan bekerja di rumah masing-masing dan mengurangi kontak fisik serta sosial demi mengurangi penyebaran virus melalui *droplet*.

Penyebaran COVID-19 ini tidak hanya menyebar melalui kontak fisik, namun juga melalui permukaan-permukaan benda mati seperti besi, kayu, kaca, dan plastik. Karena penggunaan plastik yang sangat banyak apalagi di masa pandemi ini, penggunaan

botol minum pribadi adalah salah satu upaya dalam mengurangi penyebaran COVID-19 di masyarakat.

Pemerintah mengusung adanya Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB), karena melemahnya perekonomian Indonesia dan berbagai sektor kehidupan selama pandemi ini. Selama masa AKB, masyarakat pekerja diperbolehkan untuk kembali bekerja/beraktivitas di luar rumah. Selain itu, olahraga sepeda kian populer di tengah masyarakat selama masa pandemi ini. Asosiasi Industri Persepedaan Indonesia (AIPI) melaporkan bahwa angka penjualan sepeda melonjak cukup signifikan. Hingga mencapai 30% sejak akhir April 2020, atau di masa pandemi virus corona (COVID-19) dan pelaksanaan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Perlu kita tahu bersama bahwa selama masa AKB ini, tidak dapat dipungkiri jika penyebaran COVID-19 masih dapat tersebar luas jika protokol kesehatan dilanggar.

Oleh karena itu, kampanye saat ini dibutuhkan karena menurut Rogers dan Storey dalam (Venus, 2018) kampanye merupakan rangkaian tindakan komunikasi yang terencana bertujuan menciptakan efek-efek tertentu kepada sejumlah besar khalayak serta dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya mengandung (1) tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu (2) jumlah khalayak sasaran yang besar (3) biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu dan (4) melalui rangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

Pengabdian pada masyarakat merupakan upaya edukasi warga dalam mengolah sampah rumah tangga. Harapannya warga masyarakat mempunyai kesadaran untuk berperilaku dengan membawa wadah makan dan wadah minum sendiri serta berinisiatif tidak menggunakan kantong plastik sekali pakai. Wujud niat tersebut dideklarasikan sebagai wujud komitmen masyarakat untuk perubahan perilaku dan pola komunikasi pengolahan sampah rumah tangga (Subiakto, 2020)

Manfaat penggunaan botol minum pribadi sebagai salah satu bentuk dari pengurangan penyebaran COVID-19 di masa pandemi ini, penggunaan botol air minum pribadi dapat menekan jumlah sampah plastik yang ada di Indonesia yang semakin hari semakin bertambah. Berdasarkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan bahwa total jumlah sampah Indonesia di 2019 akan mencapai 68 juta ton, dan sampah plastik diperkirakan akan mencapai 9,52 juta ton (Purwaningrum, 2016).

Penggunaan plastik secara terus menerus dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan dan mengganggu ekosistem kehidupan baik di laut maupun di darat. Rusaknya kelestarian lingkungan alam karena sampah plastik dapat berpengaruh terhadap tempat wisata yang ada di Indonesia. Salah satu contohnya adalah pada tahun 2018, seorang turis asal Inggris bernama Rich Horner mengunggah sebuah video yang memperlihatkan dirinya sedang menyelam di Manta Point, Nusa Penida, Bali dengan kondisi lautan yang dipenuhi sampah plastik. Sampah tersebut berupa kantong plastik, botol plastik, gelas plastik, ember plastik, sikat, sedotan, keranjang, dan plastik lainnya. Literasi lingkungan atau melek lingkungan merupakan kemampuan individu untuk bertindak dalam kehidupan sehari-hari serta memiliki pemahaman yang luas mengenai bagaimana individu ataupun masyarakat saling berhubungan antar sesamanya dan berhubungan dengan sistem alam, dan bagaimana melakukannya secara berkelanjutan (Campaign for Environmental Literacy, 2007). Masyarakat yang melek lingkungan terutama sampah dan paham akan bahaya serta manfaat dari sampah, secara tidak langsung masyarakat yang sadar akan pentingnya lingkungan hidup, sehingga dapat melahirkan perilaku yang ramah lingkungan (Antin, Wahyuni, & Partini, 2017).

Melihat fenomena pandemi Covid-19 saat ini, diperkirakan akan memakan waktu lama untuk menjadi pulih atau kembali norma. Tim Pengabdian Pada Masyarakat melakukan kampanye melalui media sosial Facebook, salah satu medium yang dianggap tepat

untuk mengampanyekan penggunaan botol minum pribadi di masa Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). Facebook adalah medium yang paling sering dibuka oleh masyarakat Indonesia di masa pandemi ini. Kampanye ini mempunyai beberapa tujuan yaitu untuk mengedukasi warga agar berupaya tetap menjalankan protokol kesehatan juga turut menunjang mengurangi sampah plastik bagi lingkungan sekitar.

Hal serupa pernah dilakukan oleh Gerakan Indonesia Diet Kantong plastik (GIDP) merupakan perkumpulan nasional yang berfokus untuk mengedukasi masyarakat akan bahaya penggunaan kantong plastik. Pada kampanyenya kantong plastik yang digunakan warga diganti oleh kantong belanja yang ramah lingkungan (Setiawan & Fithrah, 2018).

Informasi dan ajakan sebagai salah satu kebiasaan baru dalam berwisata untuk membawa botol minum pribadi. Berdasarkan United Nations Environment Programme (UNEP) pada tahun 2011 diperkirakan bahwa sebanyak 14% sampah dunia berasal dari sektor pariwisata internasional. Lalu berdasarkan International Coastal Cleanup Report terkait sepuluh jenis sampah yang mendominasi pesisir dunia, botol minuman plastik menempati urutan kedua dengan jumlah 1.578.834. Oleh karena itu, menurut kami dengan membuat suatu kebiasaan baru yaitu dengan membawa botol minum pribadi, dapat mengurangi jumlah sampah botol plastik di tempat wisata.

Pesan yang bertema kesehatan dan lingkungan yang dikampanyekan pada kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat di masa pandemi Covid-19 ini dirancang dalam bentuk infografis yang disampaikan melalui media sosial Facebook. Infografis yang perlu dilakukan dan diperhatikan adalah bagaimana penggunaan konsep visual dipadukan dengan ilustrasi menarik namun tetap memperhatikan validitasnya data pesan yang disajikan.

Media merupakan alat komunikasi yang membawa pesan dari proses komunikasi. Perkembangannya dipengaruhi oleh teknologi. Dalam (Nasrullah, 2017) dikatakan membagi media dalam kriteria tertentu dapat memudahkan khalayak dalam memperoleh informasi. Sehingga media dianggap mempunyai kekuatan yang berkontribusi pada budaya. Kekuatan media ini mengandung makna tidak hanya membawa konten tapi di dalamnya mengandung konteks

## **B. METODE**

Sehubungan dengan situasi pandemi Covid-19 maka pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2020 ini dilaksanakan secara daring. Metode yang digunakan pada Pengabdian Pada Masyarakat ini adalah menggunakan metode kampanye online, yaitu segala bentuk aktivitas persiapan pelaksanaan, perencanaan kampanye, pembuatan media kampanye, hingga evaluasi (Venus, 2018). Seluruh koordinasi dosen dengan mahasiswa bentuknya daring dengan menggunakan *link zoom* dan *Whatsapp*. Hal ini dilakukan untuk mempermudah pelaksanaan pengabdian diantara tim Pengabdian Pada Masyarakat ini di masa pandemi ini. Kegiatan ini dilaksanakan 1 Juli 2020 hingga 31 Juli 2020. Sementara monitoring dilaksanakan selama bulan Agustus 2020, dan hasil evaluasi menunjukkan respon yang positif dari masyarakat.

**Tabel 1 Jadwal Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Integratif 2020**

No	Tahap Kegiatan	Rencana Kegiatan	Keterlibatan dalam kegiatan	
			Dosen dan Mahasiswa KKNM	Sasaran
1	Tahap Persiapan	Rapat perencanaan	Menyusun Rencana Kegiatan	-
		Observasi dan <i>need assessment</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persiapan dilakukan melalui media daring</li> <li>2. Identifikasi kebutuhan yang disesuaikan dengan tema PKM</li> <li>3. Mengidentifikasi mitra sebagai media kampanye untuk media sosial Facebook.</li> <li>4. menentukan tanggal kegiatan dalam mengunggah karya sebagai implementasi kampanye</li> </ol>	1. Masyarakat luas rentang usia 15-64 th yang menggunakan Facebook.
		Rapat koordinasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat <i>draft</i> kegiatan yang telah disepakati</li> <li>2. Mengidentifikasi kebutuhan sarana dan prasarana penunjang kegiatan</li> <li>3. Merancang bahan/materi PKM</li> <li>4. Membuat disain bentuk kampanye yang disesuaikan dengan ,media sosial dalam bentuk infografis yang dapat diunggah</li> </ol>	Menyediakan informasi yang diperlukan.
2	Tahap Pelaksanaan	Pelaksanaan kampanye	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kampanye ini menghasilkan dua tema yaitu pesan kesehatan dan lingkungan. pesan dalam bentuk infografis.</li> <li>2. Dari PKM ini diperoleh empat dokumentasi pesan dalam bentuk infografis hasil kegiatan</li> <li>3. Mengunggah di media sosial facebook pribadi dan beberapa akun mitra yaitu Greenpeace Indonesia, Himatika FMIPA Unpad,</li> </ol>	Warga sasaran bisa mendapatkan kampanye melalui media sosial Facebook.

			Membersihkan Indonesia Comunnity, Unpad Hejo-BEM Unpad, komunitas bersepeda dll	
3	Tahap monitoring dan evaluasi	Penutupan		Memberikan refleksi dan masukan.
		Pemantauan dan evaluasi	Meminta umpan balik kepada peserta tentang manfaat dari kampanye yang dilakukan.	Memberikan masukan dan evaluasi.

Sumber : Dokumentasi tim PKM 2020

### C. HASIL ATAU PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Integratif ini menghasilkan empat pesan yang berelasi dengan tema “Kampanye Penggunaan Botol Air Minum Penunjang Protokol Kesehatan dan Pengurangan Sampah Plastik dimasa Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di media sosial Facebook. Terdapat dua tema yang sudah ditentukan dalam kampanye ini yaitu kesehatan dan lingkungan yang dikemas dalam bentuk infografis. Pfau dan Parrot dalam (Venus, 2018) menyebutkan bahwa tujuan dari sebuah kampanye selalu terkait dengan aspek pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavioural*). Ostergaard dalam (Venus, 2018) juga menyebut ketiga aspek sebagai *awareness*, *attitude* dan *action* saling terkait dan merupakan sasaran pengaruh (*target of influence*) yang harus dicapai secara bertahap agar suatu kondisi perubahan dapat tercipta.

Pada kegiatan kampanye, tahap awal diarahkan untuk menciptakan perubahan pada aspek pengetahuan. Maka dari itu, sesuai dengan tahap perencanaan dilakukanlah observasi kepada masyarakat di masa pandemic ini dan dirancanglah tema yang sesuai dengan kebutuhan saat ini. Selain itu, Kerjasama dengan pihak lain yang memungkinkan mulai diujicobakan untuk memperluas khalayak yang menerima pesan dari kegiatan ini.

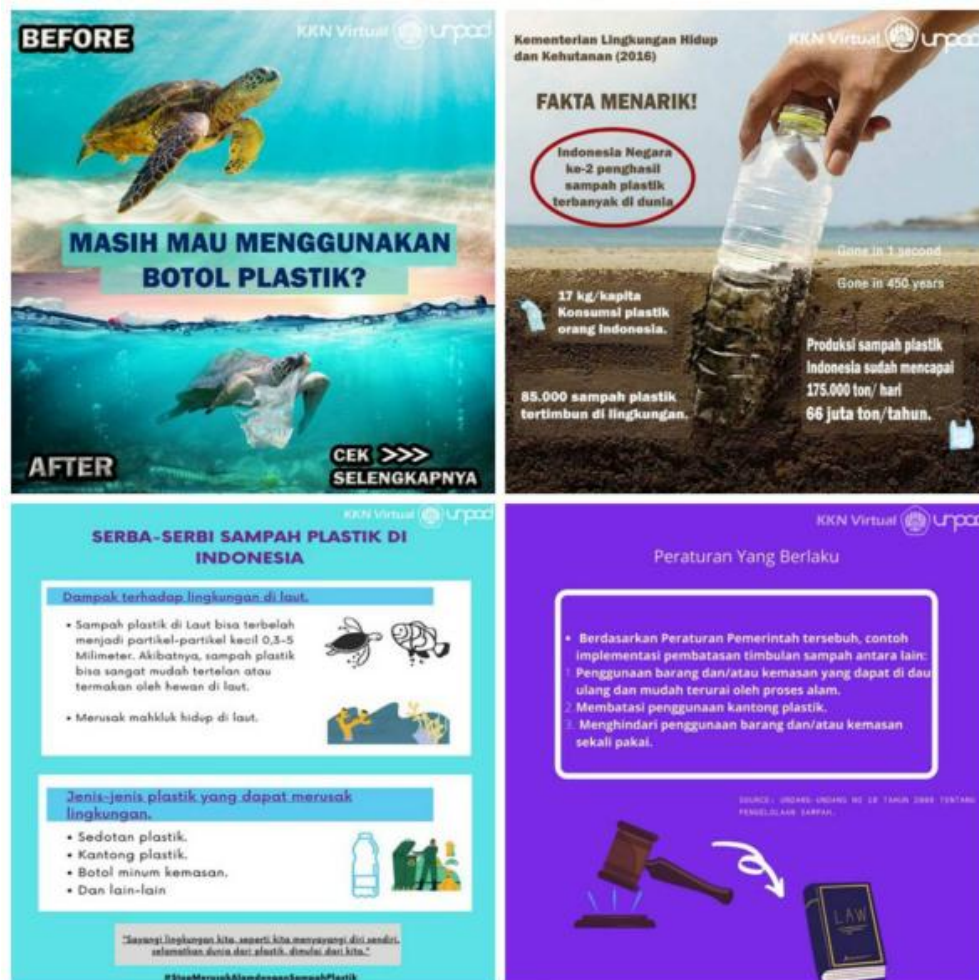
Meningkatnya pemahaman masyarakat dapat memunculkan kesadaran yang dapat merubah keyakinan khalayak pada isu-isu tertentu yang dikampanyekan. Pengabdian ini memberikan edukasi kepada masyarakat pengguna media sosial Facebook mengenai betapa pentingnya membawa botol air minum pribadi saat beraktivitas di masa pandemi. Hal ini merupakan salah satu cara untuk mengurangi penyebaran SARS-CoV-2 melalui *droplet* pada permukaan benda seperti botol air minum kemasan.

Kampanye ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat, yaitu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai betapa pentingnya membawa botol air minum pribadi saat beraktivitas di masa pandemi, sebagai salah satu cara untuk mengurangi penyebaran SARS-CoV-2 melalui *droplet* pada permukaan benda seperti botol air minum kemasan.

Manfaat lain dari penggunaan botol minum pribadi selain sebagai salah satu bentuk dari pengurangan penyebaran COVID-19 di masa pandemi ini, adalah dengan

penggunaan botol air minum pribadi juga dapat menekan jumlah sampah plastik yang ada di Indonesia yang semakin hari semakin bertambah. Seperti yang dikutip oleh Purwaningrum (2016), bahwa menurut data yang disampaikan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, total jumlah sampah Indonesia di 2019 akan mencapai 68 juta ton, dan sampah plastik diperkirakan akan mencapai 9,52 juta ton, maka penggunaan plastik secara terus menerus dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan dan mengganggu ekosistem kehidupan baik di laut maupun di darat. Rusaknya kelestarian lingkungan alam karena sampah plastik dapat berpengaruh terhadap tempat wisata yang ada di Indonesia. Penelitian oleh (Tassakka et al., 2019) menunjukkan bahwa aktivitas wisatawan di tempat wisata berbasis konservasi di wilayah wakatobi menyebabkan peningkatan jumlah timbulan sampah terutama sampah laut.

Oleh karena itu, seperti yang ditunjukkan pada Infografis gambar 1, penggunaan botol plastik atau sampah plastik lainnya di Indonesia khususnya, masih sangat banyak. Hal ini berdampak sangat buruk pada lingkungan hidup, terutama lingkungan laut. Para hewan laut dapat dengan tidak sengaja memakan sampah plastik tersebut, sehingga dapat menyebabkan kematian bagi hewan-hewan laut.



Gambar 1. Tema Lingkungan  
Sumber : dokumentasi Tim PKM Integratif 2020

**Sasaran kegiatan:** Seluruh masyarakat Indonesia, terutama masyarakat yang berpeda di masa pandemi dan menggunakan media sosial Facebook.

Berdasarkan United Nations Environment Programme (UNEP) pada tahun 2011 diperkirakan bahwa sebanyak 14% sampah dunia berasal dari sektor pariwisata internasional, adanya sampah-sampah laut tersebut mengancam kesehatan lingkungan serta keanekaragaman laut (United Nations Environment Programme, 2011). Seperti yang dilukiskan pada gambar 2, bagaimana sektor pariwisata menjadi rusak karena sampah. Selain itu, sampah laut juga dapat menimbulkan masalah lainnya, seperti penghasil kontaminasi pencemar oleh media transportasi laut, persebaran spesies invasif, sosial ekonomi masyarakat yang terpengaruhi, serta permasalahan yang timbul pada keberlangsungan organisme laut dan ekosistemnya (Pamungkas, Hendrawan, & Putra, 2021; United Nations Environment Programme, 2014).



Gambar 2. Tema Lingkungan  
Sumber : Dokumentasi Tim PKM Integratif 2020

Lalu, berdasarkan International Coastal Cleanup Report terkait sepuluh jenis sampah yang mendominasi pesisir dunia, botol minuman plastik menempati urutan kedua dengan jumlah 1.578.834. Oleh karena itu, menurut kami dengan membuat suatu kebiasaan baru yaitu dengan membawa botol minum pribadi, dapat mengurangi jumlah sampah botol plastik di tempat wisata.

Pada pelaksanaannya kampanye dibagi menjadi dua tema, yaitu Kesehatan dan lingkungan. Tema kampanye virtual dan e-learning dilakukan melalui media sosial Facebook dengan judul "Revenge Tourism: Sampah Plastik Comeback Lagi?"

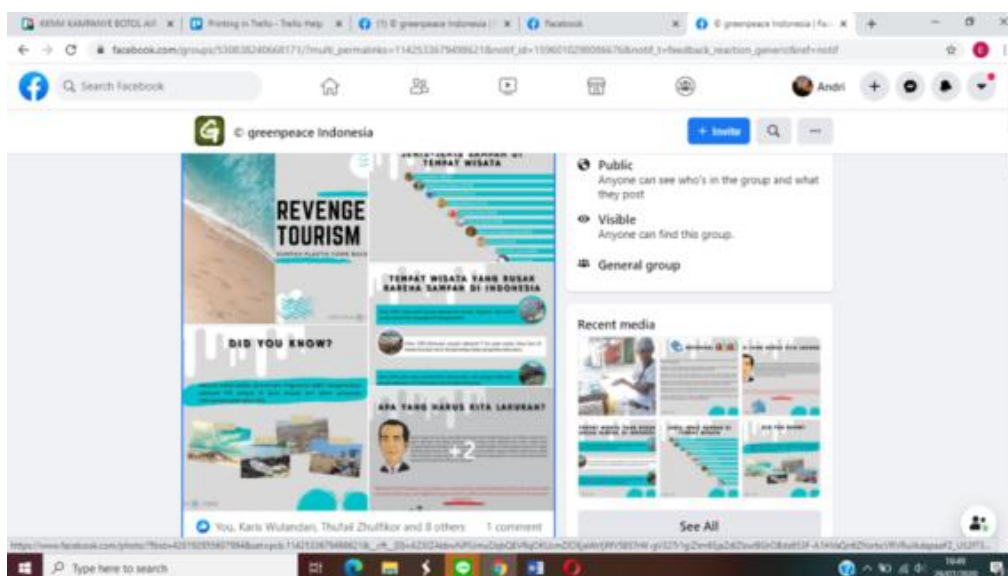
#### Tujuan dan manfaat menggunakan Media Sosial Facebook

**Tujuan** : Mendukung masyarakat pengguna Facebook terhadap isu sampah botol plastik di tempat-tempat wisata, dan bahaya dari sampah plastik bagi lingkungan. Menghimbau dan mengajak masyarakat untuk menggunakan botol minum pribadi dalam rangka aktivitas kebiasaan baru setelah pandemi COVID-19 untuk ikut serta mengurangi sampah botol plastik terutama di tempat-tempat yang menjadi objek wisata.

**Manfaat** : Diharapkan dengan adanya kampanye dan edukasi melalui infografis yang telah disampaikan, masyarakat menjadi lebih peduli terhadap lingkungan, terutama kepada sampah plastik. Sehingga, masyarakat pun membiasakan diri untuk membawa botol minum pribadi sebagai rasa kepeduliannya tersebut. Apabila hal ini tercapai, maka akan ada pengurangan jumlah sampah botol plastik di Indonesia terutama ditempat-tempat wisata. Selain itu dengan membawa botol air minum pribadi merupakan bagian dari protokol kesehatan yang disarankan sebagai upaya memutus mata rantai penyebaran Covid-19 dimasa Adaptasi Kebiasaan Baru.



Penggunaan media sosial dinilai efektif dalam menyebarkan informasi, tidak terkecuali untuk kampanye lingkungan hidup (Hariyani, 2016). Media sosial Facebook di dunia menduduki peringkat pertama sebagai media sosial yang sering akses oleh masyarakat global (We Are Social, 2019). Hal ini menguatkan bahwa media sosial Facebook mempunyai peranan penting dalam penyebaran informasi, termasuk informasi lingkungan hidup. Di Indonesia, lebih dari 90% masyarakatnya menggunakan *mobile phone* sebagai medium untuk mengakses informasi, facebook juga merupakan salah satu media sosial yang banyak diakses oleh berbagai generasi, baik generasi baby boomer, generasi milenial, juga generasi Z. Kampanye ini diharapkan dalam mempunyai efek yang baik terhadap pemahaman masyarakat juga implikasinya terhadap sampah-sampah yang berada di masyarakat. Sehingga volume sampah-sampah di lingkungan sekitar minimal untuk sampah botol plastic semakin berkurang.



**Gambar 3. Hasil Unggah Infografis Tema Lingkungan di Greenpeace**  
Sumber : Dokumentasi Tim PKM Integratif 2020

Kampanye tema lingkungan dipublikasikan pada 24 Juli 2020, seperti yang ditampilkan pada gambar 3. Greenpeace Indonesia mengunggah infografis yang telah disusun untuk disebar luaskan pada khalayak luas. Greenpeace Indonesia merupakan organisasi kampanye lingkungan independen yang salah satu programnya adalah bebas polusi plastic. Dalam hal ini masyarakat sebagai konsumen, diharapkan dapat mengambil bagian dalam mengatasi masalah sampah plastic, yaitu dengan membawa kantong belanja guna ulang, mengurangi pembelian kemasan saset, mengurangi pembelian botol minum plastic, memilah sampah, serta kegiatan bersih sungai dan pantai (Greenpeace Indonesia, 2020).

Melakukan Kerjasama dengan memanfaatkan media sosial Greenpeace Indonesia untuk berkampanye tentang penggunaan botol air minum sebagai penunjang protokol Kesehatan di masa adaptasi kebiasaan baru dirasa cukup baik. Penelitian yang pernah dilakukan oleh (Krisyanti, Situmeang, & Priliantini, 2020) menunjukkan bahwa Greenpeace Indonesia mampu untuk berperan dalam mempengaruhi masyarakat baik dari aspek kognisi, afeksi dan behaviour, sehingga kerjasama ini sesuai tujuan dari pengabdian.

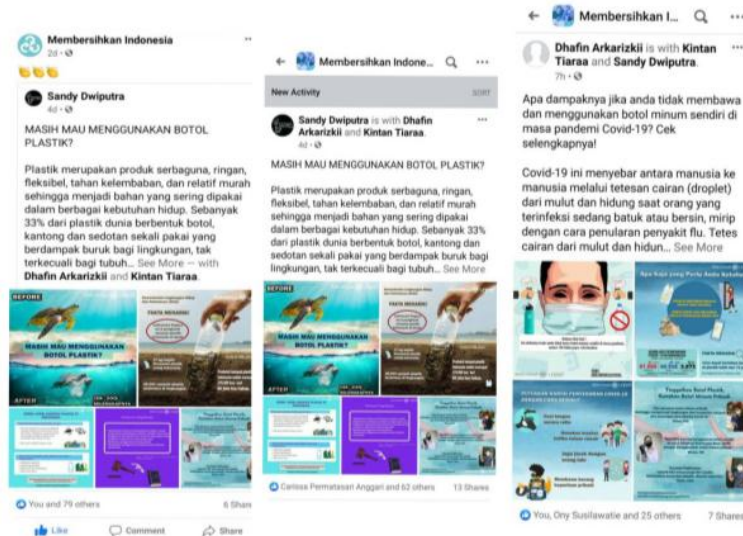
Sedangkan kampanye pada 29 Juli 2020 merupakan kampanye yang bertema kesehatan, seperti ditunjukkan pada gambar 4. Kampanye yang ditunjukkan pada gambar 4 mengajark masyarakat untuk menggunakan botol air minum pribadi atau

tumblr untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Penggunaan botol air minum sekali pakai atau botol plastic dapat mencemari lingkungan, namun di masa pandemic hal ini juga dapat menyebabkan penularan penyakit atau virus.



**Gambar 4. Tema Kesehatan**  
Sumber : Dokumentasi Tim PKM Integratif 2020

Dengan membawa botol air minum pribadi, dapat meminimalisir penyebaran COVID 19 yang ditularkan melalui tetesan cairan (droplet) dari mulut dan hidung. Kampanye pada gambar 4 mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan juga peduli akan kesehatan. Akun grup *Membersihkan Indonesia community* turut menyebarkan luaskan kepada khalayaknya, lalu dibagikan oleh khalayaknya di akun pribadi mereka masing-masing.

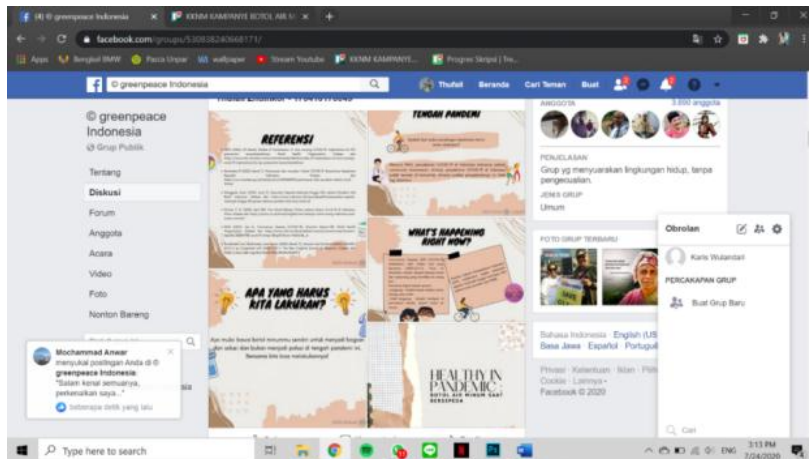


**Gambar 5. Hasil Unggah Infografis Tema Kesehatan dan Lingkungan pada Grup Facebook Membersihkan Indonesia**  
Sumber : Dokumentasi Tim PKM Integratif 2020

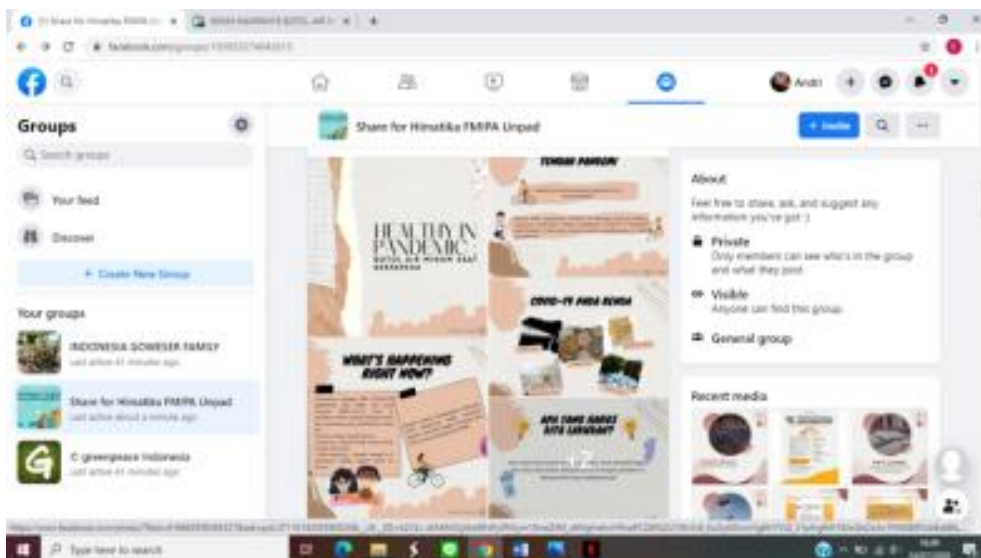
Selain dikampanyekan pada akun pribadi, tema kampanye kesehatan juga diunggah pada akun Greenpeace Indonesia dan akun HIMA Matematika FMIPA Universitas Padjadjaran



**Gambar 6. Tema Kesehatan dan Lingkungan**  
Sumber: Dokumentasi Tim PKM Integratif 2020



**Gambar 7. Hasil Unggah Infografis Tema Kesehatan di Greenpeace Indonesia**  
Sumber: Dokumentasi Tim PKM Integratif 2020



**Gambar 8. Hasil Unggah Infografis di Akun Himatika FMIPA-Unpad**  
Sumber : Dokumentasi Tim PKM Integratif 2020

Hasil kampanye dengan mempublikasikan ke grup *Membersihkan Indonesia Community* dan *greenpeace youth Indonesia* mendapat respons positif dari pengguna *Facebook*. Kampanye kami yang bertemakan lingkungan dan kesehatan mendapat *likes* dengan total responden sebanyak 170 *likes* dan *share* 27 kali. Diharapkan dengan jumlah *likes* dan *share* yang cukup banyak, kampanye kami dapat memberikan pengetahuan tentang manfaat penggunaan botol minum pribadi sebagai penunjang protokol kesehatan selama masa pandemi dan pengurangan sampah plastik.

Penggunaan botol minum pribadi di masa Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) sangat berpengaruh terhadap kesehatan pribadi maupun masyarakat dan kebersihan lingkungan. Penggunaan botol minum pribadi dapat menekan penyebaran virus COVID-19. Dari sisi lingkungan, pemakaian botol minum pribadi dapat mengurangi jumlah sampah plastik di sekitar kita. Sehingga dapat mengurangi masalah jumlah sampah plastik khususnya botol kemasan plastik yang semakin hari, semakin meningkat dan menjadi tumpukan sampah yang berpotensi merusak lingkungan.

Selain itu plastik pada umumnya sulit untuk didegradasikan (diuraikan) oleh mikro organisme. Sampah plastik dapat bertahan hingga bertahun-tahun sehingga menyebabkan pencemaran terhadap lingkungan (Karuniastuti, 2013). Belum ada pengabdian sejenis mengenai kampanye penggunaan botol air minum, namun pelatihan yang bertema mengenai botol air minum sudah cukup banyak. Yaitu memanfaatkan botol air minum plastik sebagai hal atau benda yang dapat dimanfaatkan bahkan dapat menghasilkan pendapatan.

Dengan “*new normal*” atau Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). Momentum inilah yang dapat digunakan untuk setiap wisatawan untuk memulai suatu kebiasaan dalam rangka menjaga kesehatan sekaligus mengurangi bahaya sampah plastik di tempat-tempat wisata. Hal ini dapat dilakukan dengan salah satunya dengan membawa botol minum pribadi. Dengan membawa botol minum pribadi akan membantu mengurangi jumlah penggunaan plastik terutama botol air minum plastik satu kali pakai yang sering kali digunakan oleh para wisata.

#### **D. PENUTUP.**

Penggunaan botol minum pribadi di masa Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) berkontribusi terhadap kesehatan pribadi maupun masyarakat dan kebersihan lingkungan. Penggunaan botol minum pribadi dari sudut pandang kesehatan dapat menekan penyebaran virus COVID-19. Dari sisi lingkungan, pemakaian botol minum pribadi dapat mengurangi jumlah sampah plastik di sekitar kita. Sehingga dapat mengurangi masalah jumlah sampah plastik khususnya botol kemasan plastik yang semakin hari, semakin meningkat dan menjadi tumpukan sampah yang berpotensi merusak lingkungan. Selain itu, kami sebagai pelaksana kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Padjadjaran yang dilaksanakan secara virtual mengajak semua pihak untuk terlibat dan menyuarakan kampanye kami, dengan cara menggunakan botol minum pribadi pada saat beraktivitas sehari-hari di luar rumah sebagai salah satu pelaksanaan protokol kesehatan.

#### **E. UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis ucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Pada Masyarakat (DPRM) Universitas Padjadjaran, Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Jurnalistik atas segala dukungan dan kesempatan yang diberikan. Ucapan terima kasih pun kami sampaikan pada Tim Kuliah Kerja Nyata Mahasiswa (KKNM) yang sudah memfasilitasi kegiatan PKM Integratif. Lalu, terima kasih juga kepada komunitas-komunitas, yaitu komunitas *Greenpeace Indonesia*, Himpunan Matematika Unpad, *Membersihkan Indonesia Community*, komunitas bersepeda, Badan Eksekutif Mahasiswa

Unpad, dan Unpad Hejo yang telah membantu dalam Program Pengabdian Masyarakat, yaitu kampanye penggunaan botol air minum dalam menunjang protokol kesehatan di masa Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB).

## F. DAFTAR PUSTAKA.

- Antin, T., Wahyuni, H. I., & Partini, P. (2017). Literasi Sampah Berbasis Komunikasi Pembangunan di Kabupaten Bantul. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(03), 191–204. Retrieved from <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2171/1909>
- Baqiroh, N. F. A. B. (2019). Timbulan Sampah Nasional Capai 64 juta ton per Tahun. *Bisnis.Com*.
- Campaign for Environmental Literacy. (2007). Why Is Environmental Education Important? Retrieved from fundee.org website: <http://www.fundee.org/campaigns/nclb/whyee.htm>
- Greenpeace Indonesia. (2020). Kurangi Produksi Sampah Plastik!
- Hariyani, I. (2016). PERAN JARINGAN SOSIAL PADA KAMPANYE LINGKUNGAN DI MEDIA SOSIAL: KASUS KAMPANYE MELAWAN ASAP. *INFORMASI*, 46(1). <https://doi.org/10.21831/informasi.v46i1.9652>
- Hendiarti, N. (2018). *Combating Marine Plastic Debris in Indonesia*. Jakarta: Science to Enable and Empower Asia Pacific for SDGs.
- Karuniastuti, N. (2013). Bahaya Plastik terhadap Kesehatan dan Lingkungan. *Swara Patra: Majalah Pusdiklat Migas*, 3(1), 6–14.
- Krisyanti, K., Situmeang, I. V., & Priliantini, A. (2020). Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID). *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(1), 40. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.2387>
- Mashabi, S. (2020). UPDATE 28 Juli: Bertambah 2.366, Pasien Sembuh dari Covid-19 Jadi 60.539 Orang. *Kompas.Com*.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi* (N. S. Nurbaya, Ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pamungkas, P. B. P., Hendrawan, I. G., & Putra, I. N. G. (2021). Karakteristik dan Sebaran Sampah Terdampar di Kawasan Pesisir Taman Nasional Bali Barat. *Journal of Marine Research and Technology*, 4(1), 9–15.
- Purwaningrum, P. (2016). Upaya Mengurangi Timbulan Sampah Plastik Di Lingkungan. *Indonesian Journal of Urban and Environmental Technology*, 8(2), 141. <https://doi.org/10.25105/urbanenvirotech.v8i2.1421>
- Setiawan, B., & Fithrah, D. S. (2018). KAMPANYE GERAKAN INDONESIA DIET KANTONG PLASTIK DALAM MEMBENTUK PERSEPSI MASYARAKAT BANDUNG. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 102–117. <https://doi.org/10.24198/jmk.v2i2.12909>
- Subekti, S. (2010). Pengelolaan Sampah Rumah Tangga 3R Berbasis Masyarakat. *Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi 2010: Peran Teknologi Tepat Guna Dalam Menanggulangi Krisis Energi Dan Menjaga Ketahanan Pangan*, 24–30. <https://doi.org/10.1109/GLOCOM.2009.5426153>
- Subiakto, V. U. (2020). Peningkatan Kapasitas Pola Komunikasi Pengolahan Sampah Berbasis Karang Taruna di Wilayah Kembangan, Jakarta Barat. *Jurnal Abdi MOESTOPO*, 03(02), 55–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/am.v3i2.1026>
- Tassakka, M. I. S., Muhammad Musrianton, Alfi K. Admaja, Indah Alsita, Kezia Gloria Apriliana Runtu, & Normayasari. (2019). Perbandingan Timbulan Sampah Laut dan Daratan di Lokasi Wisata Berbasis Konservasi. *Jurnal Airaha*, 8(2), 172–182. <https://doi.org/10.15578/ja.v8i02.135>
- Undang-undang Republik Indonesia. *Pengelolaan Sampah*. , (2008).
- United Nations Environment Programme. (2011). *UNEP Year Book 2011: Emerging Issues in Our Global Environment*. Nairobi: UNEP Division of Early Warning and Assessment.

- United Nations Environment Programme. (2014). *UNEP Year Book 2014: Emerging Issues in Our Global Environment*. United Nations Environment Programme.
- Venus, A. (2018). *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi Publik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- We Are Social. (2019). Digital 2019: Indonesia. In *Global Digital Insights*.  
<https://doi.org/https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>
- Yohana, C. (2017). Training on Utilization of Plastic Waste and Banana Bark Become an Economical Value Innovation Product. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 46–57. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.04>