



**KAMPANYE SOSIAL “SELAMAT TINGGAL STYROFOAM”
DI KELURAHAN CIJAGRA KECAMATAN LENGKONG
KOTA BANDUNG**

Dhini Ardianti¹, Nur Ratih Devi Affandi², Charisma Asri Fitrananda³
^{1,2,3}Prodi Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Pasundan
¹dhini.ardianti@unpas.ac.id

ABSTRACT

A circular issued by the Bandung City Government regarding the dangers posed by the use of Styrofoam for food and beverage packaging materials certainly requires socialization to the grassroots. Departing from the results of the study, waste dominated by Styrofoam in the city of Bandung reached 27 tons per month. This prompted the Pengabdian Kepada Masyarakat Team (PPM) to campaign for the "Goodbye Styrofoam" program, especially for residents and food traders as the most Styrofoam users. The target in this activity is the residents of Cijagra Sub-District, Lengkong District, Bandung, because the area borders the Cikapundung River, which has the same risk as other flooded areas, besides the area when the rainy season arrives, the water flow from the river often overflows and fill the streets around the settlement. Moreover, every weekend, this area is an area of CFD (Car Free Day) which certainly generates a lot of garbage, which is often a homework for local residents. The method of activity includes social campaigns by conducting counseling on the dangers of Styrofoam, food bazaar activities and exhibitions of photos with the theme of danger of Styrofoam itself. The results of the community service activities are (1) the increased knowledge and understanding of the participants, from those who initially did not know the dangers of Styrofoam to know the reasons and reasons for prohibiting the use of Styrofoam-based food / beverage packaging; (2) changing the mindset to prevent (preventive) by backing to nature or carrying a misting container from home or merchant preparing containers / packaging made from environmentally friendly and safe (microwavable / safety food). The outcome of this activity is publication through local mass media (electronic media), namely in the Halo-halo Bandung program on BandungTV.

Keywords: Social Campaign, City of Bandung, Styrofoam

ABSTRAK

Surat edaran yang dilayangkan oleh Pemerintah Kota Bandung mengenai bahaya yang ditimbulkan akibat penggunaan Styrofoam untuk bahan pembungkus makanan dan minuman tentunya membutuhkan sosialisasi ke akar rumput. Berangkat dari hasil penelitian, sampah yang didominasi oleh Styrofoam di Kota Bandung mencapai angka 27 ton perbulan. Hal ini mendorong Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) untuk mengkampanyekan program “Selamat Tinggal Styrofoam” khususnya pada para warga dan pedagang makanan sebagai pengguna Styrofoam terbanyak. Target sasaran dalam kegiatan ini yakni warga Kelurahan Cijagra Kecamatan Lengkong Bandung, karena wilayah tersebut berbatasan dengan sungai Cikapundung, yang memiliki resiko sama dengan wilayah-wilayah banjir langganan lainnya, selain itu wilayah tersebut di saat musim hujan tiba, aliran air dari sungai seringkali meluap dan memenuhi jalanan di sekitar pemukiman. Terlebih lagi setiap akhir pekan, wilayah ini merupakan area CFD (*Car Free Day*) tentunya banyak sekali menghasilkan tumpukan sampah, yang seringkali menjadi pekerjaan rumah bagi para warga sekitar. Metode kegiatan meliputi kampanye sosial dengan melakukan penyuluhan akan bahaya Styrofoam, kegiatan bazaar makanan dan pameran foto-foto bertemakan bahaya styrofoam itu sendiri. Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah (1) meningkatnya pengetahuan dan pemahaman para peserta, dari yang awalnya tidak mengetahui bahayanya Styrofoam menjadi tahu alasan dan sebab dilarangnya penggunaan kemasan makanan/minuman berbahan Styrofoam; (2) mengubah *mindset* untuk melakukan pencegahan (*preventif*) dengan cara *back to nature* atau membawa wadah misting dari rumah ataupun pedagang mempersiapkan wadah/kemasan berbahan ramah lingkungan dan aman (*microwavable/safety food*). Capaian luaran dari kegiatan ini adalah publikasi melalui media massa lokal (media elektronik) yaitu dalam program acara Halo-halo Bandung di BandungTV.



Kata Kunci: Kampanye Sosial, Kota Bandung, Styrofoam

A. Pendahuluan

Pemerintah Kota Bandung melalui Surat Edaran Wali Kota Nomor: 658.1/SE.117-BPLH/2016 secara resmi telah memberlakukan larangan penggunaan styrofoam untuk makanan dan minuman mulai tanggal 1 November 2016. Larangan ini menyusul bahayanya efek dari penggunaan styrofoam. Larangan tersebut diberlakukan di seluruh instansi pemerintahan, kawasan pendidikan dan pelaku usaha khususnya bidang makanan, juga bagi warga kota Bandung pada umumnya.

Ditinjau dari segi kesehatan, styrofoam kerap menjadi penyakit untuk manusia, Bahan styrofoam berbahaya karena terbuat dari butiran-butiran *styrene*, yang diproses dengan menggunakan benzana (*benzene*). Padahal benzana termasuk zat yang dapat menimbulkan banyak penyakit. Benzana bisa menimbulkan masalah pada kelenjar tyroid, mengganggu sistem syaraf sehingga menyebabkan kelelahan, mempercepat detak jantung, sulit tidur, badan menjadi gemeteran, dan menjadi mudah

gelisah. Pada beberapa kasus, berdasarkan informasi yang diperoleh dari berita.bandung.go.id tentang “Bahaya Styrofoam” benzana bahkan bisa mengakibatkan hilang kesadaran dan kematian.

Selain itu, tingginya produksi sampah styrofoam yang dihasilkan menjadi salah satu pertimbangan penerapan aturan (pelarangan) tersebut. Hasil riset yang dilakukan oleh Prof. Dr. Enri Damanhuri (Ahli Persampahan ITB) tentang “Analisis Aliran Material Sampah Styrofoam di Kota Bandung” pada tahun 2011, menunjukkan bahwa penyebab terhambatnya aliran air sungai yang meluap dan menyebabkan banjir di Kota Bandung adalah karena sampah styrofoam. Dalam pengelolaan lingkungan di Bandung, hampir didominasi sampah, terutama di sungai yang didominasi sampah styrofoam yang tak mungkin terurai.

Berdasarkan kajian tersebut, sampah yang dihasilkan oleh styrofoam di Kota Bandung mencapai angka tidak sedikit. Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (BPLH) Kota Bandung mencatat, volume sampah styrofoam selama

ini menyentuh angka sekitar 27 ton per bulan. Jumlah tersebut cukup signifikan, terlebih jika tidak segera ditanggulangi atau dilarang, akan terakumulasi yang bisa berdampak pada banjir.

Dengan demikian, perlu kiranya berbagai tindakan untuk mensosialisasikan pelarangan penggunaan Styrofoam tersebut kepada masyarakat oleh berbagai pihak. Masyarakat perlu diberikan pemahaman tentang dampak buruk dari penggunaan styrofoam. Sebagai institusi pendidikan perlu kiranya turut andil dalam mensosialisasikan pelarangan Styrofoam tersebut kepada masyarakat. Dalam kesempatan ini perlu dilakukan sebuah “*social campaign*” (kampanye sosial) tentang pelarangan penggunaan Styrofoam tersebut di Kota Bandung pada umumnya.

Social campaign (kampanye sosial) merupakan sebuah proses komunikasi yang dilakukan untuk menyebarluaskan pesan-pesan penting yang sangat diperlukan masyarakat. Diakui, ada banyak inovasi, ide, gagasan, yang bersifat sosial, penting untuk disampaikan kepada publik.

Misal, gagasan tentang kebersihan lingkungan antara lain ditunjukkan dengan kebiasaan membuang sampah secara tepat. Hal ini merupakan suatu gagasan yang tentu perlu disebarluaskan kepada masyarakat. Disadari, sampah, tidak hanya merusak kesehatan manusia tapi juga menimbulkan masalah ekologis. Di Indonesia, nampaknya hal ini menjadi kebiasaan yang belum bisa dihilangkan, Betapa pun Pemerintah telah mengeluarkan serangkaian perangkat hukum untuk melarang pembuangan sampah tidak pada tempatnya itu. Berbagai gagasan tentu sangat membutuhkan proses sosialisasi secara efektif dan efisien kepada masyarakat sehingga pada akhirnya masyarakat menjadi paham dan mematuhi dan lambat laun terinternalisasi dalam perilaku.

Secara konseptual, kampanye didefinisikan sebagai kegiatan penyampaian informasi yang terencana, bertahap dan terkadang memuncak pada suatu saat, yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan opini seseorang. Dari perspektif komunikasi kehumasan, kampanye itu sendiri merupakan kegiatan persuasif guna



mempengaruhi pola pikir, sikap dan perilaku orang lain. Karena itu, seperti ditegaskan Carl Hovland (1954), seorang pakar komunikasi, berhasil tidaknya upaya untuk merubah perilaku masyarakat, salah satunya tergantung pada peran penyampai pesan berikut penggunaan media komunikasi serta perancangan pesannya.

Selama ini, karena tidak disosialisasikan, disebarluaskan melalui strategi komunikasi yang tepat, gagasan-gagasan yang sangat penting bagi kehidupan publik itu pun tidak pernah sukses diterima masyarakat. Sebagai suatu aktivitas yang berdimensi sosial, maka ada beberapa kriteria untuk suatu kegiatan kampanye sosial antara lain: tidak bersifat komersial, tidak bersifat keagamaan, tidak bermuatan politik, diperuntukan bagi semua lapisan masyarakat, dilakukan oleh organisasi yang telah diakui masyarakat. Dalam kesempatan ini, melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat FISIP Universitas Pasundan, kegiatan *Social Campaign* (Kampanye Sosial) ini akan dilakukan dalam bentuk kegiatan berupa bazaar dan pameran, dengan

mengusung tema “Selamat Tinggal Styrofoam”.

Tema “Selamat Tinggal Styrofoam” diangkat dalam kegiatan kampanye sosial ini dalam rangka melanjutkan program pemerintah khususnya yang dicanangkan oleh Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Bandung di akhir tahun 2016 lalu, yang penyebaran informasinya belum mencakup keseluruhan warga, karena menurut hasil wawancara mendalam dengan pihak Dinas terkait saat itu sasaran program terbatas di lingkungan sekolah-sekolah yang notabene banyak tersebar para pedagang makanan/minuman berkemasan. Maka dari itu, perlu kiranya sosialisasi ke akar rumput. Dalam kesempatan ini, wilayah sasaran program pengabdian kepada masyarakat adalah Kelurahan Cijagra Kecamatan Lengkong Kota Bandung

Dalam beberapa bulan terakhir, terutama saat musim hujan tiba, warga kota Bandung seringkali dihantui oleh peristiwa banjir. Hal ini sangat dirasakan oleh warga yang bermukim di sekitar sungai/kali besar. Tentunya mereka perlu memahami dan menyadari apa yang menjadi

sebab terjadinya luapan air sungai ke jalanan (banjir). Beberapa peristiwa yang pernah terjadi adalah banjir di daerah pagarsih, dan banjir langganan di jalan Pasteur atau daerah Gedebage di Kota Bandung.

Hal ini perlu disadari bahwa ternyata menurut data hasil penelitian Damanhuri, et al., banjir di Kota Bandung merupakan dampak dari banyaknya sampah/limbah yang menumpuk di aliran sungai/kali besar. Salah satunya adalah sampah kemasan makanan berbahan Styrofoam. Masyarakat perlu mengetahui dan menyadari faktor penyebab tersebut. Melalui kegiatan *Social Campaign* (Kampanye Sosial) ini, wilayah masyarakat yang dipilih adalah wilayah kelurahan Cijagra, Lengkong Bandung, karena wilayah tersebut berbatasan dengan sungai Cikapundung, yang memiliki resiko sama dengan wilayah-wilayah banjir langganan lainnya, juga menurut hasil wawancara pada tahap pengamatan dengan para tokoh masyarakat, wilayah tersebut di saat musim hujan tiba, aliran air dari sungai seringkali meluap dan memenuhi jalanan di sekitar pemukiman. Terlebih lagi setiap akhir pekan, wilayah tersebut

merupakan area CFD (*Car Free Day*) yang tentunya banyak sekali menghasilkan tumpukan sampah, yang seringkali menjadi pekerjaan rumah bagi para warga sekitar.

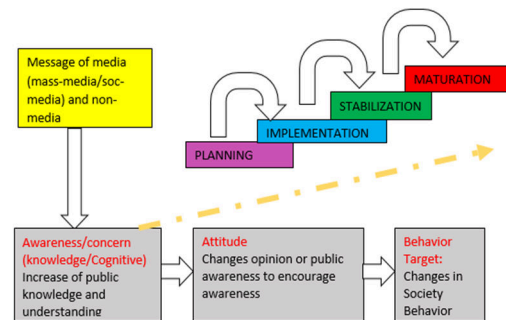
Berdasarkan data sementara hasil wawancara dan pengamatan awal, warga kelurahan Cijagra belum banyak yang mengetahui Surat Edaran Wali Kota tentang pelarangan Styrofoam sebagai kemasan makanan. Hal ini terlihat pada beberapa pedagang jajanan di daerah tersebut yang kami temui, masih menggunakan *packaging* berbahan Styrofoam. Maka dari itu, perlu kiranya dilakukan *Social Campaign* (kampanye sosial) mengenai pelarangan Styrofoam ini kepada warga yang bersangkutan. Bazaar dan pameran adalah sebagai bentuk kegiatan yang paling mudah diterima dan dapat melibatkan partisipasi warga dengan cara yang menyenangkan. Bazaar dan pameran ini akan diikuti oleh warga, dari warga dan untuk warga. Dalam kegiatan bazaar, warga dianjurkan untuk menjual jajanan kuliner khas Bandung, baik berupa makanan atau minuman, dan tentunya tanpa wadah berbahan Styrofoam. Sedangkan pameran disini, panitia dan tim pengabdian akan

menyajikan kumpulan foto-foto atau gambar atau media komunikasi berupa poster, flyer, dsb, yang menunjukkan akibat dan bahaya Styrofoam untuk kesehatan lingkungan dan tubuh manusia.

Menindaklanjuti Surat Edaran Walikota Bandung mengenai pelarangan Styrofoam sebagai kemasan makanan, target pengabdian masyarakat ini bermaksud mensosialisasikan pelarangan tersebut melalui kegiatan *Social Campaign* yang melibatkan warga setempat (kelurahan Cijagra Kecamatan Lengkong Bandung), yakni berupa kegiatan bazaar dan pameran foto. Melalui kegiatan tersebut, diharapkan para warga semakin mengetahui betapa bahayanya menggunakan Styrofoam. Dengan pengetahuan tersebut, tentunya masyarakat akan semakin menyadari akan pentingnya menjaga kesehatan tubuh dan lingkungan.

Dengan kata lain, target dari kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini memberikan pengetahuan kepada masyarakat Kelurahan Cijagra Kecamatan Lengkong Kota Bandung, untuk mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari,

khususnya diharapkan adanya perubahan perilaku mengurangi dan meninggalkan penggunaan kemasan makanan berbahan dasar Styrofoam.



**Gambar 1. Gambaran Ipteks PPM
Kampanye Sosial**

Sumber: Ardianti & Wardiani, n.d.

Setelah target yang telah ditetapkan dalam rangkaian rencana kampanye sosial ini tercapai, maka manfaat atau luaran dapat dirasakan oleh:

1. Akademisi, melalui kegiatan ini dapat mengembangkan wawasan kemasyarakatan kalangan dosen dan mahasiswa, sehingga dapat terjalin komunikasi yang erat dan produktif antara perguruan tinggi dan masyarakat bagi peningkatan peran serta kalangan kampus dalam pemberdayaan masyarakat luas.
2. Warga Kelurahan Cijagra, mereka mendapatkan

pengetahuan dan penyadaran tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, bahaya penggunaan kemasan berbahan Styrofoam, diharapkan ada perubahan perilaku dalam menjaga kesehatan diri khususnya, dan lingkungan sekitarnya pada umumnya.

3. Warga Bandung pada umumnya, melalui publikasi dengan media massa lokal, sehingga informasi tentang bahaya penggunaan Styrofoam dapat lebih diketahui secara meluas.

C. Metode Pelaksanaan

Dalam sebuah kegiatan diperlukan adanya khalayak yang jelas, tidak terkecuali dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah warga Kelurahan Cijagra Kecamatan Lengkong Kota Bandung, dan warga Kota Bandung pada umumnya.

Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi beberapa tahapan yakni tahap persiapan dan pengamatan, *deep interview*, *Social*

Campaign dan tahap evaluasi. Tahap persiapan dan pengamatan, pada tahapan ini Tim melakukan beberapa survey kecil dengan menyambangi beberapa lokasi secara langsung. Temuan hasil observasi digali sehingga menemukan banyaknya pedagang makanan minuman siap saji. Hal ini membuat Tim beranggapan lokasi ini adalah lokasi tepat untuk melakukan kegiatan kampanye sosial.

Kemudian *deep interview* dilakukan terhadap beberapa warga baik pembeli makanan siap saji maupun pedagang makanan siap saji tersebut. Kedua sisi baik pembeli makanan atau penjual menjadi informan dalam tahapan persiapan ini dikarenakan Tim mempertanyakan apakah pembeli masih mau membeli *streetfood* bila disajikan dengan menggunakan Styrofoam, begitu juga para pedagang *streetfood*, apakah mereka masih menggunakan Styrofoam ketika menjual makanan dagangan mereka.

Tahapan selanjutnya yakni kegiatan inti dari *social campaign* mengenai bahaya Styrofoam. Pertama bazaar *jajanan* atau *street food* khas Kota Bandung di mana para penjual tidak menggunakan Styrofoam dalam

mengemas dagangan mereka. Kegiatan ini pula direncanakan dilaksanakan dengan pameran foto-foto yang menampilkan bahaya lingkungan dan bahaya kesehatan yang diakibatkan oleh penggunaan Styrofoam. Foto-foto dipajang sepanjang aula tempat pelaksanaan kegiatan.

Tahapan terakhir yakni tahap evaluasi di mana kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yang telah dilaksanakan dievaluasi bersama mitra. Mitra di sini adalah Lurah setempat dan warga Kelurahan Cijagra Kecamatan Lengkong Kota Bandung.

Gambar 3.
Metode Kegiatan



Pelaksanaan kegiatan kampanye dilakukan di Kelurahan Cijagra, tepatnya lokasi kegiatan dipusatkan di Aula Panti Asuhan Muhammadiyah, Jl. Nilem No.10 Bandung RW 05 Kelurahan Cijagra Kecamatan Lengkong Kota Bandung. Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan ini membutuhkan alokasi waktu selama 3 (tiga) bulan, dimulai dari persiapan dan pengamatan, *deep interview*, kegiatan inti berupa *social campaign*, yaitu sosialisasi, bazaar dan pameran, serta tahap monitoring dan evaluasi.

D. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam tiga tahap, yaitu tahap pertama merupakan tahap awal yang berupa pengamatan dan survey kecil dengan mewawancarai warga yang ditemui serta melakukan pendekatan terhadap aparat kelurahan setempat. Tahap kedua adalah tahap kegiatan inti, dan tahap terakhir berupa evaluasi kegiatan bersama mitra.

Dalam tahap inti, pelaksanaan kegiatan pengabdian diadakan pada hari Jumat, tanggal 26 Mei 2017.



Pelaksanaan sosialisasi materi sekaligus pembukaan acara *Social Campaign*. Kegiatan pemaparan materi sosialisasi bersamaan dengan pemajangan pameran foto tentang bahaya Styrofoam, serta di luar ruangan diadakan bazaar makanan/minuman tanpa kemasan Styrofoam yang diikuti oleh warga dan para pedagang setempat.

Kegiatan sosialisasi dihadiri oleh 59 orang peserta. Peserta yang hadir terdiri dari Lurah Cijagra, perwakilan dari aparaturnya Kelurahan, tokoh masyarakat serta warga setempat. Kegiatan berupa penyampaian materi sosialisasi yang berisikan tentang bahayanya kemasan makanan/minuman berbahan dasar Styrofoam, sehingga warga sadar, mengetahui, dan mengenali dampak-dampak yang ditimbulkan tidak hanya merugikan diri sendiri dari segi kesehatan juga merugikan bagi kondisi lingkungan. Melalui pemaparan materi sosialisasi ini diharapkan warga dapat mengubah *mindset* dan juga perilaku dalam membuang sampah maupun penggunaan kemasan makanan ke wadah yang lebih aman ataupun bisa kembali ke bahan alam (*back to nature*) seperti halnya daun pisang,

atau besek berbahan dasar bambu, bahan kertas/plastik aman yang mudah di-*recycle* atau bahkan menggunakan wadah misting yang dibawanya dari rumah masing-masing.

Kegiatan diawali dengan persiapan bazaar. Warga setempat yang terbiasa berjualan di *Car Free Day* setiap hari Minggu di sekitar lokasi kegiatan (Jl. Buahbatu dan sekitarnya), yang mengikuti kegiatan bazaar ini. Bazaar meliputi jajanan *streetfood*, seperti seblak, pempek, cilok beranak, minuman teh kekinian, dan *ommelete*. Semua warga yang berdagang tersebut menggunakan kemasan makanan/minuman sama sekali tanpa Styrofoam. Mereka mempersiapkan wadah kemasan (*packaging*) berbahan plastik *microwavable* dan dus berbahan dasar kertas yang mudah di-*recycle* (daur ulang). Bazaar dilakukan dari warga, oleh warga, dan untuk warga.

Selanjutnya, pameran foto menyajikan beberapa foto dan gambar-gambar yang diperoleh dari hasil pencarian di mesin pencari media online, berupa berbagai fakta seputar Styrofoam, bahayanya, serta dampak yang ditimbulkan bagi kesehatan tubuh maupun lingkungan. Pameran

foto ini bertempat di ruang Aula Panti Asuhan Muhammadiyah bersamaan dengan kegiatan pemaparan sosialisasi materi.

Kegiatan berikutnya adalah pemaparan sosialisasi materi *Social Campaign* “Selamat Tinggal Styrofoam”. Peserta hadir sejak pukul 07.30 WIB, kemudian mengisi daftar hadir, lalu mengikuti pemaparan materi yang disampaikan oleh Tim PPM dari FISIP Unpas. Acara dibuka oleh Lurah Cijagra. Melalui sambutannya, Lurah Cijagra mengapresiasi acara yang digagas oleh Tim FISIP Unpas ini dan diharapkan kegiatan semacam ini perlu ada tindak lanjut dan diikuti atau diselenggarakan pula di beberapa tempat di Kota Bandung, khususnya di daerah-daerah kawasan Kabupaten Bandung Barat dan Kabupaten Bandung yang berbatasan langsung dengan Kota Bandung. Mengapa demikian? karena posisi letak Kota Bandung secara geografis berada di daerah cekungan, yang sangat berpotensi banjir kiriman dari wilayah-wilayah perbatasan tersebut, sehingga alangkah baiknya untuk dilakukan koordinasi maupun kegiatan yang senada agar sosialisasi “selamat tinggal Styrofoam” ini dapat

berjalan secara menyeluruh dan efektif. Acara ditutup dengan foto Bersama aparat dan warga, kemudian melihat pameran foto dan mencicipi hidangan dari bazaar yang diadakan di luar ruangan (teras Aula Panti Asuhan Muhammadiyah). Acara berlangsung hingga siang hari pukul 11.00 WIB.

Selama kegiatan berlangsung, acara diliput oleh media massa lokal, dalam hal ini adalah Bandung TV. Liputan acara kegiatan *social campaign* ini sudah ditayangkan dalam program acara “Halo-halo Bandung” Bandung TV edisi hari Kamis, 1 Juni 2017, pukul 08.00-09.00 WIB.

Gambar 3.

Publikasi di Bandung TV



Kegiatan *Social Campaign* ini dirasa cukup efektif dalam memenuhi target sasaran maupun menyelaraskan dengan program pemerintah daerah Kota Bandung. Hal ini terlihat dari

antusiasme dari warga setempat untuk mengikuti kegiatan ini, terbukti dari jumlah peserta yang hadir melebihi *ekspektasi* karena pada saat itu bersamaan dengan waktu munggaran (sehari menjelang tanggal 1 Ramadhan 1427 H). Peserta yang hadir sebanyak 59 (lima puluh sembilan) orang, yang terdiri dari warga, pedagang dan aparat kelurahan setempat.

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi dari pelaksanaan kegiatan *Social Campaign* dari pihak aparat Kelurahan Cijagra, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan hasil yang cukup memuaskan, sebagai berikut:

1. Meningkatnya pengetahuan dan pemahaman para peserta, dari yang awalnya tidak mengetahui bahayanya Styrofoam menjadi tahu alasan/sebab dilarangnya penggunaan kemasan makanan/minuman berbahan Styrofoam.
2. Mengubah *mindset* untuk melakukan pencegahan (*preventif*) dengan cara *back to nature* atau membawa wadah misting

dari rumah ataupun pedagang mempersiapkan packaging berbahan aman (*microwavable/safety food*).

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah kami paparkan di atas, maka dapat dikatakan bahwa kegiatan pengabdian ini mendapat respon yang positif dari para peserta yang hadir selama kegiatan berlangsung dan juga warga lain yang mengetahui adanya kegiatan ini.

Namun demikian, di sisi lain masih ditemukan beberapa kendala dalam hal teknis pelaksanaan dan keterbatasan waktu. Dalam hal teknis adalah beberapa properti yang mendukung berlangsungnya pameran foto, karena keterbatasan sarana dan prasarana, sehingga pameran foto hanya dipajang di sepanjang jendela Aula. Hal ini menyebabkan peserta yang hadir kurang tertarik melihat pameran foto, terlihat dari hanya beberapa orang saja yang melihat foto-foto.

E. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Cijagra

Kecamatan Lengkong Kota Bandung berjalan cukup sukses. Kesuksesan tersebut berkat kerjasama yang baik dari pihak Lurah dan aparat, serta tokoh masyarakat dan warga setempat, yang berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini. Maka dari itu, kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan ini adalah:

1. Melalui kegiatan *Social Campaign* tentang “Selamat Tinggal Styrofoam” ini membuat pengetahuan warga Kelurahan Cijagra Kecamatan Lengkong Kota Bandung tentang bahaya penggunaan Styrofoam menjadi meningkat.
2. Warga Kelurahan Cijagra Kecamatan Lengkong Kota Bandung mulai *aware* terhadap bahaya penggunaan Styrofoam, hal ini terlihat dari para pedagang yang mengalihkan pemakaian kemasan makanan/minuman yang digunakan untuk membungkus jualannya bukanlah kemasan berbahan dasar Styrofoam.

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang cukup sukses ini, maka kiranya kami dapat memberikan masukan dan saran

terhadap hal-hal yang perlu dilakukan, antara lain:

1. Diperlukan tindak lanjut program serupa yang berkesinambungan agar dampak banjir di esok hari tidak terulang kembali.
2. Diperlukan program kegiatan yang serupa di tempat yang berbeda, agar upaya pemerintah dan para pemerintah lokal di daerah perbatasan dengan Kabupaten Bandung maupun Kabupaten Bandung Barat dapat bersinergi bersama dalam mengendalikan banjir di musim hujan mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, D., & Wardiani, W. (n.d.). Public Relation Communication Strategy of Bandung City Government in Tackling the Litter Styrofoam. In *International Academic Conference-Green Political*. 20-21 April 2017.
- Bonar, S.K. 1993. *Hubungan Masyarakat Modern (Public Relatin)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Damanhuri, et.al. 2011. *Analisis Aliran Material Sampah Styrofoam di Kota Bandung*. Penelitian ITB (Institut Teknologi Bandung).



- Diskominfo Bandung. *Bahaya Styrofoam*, diskominfoBDGonline, <http://beritabandung.go.id>, diakses pada 12 November 2018.
- Djaya, Danan. 1985. *Peranan Humas dalam Perusahaan*, Alumni.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Human Relation dan Public Relation dalam Manajemen*. Bandung: Alumni.
- Effendy, Onong Uchjana. 1999. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hovland, I. Carl, et al. 1954. *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven: Yale University Press.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategi Public Relation*, Jakarta: Ghalis Indonesia.
- Jeffkins, Frank. 1996. *Public Relation edisi ke 4*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy. 2005. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relaiion & Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Venus, Antar. 2004. *Managemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Surat Edaran Wali Kota Bandung No: 658.1/SE.117-BPLH/2016