



KEMENTERIAN KOORDINATOR
BIDANG KEMARITIMAN
REPUBLIK INDONESIA

STOP BUANG SAMPAH SEMBARANGAN

Sebuah peta jalan untuk menyusun kampanye perubahan perilaku



PENDAHULUAN

Apa itu Buku Panduan Strategi Perubahan Perilaku?

Dibuat berdasarkan pengembangan prinsip-prinsip teori perubahan perilaku, Laporan dan Buku Panduan ini dimaksudkan untuk memberi pendekatan strategis terhadap upaya perubahan perilaku yang mengarah kepada pengurangan polusi plastik di laut Indonesia. Menggunakan wawasan dari inisiatif yang ada, opini pemuka pendapat, studi lapangan, dan wawasan budaya, Buku Panduan ini dimaksudkan sebagai panduan untuk kampanye yang dapat berupa bagian dari sebuah inisiatif pengelolaan sampah/sampah laut yang besar atau berupa upaya/inisiatif mandiri dari sebuah institusi.

Untuk siapa Buku Panduan ini bermanfaat?

Tujuan buku panduan ini adalah sebagai panduan awal bagi berbagai pemangku kepentingan, yakni pemerintah nasional dan daerah, perusahaan swasta, LSM dan lembaga multilateral yang ingin menciptakan dampak di Indonesia. Buku Panduan ini memberikan uraian mengenai pertimbangan-pertimbangan utama untuk merancang kampanye perubahan perilaku yang berfokus pada isu sampah plastik di laut.

Pemangku kepentingan yang memiliki pengalaman maupun yang kurang berpengalaman dalam mempromosikan inisiatif perubahan perilaku akan mendapat manfaat dari metodologi dan sumber daya yang disediakan dalam Buku Panduan ini.

Mengapa tiga perilaku?

Perilaku membuang sampah sembarangan, menggunakan berlebihan plastik sekali pakai, dan membuang sampah yang dicampur diidentifikasi sebagai tiga penyebab utama dari sampah plastik yang bocor ke lingkungan. Hal tersebut menyebabkan pemilihan tiga perilaku utama dalam buku ini, yaitu **STOP BUANG SAMPAH SEMBARANGAN**, **PENGURANGAN PENGGUNAAN PLASTIK**, dan **PEMILAHAN DAN DAUR ULANG**. Masing-masing target perilaku utama ini memiliki pendekatan dan hambatan berbeda yang perlu diperhatikan.



GERAKAN INDONESIA BERSIH

@gerakanindonesiabersih



KEMENTERIAN KOORDINATOR
BIDANG KEMARITIMAN
REPUBLIK INDONESIA

Gerakan Indonesia Bersih (GIB) adalah identitas nasional untuk seluruh inisiatif bersih-bersih dan pengelolaan sampah, serta merupakan acuan dibuatnya Buku Panduan ini.

Visi

Sebagai bagian dari upaya pemerintah dan komitmen untuk mengurangi dampak negatif dari sampah plastik di laut, Gerakan Indonesia Bersih (GIB) merupakan Identitas Nasional untuk mendorong kebiasaan hidup bersih dan sehat bagi warga Indonesia, dan mengubah persepsi terhadap pengelolaan sampah.

Misi

- ❑ Membentuk gaya hidup bersih, sehat, dan ramah lingkungan.
- ❑ Mengembangkan kebiasaan gaya hidup bebas sampah
- ❑ Meningkatkan partisipasi publik dalam mendukung kebiasaan hidup bersih dan sehat.
- ❑ Meningkatkan implementasi pengelolaan sampah terintegrasi melalui 4R (Reduce, Reuse, Recycle, dan Replace).
- ❑ Meningkatkan kelengkapan maupun implementasi hukum dan kebijakan terkait kebiasaan hidup bersih dan sehat, dan dalam sektor kebersihan dan kesehatan.
- ❑ Meningkatkan kelengkapan dan implementasi peraturan perizinan yang dapat mempermudah perusahaan dan lembaga dalam mengelola sampah.



FILOSOFI DI BALIK GERAKAN INDONESIA BERSIH



Sebagai salah satu negara kepulauan terbesar, Indonesia memiliki banyak potensi laut dan sumber perikanan, termasuk potensi pariwisata yang membuat Indonesia menjadi tujuan wisata dunia. Segudang potensi yang dimiliki Indonesia tentu dapat digunakan untuk meningkatkan perekonomian negara. Di sisi lain, Indonesia kini berurusan dengan permasalahan sampah plastik yang mencemari laut dan merusak ekosistem. Setelah mendapat julukan sebagai negara yang memproduksi sampah tertinggi kedua setelah China, Pemerintah Republik Indonesia merasakan perlunya perubahan perilaku dan pengembangan pola pikir masyarakat Indonesia dalam memperlakukan lingkungan. Sehingga, Indonesia dapat memaksimalkan sumber daya alamnya dalam jangka panjang.

Revolusi perbaikan pola pikir warga Indonesia telah menjadi komitmen prioritas bagi bangsa Indonesia, direncanakan melalui Instruksi Presiden No. 12 Tahun 2016. Instruksi Presiden tersebut mengatur implementasi revolusi karakter bangsa, atau lebih dikenal sebagai Pergerakan Nasional untuk Revolusi Mental (Gerakan Nasional Revolusi Mental/GNRM). Secara keseluruhan, GNRM terdiri dari lima fokus agenda - salah satu fokusnya adalah Gerakan Indonesia Bersih yang bertujuan untuk mempengaruhi perubahan perilaku, terutama dalam persepsi dan tanggung jawab warga Indonesia atas pengelolaan sampah dan permasalahan sampah plastik di laut.



PESAN UTAMA DALAM GERAKAN INDONESIA BERSIH



KEMENTERIAN KOORDINATOR
BIDANG KEMARITIMAN
REPUBLIK INDONESIA

GIB membawa dua pesan utama untuk mendorong kebiasaan bersih dan sehat bagi warga Indonesia serta mengubah persepsi mereka terhadap pengelolaan sampah. Dua pesan utama tersebut adalah sebagai berikut:

“Ayo peduli untuk menyelamatkan Laut Indonesia dan ekosistem dari sampah”

Sampah plastik telah menjadi ancaman pribadi bagi kehidupan berkelanjutan, terutama bagi 400 juta rakyat yang kehidupannya bergantung pada persediaan laut (ikan, siput, tiram, dan lainnya) dan Indonesia merupakan produsen sampah #2 tertinggi di laut.

“Menjadi agen perubahan untuk Indonesia Bersih”

Tidak ada kata terlambat untuk mengubah kebiasaan. Dimulai dari mengambil langkah kecil untuk menjadikan lingkunganmu bersih.



MATERI KOMUNIKASI VISUAL GERAKAN INDONESIA BERSIH



KEMENTERIAN KOORDINATOR
BIDANG KEMARITIMAN
REPUBLIK INDONESIA



Logo

Gerakan Indonesia Bersih



Amboi

Udang cantik dan berkarakter rapi yang dapat membersihkan sampah apapun yang terlihat.

Amboi adalah simbol kebersihan yang dapat digunakan dalam menemani pesan komunikasi untuk mengajak/mengundang, seperti trivia atau konten yang dibuat pengguna.



Meta

Sosok ikan kupu-kupu penuh kasih dan perhatian yang tidak memiliki keraguan untuk menjaga kebersihan laut dan dia adalah yang paling modis.

Seperti Amboi, Meta juga merupakan simbol kebersihan yang dapat digunakan perusahaan untuk mengajak/mengundang dalam pesan komunikasi, seperti trivia atau konten yang dibuat pengguna.



Gurano

Hiu paus yang ramah dan penjaga dua karakter lainnya. Dia adalah laki-laki yang aktif dan murah senyum.

Gurano memiliki posisi sebagai komunikator untuk berbagi gambaran besar mengenai laut, sampah laut, dan ekosistem laut.



DAFTAR ISI

- 8** *Buku Panduan Stop Buang Sampah Sembarangan*
- 10** *Apa yang menjadi sumber informasi Buku Panduan ini?*
Rangkuman wawasan
- 11** *Persiapkan Peta Jalan Kampanye Anda*
Lima langkah mudah untuk memulai kampanye Anda
01 Target peserta, 02 Perilaku dan hambatan utama,
03 Pelibatan pemangku kepentingan, 04 Pesan dan media, 05
Pemantauan & evaluasi
- 25** *Pelaksanaan Kampanye*
Kegiatan jangka panjang dan jangka pendek yang dapat
dilakukan dan materi yang dapat digunakan untuk kampanye.
- 31** *Desain Materi Komunikasi*
Komponen desain untuk membuat materi kampanye.
- 37** *Peluncuran Kegiatan Bersih-Bersih*
Toolkit: 4P untuk merencanakan bersih-bersih
- 50** *Gerakan Sekolah Bersih: Jadikan sekolahmu zona*
bebas sampah
Panduan kampanye perubahan perilaku menuju Stop Buang
Sampah Sembarangan di Sekolah
- 61** *Belajar dari Kampanye Sukses*
Identifikasi elemen-elemen utama dari kampanye yang berhasil.
- 68** *Mulai Kembangkan Kampanye Anda*
Format yang dapat digunakan untuk memulai inisiatif Anda.

BUKU PANDUAN STOP BUANG SAMPAH SEMBARANGAN

Mengapa fokus pada stop buang sampah sembarangan?

Kebiasaan membuang sampah sembarangan merupakan salah satu penyebab pencemaran laut oleh sampah plastik yang paling menonjol. Di Indonesia, beberapa kelompok masyarakat menganggap buang sampah sembarangan sebagai bagian dari budaya dan praktik yang umum dilakukan. Membuang sampah sembarangan juga menjadi opsi yang diterima secara sosial di beberapa lokasi yang tidak memiliki layanan pengumpulan sampah.

Selain itu, perilaku dan praktik buang sampah sembarangan sangat berkaitan dengan lokasi - apakah itu di **ruang publik**, di mana orang menganggap akan ada seseorang yang bertanggung jawab untuk mengelola sampah yang mereka buang dan menjaga kebersihan area (sindrom NIMBY), atau **ruang nonpublik**, tempat orang membuang sampah secara sembarangan sebagai cara mereka mengelola sampah yang mereka hasilkan.

Apa isi Buku Panduan Strategi Perubahan Menuju Perilaku Stop Buang Sampah Sembarangan?

Dengan menggunakan gambaran dari inisiatif yang ada, wawasan dari pemuka pendapat, studi kasus dan wawasan budaya mengenai **perilaku stop buang sampah sembarangan**, Buku Panduan ini dimaksudkan untuk menyediakan platform untuk menyusun inisiatif yang mendukung pengelolaan sampah/sampah di laut, baik sebagai inisiatif tunggal maupun sebagai inisiatif yang merupakan bagian dari gerakan lain yang lebih besar.

Buku ini menampilkan komponen utama yang perlu dipertimbangkan oleh inisiator dalam merencanakan inisiatif baru terkait kampanye stop buang sampah sembarangan, mulai dari mengidentifikasi dan memilih target peserta yang tepat, mengatasi persepsi umum dan tantangan untuk melakukan upaya perubahan perilaku, memilih pemangku kepentingan yang tepat untuk mendukung inisiatif, memahami pertimbangan utama dalam merancang materi pesan yang akan disampaikan, menjabarkan rencana komunikasi dan menetapkan alat sebagai pengukur efektifitas upaya kampanye, serta mengidentifikasi perbaikan inisiatif di masa depan.

Desain kampanye dimulai dari sini

PETA JALAN KAMPANYE

PELAKSANAAN KAMPANYE

Aktivitas yang dapat Anda lakukan dan materi yang dapat Anda gunakan untuk kampanye Anda.

MATERI KOMUNIKASI

Identifikasi komponen-komponen penting untuk menciptakan materi kampanye yang efektif.

KEBERHASILAN KAMPANYE

Identifikasi parameter kunci keberhasilan kampanye.

BUKU PANDUAN STOP BUANG SAMPAH SEMBARANGAN

Pesan-Pesan Kunci untuk Stop Buang Sampah Sembarangan di Gerakan Indonesia Bersih

Pesan-pesan spesifik utama terkait stop buang sampah sembarangan dalam kerangka Gerakan Indonesia Bersih adalah sebagai berikut:

"Jadilah bagian dari rantai kehidupan generasi kita berikutnya. Jika Anda tidak peduli, Anda akan merusak organisme masa depan kita"

Anda dapat menjadi bagian dari generasi yang sehat dengan membentuk gaya hidup Anda dengan membuang sampah pada tempatnya. Jadilah agen perubahan dan ambil bagian dalam revolusi plastik ini.

"Jadilah agen perubahan untuk generasi masa depan kita. Berhenti membuang sampah sembarangan dan selamatkan kita semua"

Promosikan kepemilikan dan tanggung jawab melalui kegiatan program jangka pendek, menengah dan panjang yang akan berkontribusi untuk mengubah perilaku masyarakat dalam membuang sampah sembarangan.



RANGKUMAN DARI **WAWASAN**



Apa yang menjadi sumber informasi Buku Panduan ini?

Beberapa rangkaian kegiatan telah dilakukan untuk mendapatkan poin utama untuk dicantumkan dalam Buku Panduan ini. Pemetaan dari inisiatif yang sudah berjalan memberikan gambaran karakteristik dari kampanye yang sukses. Upaya sebelumnya telah dilakukan untuk mendapatkan pedoman dalam buku panduan ini. Pemetaan inisiatif yang ada memberikan contoh karakteristik utama suatu kampanye yang sukses.

Pemuka pendapat memberikan pendapat terhadap persepsi umum dan hambatan setiap orang dalam menghadapi perubahan perilaku membuang sampah sembarangan. Wawasan budaya memberikan gambaran mengenai konteks lokal dan instrumen untuk menyampaikan pesan yang lebih akurat dan tepat.

Terakhir, studi lokasi tempat buang sampah sembarangan memberikan informasi yang lebih spesifik tentang tipe audiens dan pemangku kepentingan, serta perilaku dan hambatan utama masyarakat.

Pemetaan Inisiatif

Bagaimana karakteristik dari kampanye stop buang sampah sembarangan?

- Kampanye yang difokuskan di lokasi tertentu cenderung lebih berhasil/sukses ketika fokus pada masalah dalam konteks lokal.
- Kampanye stop buang sampah sembarangan yang menyediakan konten dan mengedukasi masyarakat mengenai isu yang ada memiliki tingkat keterlibatan dan partisipasi yang lebih tinggi.
- Kegiatan bersih-bersih menjadi kegiatan paling populer yang dapat digunakan untuk menciptakan kesadaran dan memotivasi peserta untuk mengubah perilaku.
- Pesan positif dan meyakinkan yang fokus pada komitmen individu dan hal-hal yang dapat menimbulkan rasa bangga di masyarakat.
- Berupaya melibatkan masyarakat dan menghubungkannya dengan inisiatif lokal lainnya.
- Keberhasilan diukur dari jumlah orang yang terlibat dalam program edukasi/kegiatan bersih-bersih, pelibatan pemangku kepentingan, dan jumlah sampah terkumpul di setiap aktivitas.

Wawasan Budaya

Apa konten pesan yang perlu dipertimbangkan untuk membuat kampanye sukses dan dapat terhubung dengan target peserta?

- Membuat pesan menarik yang mengangkat nilai moral dan ide mulia.
- Membangun rasa bangga terhadap komunitas lokal dengan ajakan bertindak dalam program edukasi atau relawan bersih-bersih.

Dalam mendesain materi kampanye, fitur konten yang dapat diterapkan antara lain sebagai berikut:

- Visual menggunakan warna dan infografik tradisional yang mengekspresikan budaya Indonesia.
- Gunakan gambar sederhana & jujur yang menyoroti masyarakat lokal.
- Dukung gambar dengan konten tertulis. Ciri konten media sosial paling populer adalah visual dan teks yang dapat dijadikan sebagai media diskusi di antara peserta.

Wawasan dari Pemuka Pendapat

Bagaimana anggapan pemuka pendapat tentang perilaku buang sampah sembarangan?

- Masyarakat membutuhkan edukasi dan informasi untuk memahami bahwa kebiasaan buang sampah sembarangan merupakan perilaku negatif dibandingkan solusi pengelolaan sampah konvensional saat ini.
- Dalam ruang publik, perilaku buang sampah sembarangan didukung oleh sindrom NIMBY dan persepsi "ada orang lain yang bertanggung jawab akan hal itu"
- Kegiatan bersih-bersih seharusnya didukung dengan program edukasi bagi peserta yang terlibat.
- Inisiatif yang melibatkan masyarakat seharusnya memberikan solusi nyata. Jika tidak, perubahan perilaku tidak akan efektif.
- Dukungan pemerintah dalam penegakan hukum, pengawasan, dan sistem yang baik diperlukan untuk mendukung inisiatif baru tentang perilaku stop buang sampah sembarangan.

Studi Lapangan

Pasar tradisional dan area bantaran sungai menjadi lokasi studi untuk mengonfirmasi fakta-fakta dalam perilaku stop buang sampah sembarangan. Berikut adalah kegiatan yang dilakukan dalam studi lapangan:

- Mengonfirmasi persepsi umum tentang tingginya kebiasaan membuang sampah plastik sembarangan di area tertentu.
- Mengidentifikasi penyebab spesifik dari tidak diinginkannya perilaku tidak membuang sampah sembarangan, seperti persepsi dan hambatan struktural selama survey dan observasi lapangan.
- Mengidentifikasi target peserta inisiatif stop buang sampah sembarangan.
- Mengidentifikasi pemangku kepentingan utama, peran masing-masing dan tingkat partisipasi.
- Mengidentifikasi potensi area yang tepat untuk melaksanakan proyek percontohan kampanye stop buang sampah sembarangan.

PERSIAPKAN PETA JALAN KAMPANYE ANDA

Lima langkah mudah untuk memulai kampanye



PETA JALAN KAMPANYE

Buat inisiatifmu dengan 5 langkah sederhana ini.

Membuat kampanye yang berhasil untuk Stop Buang Sampah Sembarangan sebenarnya mudah dan intuitif. Ikuti lima langkah ini dan mari memulai kampanye Anda!

01

TARGET PESERTA

Bagaimana Anda mengidentifikasi target peserta?

Identifikasi **target peserta** untuk kampanye Stop Buang Sampah Sembarangan berdasarkan lokasi:

- Ruang publik
- Ruang nonpublik

02

PERILAKU UTAMA DAN HAMBATAN

Apa yang menjadi hambatan untuk mengubah perilaku membuang sampah sembarangan?

Tinjau **perilaku umum dan spesifik, serta hambatan struktural** yang diidentifikasi dalam buku Panduan.

03

PELIBATAN PEMANGKU KEPENTINGAN

Siapa yang dapat mendukung inisiatif?

Identifikasi **pemangku kepentingan** yang memiliki akses/koneksi ke dalam komunitas/target peserta. Selain itu, pemangku kepentingan yang memiliki pengaruh/kepemimpinan/ wewenang menjadi contoh positif yang kuat. **Libatkan mereka** dalam peningkatan kesadaran dan **ciptakan rasa kepemilikan** dengan menjadikan mereka bagian dari inisiatif.

04

PESAN DAN MEDIA

Apa jenis pesan dan media yang menarik untuk disampaikan kepada peserta?

Identifikasi jenis pesan berdasarkan target peserta dan perilaku utama. Pertimbangkan **jenis pesan yang akan beresonansi** dengan peserta dan **gaya desain yang menarik** bagi target peserta. Pilih **media yang sesuai** untuk menyampaikan inisiatif.

05

PEMANTAUAN DAN EVALUASI

Bagaimana mengukur keberhasilan suatu kampanye?

Pantau kemajuan kampanye dan hasil/dampak dari perilaku yang menjadi fokus kampanye. **Tetapkan parameter keberhasilan** sesuai dengan perilaku yang diinginkan dan fokus kampanye/jenis kegiatan.

BAGAIMANA CARA MENGIDENTIFIKASI TARGET PESERTA?

Masyarakat di Ruang Publik

Pengguna fasilitas umum biasanya memiliki rasa kepemilikan yang rendah. Pengguna dalam area ini juga bervariasi dan dapat terus berubah.

Contoh pengguna tersebut di antaranya:

- Turis/wisatawan ;
- Komuter ;
- Pengunjung ;
- Vendor ;
- Pelanggan.

Gambar-gambar di bawah ini menunjukkan beberapa contoh ruang publik. Ruang publik dapat dikategorikan sebagai ruang nonpublik jika pengguna ruang publik memiliki rasa kepemilikan yang kuat terhadap area tersebut.



Contoh : Jalan dan trotoar menjadi area di mana sampah yang dibuang sembarangan mudah ditemukan.

Masyarakat di Ruang Nonpublik

Masyarakat memiliki rasa kepemilikan yang lebih kuat di area ini. Daerah-daerah ini cenderung ditempati oleh rumah tangga berpendapatan rendah dengan akses terbatas terhadap layanan pengangkutan sampah.

Contoh masyarakat tersebut adalah:

- Komunitas (komunitas RTRW) termasuk komunitas tepi sungai, dan desa pedalaman dengan akses jalan terbatas ;
- Siswa, termasuk siswa prasekolah/TK hingga siswa sekolah menengah, dan sekolah khusus ; Melibatkan orang tua sebagai peserta sekunder karena orang tua memiliki pengaruh terhadap keputusan anak-anaknya.
- Rumah tangga/keluarga, atau khususnya ibu rumah tangga.

Kedua gambar di bawah ini menunjukkan beberapa contoh ruang nonpublik.



Contoh: Bantaran sungai menjadi pemukiman dan tempat tinggal bagi beberapa orang.

APA YANG MENJADI HAMBATAN UTAMA DALAM MENGUBAH PERILAKU BUANG SAMPAH SEMBARANGAN?

Membuang sampah sembarangan umum dilakukan mayoritas masyarakat Indonesia

Orang menganggap bahwa sampah yang dihasilkan bukan tanggung jawab mereka

Membuang sampah sembarangan tidak memberikan dampak besar bagi lingkungan

Membuang sampah sembarangan mudah dilakukan

Not in my backyard (NIMBY)

Kurangnya infrastruktur dan jasa pengangkutan sampah

Kurangnya pengangkutan sampah rutin

Perilaku Penghambat Umum - Masyarakat di Ruang Publik dan Nonpublik

Membuang sampah sembarangan telah umum dilakukan oleh mayoritas masyarakat di Indonesia.

"Saat ini, membuang sampah sembarangan sudah menjadi budaya dan kebiasaan," Priadi Wibisono, koordinator Trash Hero Jakarta. Selain itu, sebagian orang akan berpendapat "Area ini sudah terlanjur kotor/tercemar, jadi tidak ada bedanya meskipun saya membuang sampah sembarangan di sini".

Orang menganggap bahwa sampah yang dihasilkan bukan tanggung jawab mereka. Mereka percaya bahwa ada seseorang yang akan membersihkan area tersebut dan membersihkan sampah yang dibuang sembarangan menjadi tugas dan tanggung jawab pemerintah daerah.

Membuang sampah sembarangan tidak akan mengakibatkan dampak yang besar pada lingkungan. "Karena (sampah saya) hanya sedikit, lingkungan dapat menanggungnya."

Membuang sampah sembarangan mudah dilakukan. "Banyak orang beranggapan bahwa sampah itu kotor, menjijikkan dan bukan sesuatu yang perlu disimpan," Kaisar, Ketua Umum Maritim Muda. Jadi, membuang sampah sembarangan menjadi cara cepat untuk mengelola sampah. "Orang ingin membuang sampah mereka sesegera mungkin, kadang terlepas dari ada atau tidaknya tempat sampah di sekitar mereka", Novrizal Tahar, Direktur Pengelolaan Sampah, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

Perilaku Penghambat Spesifik - Masyarakat di Ruang Publik

Masyarakat di fasilitas umum biasanya memiliki sindrom "Not in My Backyard" (NIMBY). "Di area publik, mayoritas orang memiliki rasa kepemilikan yang rendah, sehingga orang menjadi kurang peduli dalam merawat fasilitas umum," Gede Marteda, Direktur Program, Clean Action.

Hambatan Struktural Umum

Kurangnya infrastruktur dan jasa pengumpulan sampah. Orang lebih cenderung membuang sampah sembarangan di daerah pedesaan dan pinggiran kota, tempat di mana jasa pengelolaan sampah minim. Mereka membuang sampah mereka ke saluran air, jika mereka tinggal di sepanjang sungai, atau membuang sampah mereka di pasar tradisional terdekat.

Kurangnya frekuensi pengumpulan sampah. "(Di Muncar, lebih dari) 90% orang tidak membuang sampah sembarangan, tetapi beberapa masih melakukannya karena mereka tak bisa menunggu pengumpulan sampah. Sampah mereka dikumpulkan 3x seminggu," Ibu Nur, pimpinan Project Stop.



SIAPA PEMANGKU KEPENTINGAN YANG HARUS DILIBATKAN?

Terdapat dua tipe pemangku kepentingan yang dapat dilibatkan untuk mendukung inisiatif yang digagas.

A. Pemangku kepentingan yang dapat menyediakan akses ke masyarakat

Para pemangku kepentingan ini biasanya bekerja dengan masyarakat dan telah menjalin hubungan dengan masyarakat. Para pemangku kepentingan di sebelah kanan adalah contoh jenis pemangku kepentingan ini. Terdapat kelompok pemangku kepentingan lain yang dapat memberi Anda akses ke komunitas, yang dapat Anda gunakan untuk inisiatif Anda.



B. Pemangku kepentingan yang memiliki pengaruh/ kepemimpinan/ wewenang untuk memberikan contoh positif

Pemangku kepentingan ini adalah mereka yang dapat menjadi teladan bagi masyarakat sebagai orang yang dihormati/didengarkan. Mereka bertindak sebagai panutan untuk memotivasi masyarakat dalam melakukan perubahan perilaku positif atau memiliki wewenang untuk mengatasi hambatan struktural yang menghalangi masyarakat untuk mengubah perilaku.



A. PEMANGKU KEPENTINGAN YANG DAPAT MENYEDIAKAN AKSES KE MASYARAKAT

Berikut adalah contoh beberapa pemangku kepentingan yang dapat menyediakan akses terhadap masyarakat. Selain daftar berikut, mungkin terdapat pula pemangku kepentingan lainnya yang dapat dilibatkan dalam inisiatif.

Yayasan bekerja sama dengan masyarakat yang memiliki pemahaman dan praktik pengelolaan sampah yang baik. Mereka dapat memberikan arahan bagi masyarakat dengan konsisten melalui program pendidikan dan kegiatan aksi seperti kegiatan bersih-bersih dan inisiatif lainnya.

Kelompok masyarakat akan mendukung inisiatif baru yang akan bermanfaat bagi komunitas lokal mereka. Mereka dapat memengaruhi masyarakat untuk mengambil bagian dalam inisiatif dengan menekankan manfaat dari inisiatif untuk komunitas mereka.

Institusi lokal dapat dilibatkan berdasarkan tempat komunitas berkumpul dan berinteraksi satu sama lain. Misalnya, dalam Proyek STOP, klinik dan departemen kesehatan dilibatkan untuk menyampaikan inisiatif kepada masyarakat.



B. PEMANGKU KEPENTINGAN YANG MEMILIKI PENGARUH/KEPEMIMPINAN/WEWENANG YANG KUAT UNTUK MEMBERIKAN CONTOH POSITIF

Influencer yang relevan dengan komunitas dapat dilibatkan untuk berpartisipasi dan memimpin dengan memberi contoh. Perilaku positif yang mereka bagikan akan memotivasi orang untuk mengadopsi perilaku tersebut.



©Sea Soldier

Nadine Chadnrawinata, co-founder Sea Soldier

Pemerintah Daerah / Pimpinan Lembaga memiliki wewenang untuk menyediakan infrastruktur, peraturan stop buang sampah sembarangan, dan menegakkan hukum. Pada saat yang sama, mereka dapat mengarahkan masyarakat untuk mengubah perilaku membuang sampah sembarangan dengan menjadi contoh positif.



©Kang Pisman

Pemerintah Kota Bandung dalam Forum Group Discussion (FGD) untuk membahas peraturan tentang pengurangan penggunaan kantong plastik.

Tokoh masyarakat dapat memberdayakan masyarakat untuk mengambil tindakan dalam menyelesaikan masalah pengelolaan sampah dengan mempertimbangkan budaya dan nilai-nilai. Mereka dapat memberikan contoh positif kepada masyarakat dengan terlibat dalam inisiatif dan menjadi panutan.



©Gerakan Ciliwung Bersih

Pemerintah kota Bandung dan tokoh masyarakat terlibat dalam aksi bersih-bersih Sungai Cilimus.



©Pulau Plastik

Gede Robi Navicula, selebriti musik rock dalam film Pulau Plastik.



©Waste4Change

Mohamad Bijaksana Junerosano, Pendiri dan Managing Director Waste4Change, inisiator Jambore Indonesia Bersih Bebas Sampah.

BAGAIMANA CARA MENGHUBUNGI/MELIBATKAN PEMANGKU KEPENTINGAN?

Berikut ini adalah langkah sederhana untuk menghubungi dan melibatkan pemangku kepentingan relevan mulai dari awal perencanaan kampanye Anda:

1

Kirim **surat permohonan kerja sama** kepada institusi yang dituju. (Beberapa institusi mungkin akan meminta Anda untuk mengirimkan proposal kampanye sebagai lampiran surat).

2

Hubungi kembali narahubung di institusi tersebut untuk menanyakan tanggapan atas permohonan kolaborasi. Anda mungkin akan diminta untuk menjadwalkan sesi pertemuan dengan mereka untuk mendiskusikan proposal Anda dan tujuan kolaborasi.

Tips: Setelah menyerahkan surat/proposal, hubungi pihak yang bertanggung jawab/narahubung secara berkala. Terkadang, dibutuhkan usaha yang persisten untuk dapat berhasil berkolaborasi.

3

Ketika Anda telah menerima persetujuan untuk kolaborasi, buat **Memorandum of Understanding/Nota Kesepahaman (MoU)** yang dapat mendefinisikan peran pemangku kepentingan yang telah Anda libatkan untuk kolaborasi Anda.

4

Libatkan pemangku kepentingan tersebut selama perencanaan dan pelaksanaan kampanye. Undang mereka untuk bergabung dalam aktivitas kampanye, lakukan pemantauan dan evaluasi dan kirimkan mereka laporan berkala agar mereka tetap mendapat informasi tentang jalannya kampanye.

5

Buat laporan akhir dari aktivitas/kampanye untuk pemangku kepentingan, termasuk poin evaluasi untuk perbaikan di masa depan, untuk menutup proyek, dan untuk berterima kasih kepada mereka atas keterlibatan dan dukungannya.



BAGAIMANA CARA MENGHUBUNGI/MELIBATKAN PEMANGKU KEPENTINGAN?

Berikut adalah contoh surat dan MoU yang dapat dijadikan inspirasi:

Surat Kerja sama

Waste4Change
Alun-alun Utara
Bumipala Vida Bekasi
Mustika Jaya – Padurenan
Bekasi Timur 17156 Jawa Barat
Indonesia
+62 21 2937 2308 | www.waste4change.com



Nomor : 013-ADM-1-KLR-VI-2019
Perihal : Penawaran Kerja sama Program 3R School Innovation
Lampiran : 1 Bundle Proposal

Kepada Yth.
Bapak / Ibu Kepala Sekolah
SMA Negeri 28 Jakarta

Mayoritas sistem pengelolaan sampah saat ini hanya memindahkan sampah yang tidak terpilah dari sumbernya, langsung menuju ke tempat pemrosesan akhir (TPA). Jika dilihat dari jangka pendek sistem tersebut memang memudahkan kita, akan tetapi dalam jangka panjang sistem pembuangan sampah tersebut memiliki potensi yang berbahaya bagi kehidupan. Sistem ini memang mudah dan cepat, namun sebenarnya menyimpan banyak potensi permasalahan. Kami percaya bahwa sampah bukanlah produk akhir. Maka, penerapan prinsip 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) adalah hal penting untuk memperpanjang siklus hidup material. Oleh karena itu, tujuan kami adalah mengubah sistem persampahan yang biasanya langsung dibuang ke TPA, menjadi sistem persampahan yang lebih bertanggung jawab.

Waste4Change sebagai sebuah kewirausahaan sosial yang bergerak di isu lingkungan menginisiasi Program 3R School Innovation. Didukung oleh Gerakan Indonesia Bersih sebagai salah satu program pemerintahan yang mendukung perubahan perilaku dalam mengelola sampah. Pendampingan Bijak Kelola Sampah didesain sebagai sebuah langkah untuk meningkatkan kesadaran siswa akan pentingnya pengelolaan sampah bertanggung jawab. Serta, membentuk perilaku bijak pengelolaan sampah pada setiap masing-masing siswa.

Melalui surat ini, kami menawarkan kepada SMA Negeri 28 Jakarta untuk mendaftarkan sekolahnya dan mengikuti Program 3R School Innovation yang akan diselenggarakan pada bulan Agustus – Desember 2019 pada link sebagai berikut: bit.ly/3RSInnovation.

Program 3R School Innovation merupakan salah satu kegiatan pendampingan bagi siswa/i dalam peningkatan kesadaran untuk mengubah perilaku siswa/i dari kebiasaan buang sampah sembarangan di sekolah dan kehidupan sehari-hari, dan juga belajar mengelola sampah secara bertanggung jawab. Siswa juga akan mendapatkan pengalaman pelatihan dengan pendekatan multidisiplin aspek seperti Sains, Teknologi, Lingkungan dan Matematika dalam menyelesaikan masalah sampah di lingkungan sekolah.

Untuk informasi lebih lanjut mengenai program tersebut, ataupun sekolah memiliki opsi lain dapat menghubungi Sdri. Bilqis Rulista Al-Zahra sebagai Project Executive di nomor 0812-xxxx-xxxx dan email: bilqis.rulista@waste4change.com.

Bekasi, 25 Juli 2019
PT Waste4change Alam Indonesia

M. Bijaksana Junerosano
Managing Director PT Waste4Change Alam Indonesia

Nota Kesepahaman

PERJANJIAN KERJASAMA 3R SCHOOL INNOVATION PROGRAM ANTARA PT WASTE4CHANGE ALAM INDONESIA DENGAN SMAN/SMKN

No: 029-ADM-5-KLR-VII-2019

Perjanjian 3R School Innovation Program ini ditandatangani pada hari kamis, tanggal 01-08-2019 oleh dan antara:

- Nama : Ridho Malik Ibrahim
Nama Instansi : PT Waste4Change Alam Indonesia
Alamat : Gedung SUB, Jalan Alun-alun utara Bumipala Vida Bekasi Kel. Padurenan Kec. Mustika Jaya Bekasi Timur, Jawa Barat
Jabatan : Strategic Service Manager
No Telpn : 021 2937 2308

(Dalam hal ini mewakili instansi dan selanjutnya disebut sebagai PIHAK PERTAMA)
- Nama : Tri Wuryanti, S.Pd
Nama Instansi : SMA NEGERI 34 JAKARTA
Alamat : Jl. Marsatwa Raya n ok
Jabatan : Waka. Sarpras dan Humas
No Telpn : 085xxxxxxx

(Dalam hal ini mewakili instansi dan selanjutnya disebut sebagai PIHAK KEDUA.)

Berdasarkan pihak yang telah disebutkan diatas, dengan ini para pihak sepakat untuk mengikat diri dalam perjanjian kerjasama 3R School Innovation Program dengan syarat dan ketentuan sebagai berikut ini:

Ketentuan Umum

- 3R School Innovation Program
3R School Innovation Program adalah program yang dirancang untuk mengenalkan dan memberikan pemahaman kepada siswa sekolah dalam pengelolaan sampah prinsip 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*).
- Tujuan Program
Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran warga sekolah akan pentingnya pengelolaan sampah secara bertanggung jawab sehingga warga sekolah mampu menerapkan 3R di lingkungan sekitar.
- Aktivitas Program
Program ini terdiri dari 2 fase, yakni :
- Fase 1 : Edukasi Bijak Sampah (EDUBIS), Akademi Bijak Sampah (AKABIS) dan Volunteer Day
- Fase 2 : Design Thinking Training dan Science Project Festival.
- Durasi Program
Program akan berlangsung pada rentang bulan Agustus 2019 – Desember 2019.

Ruang Lingkup Pihak Pertama

- Pihak Pertama berkewajiban memberikan sesi pelatihan dan pendampingan yang terdiri dari aktivitas utama program seperti: AKABIS, EDUBIS, Task Force Formation, Volunteer Day, Design Thinking Training, dan Science Project Festival.
- Pihak Pertama berhak mendapatkan dukungan penuh dari Pihak Kedua selama menjalankan program.

Ruang Lingkup Pihak Kedua

- Pihak Kedua berkewajiban mengikuti seluruh rangkaian 3R School Innovation Proram yang telah dijadwalkan oleh Pihak Pertama dan berkomitmen untuk mengikuti program hingga selesai.
- Pihak Kedua berkewajiban mendukung Pihak Pertama dalam menjalankan 3R School Innovation Program.
- Pihak Kedua berhak mendapatkan pendampingan dan fasilitas dari Pihak Pertama selama program berlangsung.
- Setiap kegiatan yang di posting melalui sosial media wajib mencantumkan hashtag #DOW3RSchool #BijakKelolaSampah #RecycleMoreWasteLess #IndonesiaBersihSampah2025

Ketentuan Lain-Lain.

- Sekolah yang mengikuti 3R School Innovation Program tidak dipungut biaya.
- Pihak Pertama maupun Pihak Kedua wajib mengikuti dan melaksanakan program hingga selesai dengan menjalankan perannya masing-masing sesuai yang telah dijelaskan pada poin diatas.

Penutup

Demikian perjanjian kerjasama ini dibuat serta diketahui oleh masing - masing dari PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA.

PIHAK PERTAMA
Strategic Service Manager
Waste4Change

Ridho Malik Ibrahim

PIHAK KEDUA
Penanggung Jawab
SMKN 41 Jakarta

Tri Wuryanti, S.Pd

DAFTAR PEMANGKU KEPENTINGAN

Berikut adalah contoh pemangku kepentingan yang mungkin dapat dilibatkan untuk kampanye Anda.

Pemerintah Pusat



Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman

Website: maritim.go.id
Instagram: @kemenkomaritim
Twitter: @kemaritiman
Facebook: KemenkoMaritim



Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK)

Website: menlhk.go.id
Instagram: @kementerianlhk
Twitter: @kementerianlhk
Facebook: HumasKemenLHK



Kementerian Kelautan Dan Perikanan (KKP)

Website: kkp.go.id
Instagram: @kkpgoid
Twitter: @kkpgoid
Facebook: Kementerian Kelautan dan Perikanan RI



Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

Website: kemdikbud.go.id
Instagram: @kemdikbud.ri
Twitter: @Kemdikbud_RI
Facebook: Kemdikbud.RI



Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR)

Website: pu.go.id
Instagram: @kemenpu
Twitter: @kemenpu
Facebook: KemenPUPR

Pemerintah Daerah

Dinas Lingkungan Hidup (DLH)



DLH Jakarta

Website: lingkunganhidup.jakarta.go.id
Instagram: @dinaslhdkj
Twitter: @dinaslhdkj
Facebook: Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta



DLH Bandung

Website: dlhk.bandung.go.id
Instagram: @dlhk_kotabandung
Twitter: @dlhk_kotabdg
Email: dlhkkota@bandung.go.id

NGO Nasional



Pandu Laut Nusantara

Website: pandulaut.org
Instagram: @pandulaut.id
Twitter: @pandulaut



Sea Soldier

Instagram: @seasoldier_
Twitter: @seasoldier_
Facebook: Sea Soldier North Sulawesi



Trash Hero

Website: trashhero.org
Instagram: @trashheroindonesia
Twitter: @trashheroJKT
Facebook: TrashHeroIndonesia



World Cleanup Day

Website: worldcleanupday.org
Instagram: @worldcleanupdayindonesia
Twitter: @WCUDID
Facebook: idiindonesia

Kelompok Masyarakat

Ketua RT/RW

Seorang tokoh masyarakat yang memiliki pengaruh/kepemimpinan/dapat memberikan contoh positif yang kuat kepada masyarakat.



Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) tingkat kota/RW

Website: tppkk-pusat.org

Tim Penggerak PKK DKI Jakarta

Instagram: @pkkjakarta
Facebook: PKK Jakarta

Tim Penggerak PKK DKI Bandung

Website: tppkk.bandung.go.id
Instagram: @tp_pkk_kota_bandung
Twitter: @pkk_kotabdg
Facebook: PKK Kota Bandung 2018 - 2013



Karang Taruna

Kelompok anak muda (17 - 35 tahun) di dalam masyarakat yang membantu mengurus kegiatan dan acara yang diadakan RT/RW

BAGAIMANA DESAIN DAN JENIS PESAN YANG MENARIK UNTUK DIAPLIKASIKAN PADA INISIATIF?

Analisis terhadap konten yang dibuat dan dikonsumsi di beberapa pasar Indonesia di seluruh platform media sosial dan pencarian telah dilakukan. Dari analisis ini, wawasan budaya, jenis pesan umum, dan gaya desain yang menarik diidentifikasi.

Pesan yang akan menarik perhatian masyarakat

Menyusun pesan untuk kampanye harus berdasarkan identifikasi siapa target peserta yang disasar dan apa hambatan perubahan perilaku mereka. Tema konten populer yang diidentifikasi dari wawasan budaya dapat diterapkan pada inisiatif Anda untuk memastikan bahwa pesan akan melibatkan peserta yang dituju.

Gaya desain yang akan menarik masyarakat

Ketika mendesain materi kampanye, desain menarik yang diidentifikasi dari wawasan budaya dapat diaplikasikan untuk memastikan desain dari materi akan menarik perhatian peserta agar semangat untuk terlibat dalam inisiatif tersebut.

Target Peserta

Beberapa jenis pesan dan gaya desain sangat relevan untuk kelompok orang tertentu (kanan). Perhatikan pembagian kelompok peserta untuk menyesuaikan pesan yang dapat melibatkan target sasaran secara efektif.



ELEMEN BUDAYA YANG DAPAT DIGUNAKAN DI DALAM PESAN



Rasa memiliki identitas lokal yang kuat dapat digunakan untuk melibatkan masyarakat.

Mereka bangga menyoroti kejadian lokal dalam kehidupan sehari-hari mereka. Orang-orang merasa terhubung dengan tempat-tempat familiar dan kehidupan sehari-hari.

Inisiatif dapat menggunakan pesan yang menekankan perlunya melindungi identitas lokal mereka, terutama untuk peserta di ruang nonpublik.

Orang tua muda



Memberdayakan orang untuk menjadi agen perubahan.

Tema yang saat ini umum dalam film-film Indonesia menampilkan perjalanan heroik untuk memulihkan ketertiban setelah gangguan dalam kehidupan sehari-hari (contoh: penyakit, kejahatan). Tema ini memotivasi orang untuk menjadi agen perubahan dalam komunitas mereka.

Inisiatif dapat menunjukkan dampak membuang sampah sembarangan kepada peserta yang tidak melihat sampah sebagai masalah bagi lingkungan dan mengajak mereka untuk menjadi bagian dari solusi dengan mengembalikan lingkungan ke kondisi bersih sebagai agen perubahan.

Generasi muda

Orang tua muda



Nilai-nilai yang diambil dari ajaran agama sangat menarik.

Konten dengan makna dan tujuan yang diambil dari ajaran agama, namun tidak secara langsung merujuk ayat-ayat kitab suci, dapat meningkatkan keterlibatan peserta.

Inisiatif dapat menyoroti peran individu dalam melindungi planet ini sebagai penjaga bumi yang baik. Hal ini dapat digunakan untuk menekankan bahwa keberadaan sampah di sekitar peserta menjadi tanggung jawab mereka.

Wanita

Orang tua di atas 35

DESAIN YANG MENARIK BAGI PESERTA



Konten jujur yang menitikberatkan integrasi di dalam masyarakat lebih menarik bagi publik.

Pengguna media digital sehari-hari tidak secara langsung menginginkan gaya hidup influencer. Sebaliknya, mereka lebih suka menyoroti integrasi mereka dengan komunitas, tidak seperti influencer yang cenderung berjarak dari massa.

Inisiatif dapat menggunakan gambar-gambar dengan konten jujur untuk mempromosikan perilaku stop buang sampah sembarangan dan praktik-praktik menyimpan sampah di tempat yang tepat.

Generasi muda



Visual harus sangat didukung oleh konten tekstual.

Gambar yang disertai dengan konten tekstual (fakta, debat, dialog) sangat menarik bagi masyarakat Indonesia. Jenis infografis ini mempromosikan diskusi dan debat seputar tema tertentu dengan melibatkan peserta dalam konten yang akan datang atau langkah selanjutnya di kolom komentar.

Dukungan gambar yang disertai konten tekstual dan percakapan seputar masalah juga dampak membuang sampah sembarangan dapat diterapkan ketika merancang dan membagikan materi kampanye di media digital.

Orang tua muda

Orang tua diatas 35



Estetika tradisional dan gaya penulisan seperti wayang, pantun, cerita rakyat perlu diintegrasikan dalam visual.

Warna dan estetika gaya tradisional yang merefleksikan ekspresi budaya Indonesia dapat digunakan sebagai konten populer.

Materi kampanye dapat didesain dengan gaya tradisional yang disesuaikan dengan selera peserta. Gaya sastra tradisional seperti pantun dapat diterapkan untuk mendesain pesan yang ingin disampaikan.

Generasi muda

IDENTIFIKASI KEBERHASILAN DAN HAL-HAL YANG PERLU DIPERBAIKI



Setelah kampanye berjalan, **bagaimana kita menentukan apakah kampanye berhasil dalam mengubah perilaku menjadi perilaku stop buang sampah sembarangan sesuai yang diinginkan?**

Perubahan perilaku membutuhkan waktu dan upaya terus-menerus, sehingga pembelajaran dari pemantauan & evaluasi rutin akan membantu menjaga kampanye berkelanjutan dan relevan. Pertimbangkan parameter berikut untuk mengukur keberhasilan kampanye Anda. Jangan ragu untuk mengatur parameter lain yang mungkin lebih sesuai untuk konteks Anda.

EVALUASI

Nilai kinerja inisiatif Anda setelah dieksekusi.



Orang yang terlibat
Peserta/relawan



Lokasi yang terlibat
Desa/Kota



Jumlah sampah terkumpul
di akhir kegiatan bersih-bersih (jika bersih-bersih diadakan)

Pemangku kepentingan yang terlibat

LSM, tokoh masyarakat, pemerintah daerah, Influencer, dll.



Jangkauan media sosial:
Pengikut, retweets, penayangan video

Pemantauan

Pantau progress dari inisiatif berkali-kali untuk jangka waktu tertentu.



Jumlah sampah terkumpul dari kegiatan bersih-bersih (kg/ton)
Bandingkan data dari seluruh inisiatif



Gambar sebelum dan sesudah
Ambil gambar di area di mana kegiatan bersih-bersih berlangsung

Apakah ada rencana untuk aplikasi inisiatif di kota/desa lain?

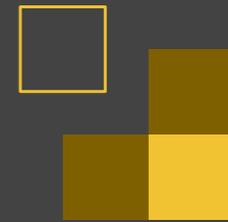
Identifikasi improvisasi infrastruktur/adanya infrastruktur baru (Contoh: frekuensi pengambilan sampah)

Apakah inisiatif tersebut dimasukkan ke dalam upaya yang lebih besar, seperti rencana aksi pemerintah?

Apakah ada bentuk intervensi lokal atau nasional (contoh: dalam hal regulasi) yang diterapkan setelah inisiatif ini berlangsung?

PELAKSANAAN KAMPANYE

Aktivitas jangka panjang dan jangka pendek yang dapat Anda lakukan dan materi yang dapat Anda gunakan untuk kampanye Anda."



INISIATIF JANGKA PANJANG

Kampanye stop buang sampah sembarangan yang menargetkan peserta di area nonpublik, seperti desa di sepanjang tepi sungai, sering membutuhkan jangka waktu keterlibatan yang lebih lama dan melibatkan pengaturan sistem dan fasilitas pengelolaan sampah untuk masyarakat.

Langkah-langkah untuk melakukan inisiatif jangka panjang yang berupa pendampingan masyarakat:

1. Lakukan pendekatan dengan pemimpin komunitas dan libatkan **Pemimpin Komunitas** dalam inisiatif Anda. Beliau akan menjadi orang pertama yang perlu Anda libatkan untuk memiliki akses ke komunitas. Mintalah izin dan keterlibatannya dalam inisiatif Anda.
2. Bentuk **Green Team** di komunitas dengan memilih sekelompok orang atau sukarelawan.
3. Lakukan studi awal dengan Green Team untuk memahami kondisi yang ada atau tingkat kesadaran di masyarakat, dan meninjau pembelajaran dari kampanye lain yang sukses atau identifikasi faktor-faktor keberhasilan kampanye.
4. Persiapkan pertemuan dengan komunitas dan bagikan temuan-temuan dari studi awal kepada mereka.
5. Latih Green Team melalui pembangunan kapasitas dan tingkatkan kesadaran mereka akan masalah sampah. Diskusikan dan buat rancangan rencana kerja untuk masyarakat, termasuk linimasa, kegiatan untuk melibatkan masyarakat, dan sistem pengelolaan sampah.
6. Sampaikan rencana kerja Anda kepada masyarakat dan terapkan rencana kerja sesuai dengan waktu yang dibahas.
7. Pantau dan evaluasi rencana kerja dan inisiatif Anda setiap minggu. Kumpulkan saran dan kritik dari komunitas melalui pertemuan komunitas rutin untuk terus meningkatkan inisiatif agar menjadi lebih baik.
8. Di akhir inisiatif, lakukan studi akhir untuk penilaian akhir tentang efektivitas inisiatif.

Green Team sangat penting untuk keberhasilan inisiatif jangka panjang Anda karena mereka adalah garis depan kampanye Anda. Perhatikan tips berikut untuk memastikan inisiatif Anda dikomunikasikan dengan baik.

- ❑ Green Team harus sabar dalam berkomunikasi dengan anggota masyarakat.
- ❑ Status mereka sebagai Green Team harus diketahui secara hukum.
- ❑ Untuk mendorong keberlanjutan, perubahan anggota Green Team harus dibatasi selama periode waktu tertentu.
- ❑ Pastikan bahwa masyarakat memahami bahwa peran Green Team bertugas untuk membantu pengembangan masyarakat, dan bukan memberikan hadiah/uang untuk masyarakat.
- ❑ Fleksibel untuk menyesuaikan inisiatif dengan kebutuhan masyarakat ketika inisiatif berlangsung.



©Project Stop



©Project Stop

Gambar dari Project Stop yang bekerja dengan masyarakat untuk mengurangi buang sampah sembarangan dan meningkatkan pengelolaan sampah menjadi lebih baik.

KEGIATAN JANGKA PENDEK

Kegiatan-kegiatan ini termasuk acara satu kali atau kegiatan singkat yang dapat diulang secara teratur di lokasi yang berbeda. Berikut adalah beberapa kegiatan jangka pendek / acara satu kali yang dapat Anda lakukan untuk melengkapi kampanye Anda

Kegiatan Bersih-Bersih

Kegiatan bersih-bersih efektif untuk menciptakan kesadaran akan dampak membuang sampah sembarangan dan melibatkan peserta untuk mengambil tindakan dalam menjaga kebersihan lingkungan.

Kegiatan-kegiatan ini dapat dilakukan di area seperti:

- ❑ Pantai, seperti dalam inisiatif World Clean Up Day.
- ❑ Sisi laut dan sungai, seperti Sea Soldier, Gerakan Ciliwung Bersih, dan inisiatif Revolusi Popok Kali Brantas.
- ❑ Tempat umum (misalnya jalanan), seperti dalam inisiatif Gerakan Pungut Sampah.

Cek Clean Up Toolkit di bagian PELUNCURAN KEGIATAN BERSIH-BERSIH untuk mendapatkan rincian lebih lanjut tentang 4P yang Anda butuhkan untuk mengatur kegiatan bersih-bersih Anda.

Program-program Edukasi

Program edukasi seperti lokakarya yang dipimpin oleh para ahli dan kunjungan lapangan ke fasilitas pengelolaan sampah seperti TPA berguna untuk meningkatkan kesadaran tentang tantangan lingkungan yang disebabkan oleh sampah dan sampah plastik laut. Kunjungan lapangan adalah cara yang baik untuk memberi peserta pengalaman langsung menyaksikan dampak limbah yang mereka hasilkan.

Contoh-contoh inisiatif yang secara signifikan berfokus pada penyediaan edukasi adalah Indonesia Youth Marine Debris Summit oleh Divers' Clean Action, dan Maritim Muda Sadar Bersih.



©World Cleanup Day



©Clean Action



©Divers Action



©Maritim Muda

KEGIATAN JANGKA PENDEK

Berikut ini adalah beberapa kegiatan jangka pendek / acara satu kali yang dapat Anda lakukan untuk melengkapi rencana jangka panjang Anda.

Sesi Diskusi/Presentasi di Acara Lokal

Acara lokal adalah platform yang baik untuk meningkatkan kesadaran di komunitas Anda atau kepada target peserta. Gunakan kesempatan acara lokal untuk berbicara dan berbagi masalah solusi pembuangan sampah sembarangan. Menghadirkan skenario ideal tentang bagaimana kawasan akan terlihat tanpa sampah dapat menginspirasi masyarakat untuk bekerja sama dalam mencapai hal yang sama bagi komunitas mereka.

Sesi pelatihan untuk pembicara berguna dalam mempersiapkan pembicara untuk mengomunikasikan topik presentasi secara efektif.

Kegiatan serupa telah dilakukan oleh EcoRanger, Citarum Harum, serta Jambore Indonesia Bersih dan Bebas Sampah.



Keterlibatan Media Sosial

Kiriman rutin yang mempromosikan perilaku stop buang sampah sembarangan di akun media sosial memberikan pengingat tepat waktu kepada peserta untuk peduli terhadap lingkungan dan mempraktikkan perilaku stop buang sampah sembarangan. Kirimannya ini juga dapat dipublikasikan di akun media sosial - dengan tema peristiwa lokal yang terjadi di daerah Anda - untuk mengingatkan peserta tentang bahaya membuang sampah sembarangan.

Kiriman-kiriman ini dapat menyoroti dampak pembuangan sampah sembarangan dan memberikan dorongan bagi orang-orang untuk menjadi agen perubahan dengan menjadi bagian dari solusi, yaitu dengan merawat lingkungan.

Kiriman media sosial dari inisiatif Kang Pisman dan Sea Soldier di sebelah kanan adalah beberapa contoh posting Instagram.



KONTEN UNTUK KAMPANYE

Berikut ini adalah hal-hal yang dapat Anda gunakan, jadikan inspirasi, atau terapkan pada materi kampanye Stop Buang Sampah Sembarangan Anda. Gunakan PANDUAN MATERI KOMUNIKASI sebagai referensi dan mulailah siapkan materi untuk kampanye Anda!

Logo

Gerakan Indonesia Bersih adalah payung dari semua kampanye perubahan perilaku. Logo Gerakan Indonesia Bersih sebagai payung gerakan-gerakan persampahan perlu diletakkan di poster Anda. Tambahkan logo organisasi Anda, dan pemangku kepentingan lain yang telah Anda libatkan (seperti organisasi pemerintah) ke materi kampanye Anda.



Kalender Dinding

Rancang kalender dinding Anda dengan Informasi yang Anda inginkan untuk direfleksikan oleh audiens Anda. Anda dapat memandu audiens Anda melalui perjalanan menuju pengelolaan sampah yang lebih baik dan bahkan menetapkan tujuan mingguan yang dapat dicapai orang, seperti meletakkan sampah mereka di tempat sampah.



Promosi Truk

Bagian belakang truk yang melewati berbagai desa adalah cara yang baik untuk menyebarkan pesan Stop Buang Sampah Sembarangan. Gunakan warna-warna menarik dan pesan-pesan lucu pada poster-poster ini untuk menarik perhatian pengemudi yang mengemudi di belakang truk. Tagar yang ditambahkan ke poster dapat digunakan oleh masyarakat yang mengirim gambar secara online, sehingga jangkauan poster lebih luas.



Kiriman Instagram

Buat kiriman instagram Anda menggunakan fakta tentang pembuangan sampah sembarangan serta pesan seperti pantun yang menarik dan dapat dengan mudah dimengerti. Kiriman juga dapat digunakan untuk melibatkan peserta yang Anda tuju dalam kegiatan ajakan bertindak dan untuk memberi informasi kepada peserta yang Anda tuju.

KONTEN UNTUK KAMPANYE

Berikut ini adalah hal-hal yang dapat Anda gunakan, jadikan inspirasi, atau terapkan pada materi kampanye Stop Buang Sampah Sembarangan Anda.

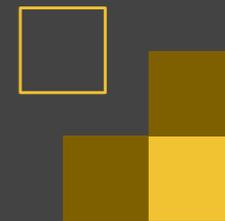
Daftar-daftar Fakta Informatif

Tambahkan fakta-fakta informatif ini terkait dengan sampah ke bahan komunikasi Anda untuk meningkatkan kesadaran target peserta Anda tentang masalah ini.

- ❑ 48% jumlah sampah di Indonesia berasal dari lingkungan rumah tangga (KLHK RI, 2014).
- ❑ Sumber timbulan sampah yaitu dari pasar tradisional (24%), kawasan komersial (9%), dan sisanya dari fasilitas publik (KLHK RI, 2014).
- ❑ Indonesia merupakan negara penyumbang sampah plastik di laut terbesar kedua di dunia, dengan sampah sebanyak 1,29 juta metrik ton per tahun (Jambeck, 2015). Angka ini setara dengan 215 ribu ekor gajah jantan afrika dewasa berbobot 6 ton (National Geographic Indonesia, 2018).
- ❑ 1 toko/gerai menghasilkan 300 lembar kantong plastik per hari dan 50%-nya digunakan sekali pakai dan dibuang (KLHK RI, 2016).
- ❑ 80% sampah di laut berasal dari daratan. (Lidkk., 2016)
- ❑ 8 juta ton plastik dibuang ke laut setiap tahunnya (Jambeck, 2015); ini sama dengan menuangkan isi satu truk sampah per menit ke lautan (World Economic Forum, 2016).
- ❑ Diperkirakan saat ini mikroplastik yang ada di air laut Indonesia jumlahnya ada di kisaran 30 hingga 960 partikel/liter (Pusat Penelitian Oseanografi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, 2018),
- ❑ Antara 4,8 – 12,7 juta metrik ton limbah plastik masuk ke lautan dunia per tahun (Jambeck, 2015).
- ❑ Jenis sampah yang dihasilkan di Indonesia didominasi oleh sampah organik yang mencapai sekitar 60% dan sampah plastik yang mencapai 15% (KLHK RI, 2017).
- ❑ Di kota besar, 1 orang menghasilkan 700 lembar kantong plastik per tahun (Greeneration Indonesia, 2008).
- ❑ Penelitian dari UC Davis dan Universitas Hasanuddin yang dilakukan di pasar Paotere Makassar menunjukkan 28% sampel ikan yang diambil memiliki kandungan plastik di perutnya (Rochman dkk, 2015).
- ❑ Jumlah berat sampah dari kiriman luapan air dari Bogor jika dikonversikan setara dengan berat empat pesawat Boeing kosong tipe jumbo 737-900ER, yaitu 44 ton (Medcom.id, 2019)
- ❑ Timbulan sampah nasional diperkirakan sudah mencapai 175.000 ton per hari atau setara 64 juta ton per tahun. Selain itu, diperkirakan 3,2 juta ton sampah plastik dibuang ke laut setiap tahun. (KLHK RI, 2015)
- ❑ Perkiraan pemakaian sedotan di Indonesia setiap harinya mencapai 93.244.847 batang. Sedotan-sedotan tersebut datang dari restoran, minuman kemasan, dan sumber lainnya. Jumlah sedotan sebanyak itu jika direntangkan akan mencapai jarak 16.784 km, atau sama dengan dengan jarak yang ditempuh dari Jakarta ke kota Meksiko (Divers Clean Action, 2017).

DESAIN MATERI KOMUNIKASI

*Komponen penting yang Anda butuhkan untuk
membuat materi kampanye.*



PANDUAN MATERI KOMUNIKASI

Dukung pesan yang ingin Anda komunikasikan dengan Audiens Anda dengan menggunakan pedoman ini.

01 Promosi Truk



03 Poster Media Sosial



04 Promosi Kalender



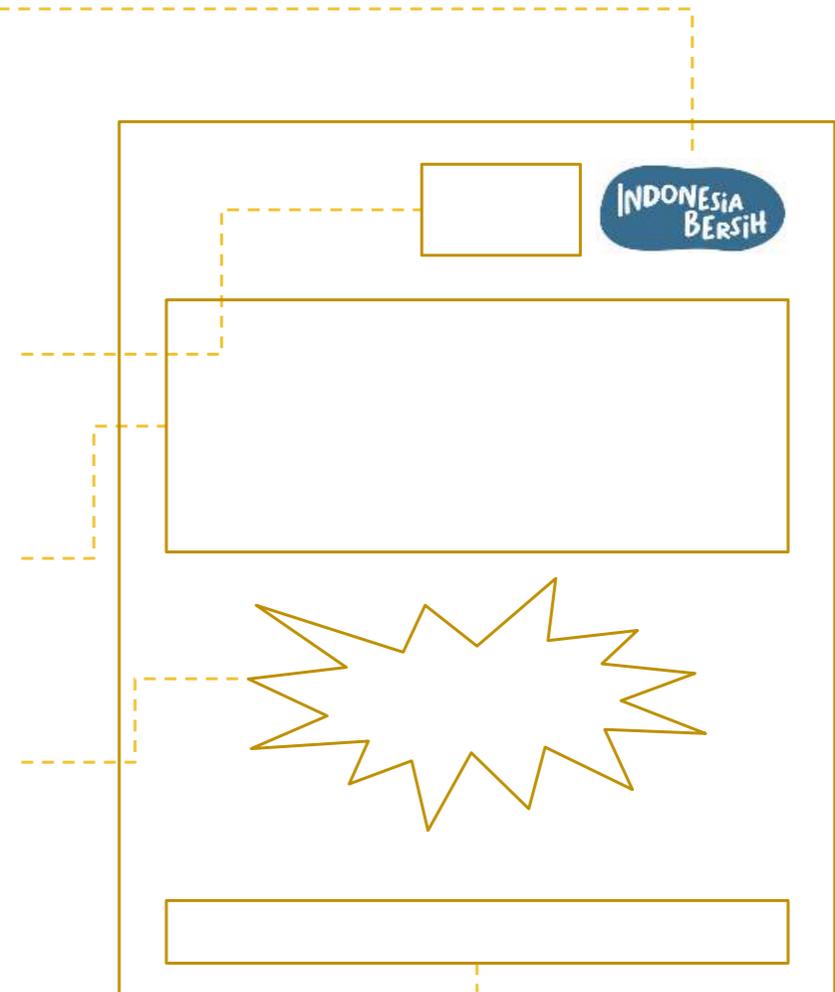
Logo Payung Utama Inisiatif
Logo Gerakan Indonesia Bersih.

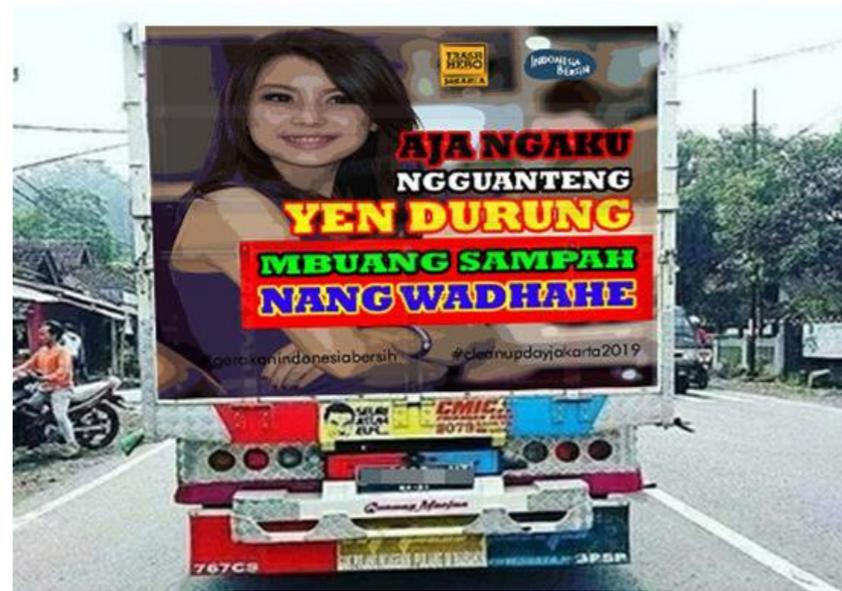
Logo Inisiatif
Tampilkan logo kampanye sehingga orang dapat mengenali kampanye Anda.

Fakta Informatif
Tampilkan informasi tentang isu yang menarik perhatian dan kesadaran target peserta.

Pesan Ajakan
Sertakan pesan yang akan melibatkan dan menarik perhatian target peserta Anda.

Tagar Ajakan Bertindak
Hal ini menjadi kekuatan pendorong utama di balik kampanye Anda.





Karakteristik Utama

- Target audiens di area publik: pengguna jalan.
- Perilaku penghambat utama: NIMBY.
- Luring/promosi outdoor di media bergerak (truk).

Palet Warna:

Kombinasi dari warna yang mencolok seperti merah, biru dan kuning berguna untuk menarik perhatian dari jauh.



Tipografi:

Rockwell Extra Bold

Futura BK BT

Jenis huruf ini mudah dibaca walaupun truk sedang bergerak.

Logo Inisiatif

Logo Trash Hero



Logo Payung Utama Inisiatif

Logo Gerakan Indonesia Bersih



Ajakan Bertindak

Tagar ini memungkinkan masyarakat untuk tetap terkoneksi dengan kampanye melalui media sosial.

Pesan Ajakan

Mengadopsi pendekatan humoris, pesan ini berarti **"Jangan bilang kamu ganteng jika kamu masih buang sampah sembarangan!"**



Karakteristik Utama

- Target audiens di area publik: pengguna jalan.
- Perilaku penghambat utama: NIMBY.
- Daring/promosi media sosial.

Palet Warna:

Nada warna gelap dan terang yang kontras disesuaikan memberikan rasa ketenangan untuk mengikuti apa yang terjadi.



Tipografi:

Futura BK BT

Logo Inisiatif
Waste 4 Change



Logo Payung Utama Inisiatif
Logo Gerakan Indonesia Bersih



Fakta Informatif

Fakta Informatif ini berfungsi untuk menggarisbawahi pentingnya tidak membuang sampah dari mobil. Bunyinya, "80% sampah di laut berasal dari daratan".

Pesan Ajakan

Ini adalah sajak yang berbunyi "Tidak benci orangnya, tapi benci perbuatannya."



Karakteristik Utama

- Target audiens di ruang nonpublik: permukiman.
- Perilaku penghambat utama: Persepsi bahwa mereka tidak bertanggung jawab atas sampah mereka sendiri.
- Daring/promosi media sosial.

Palet Warna:

Palet warna ini merefleksikan tema keceriaan dalam menyampaikan pesan.



Tipografi:

Futura BK BT

Logo Inisiatif

Logo Trash Hero



Tagar

Panggilan Aksi



Logo Payung Utama Inisiatif

Logo Gerakan Indonesia Bersih



Pesan Ajakan

Pesan ini merupakan salah satu bentuk dari pantun. Kegunaan gaya sastra tradisional ini diperlukan untuk menarik perhatian peserta.

Fakta Informatif

Fakta tersebut menyoroti 48% sampah di Indonesia berasal dari rumah tangga.



Karakteristik Utama

- Target audiens di ruang nonpublik: kelompok masyarakat seperti sekolah lokal, ibu rumah tangga yang suka mengumpulkan kalender.
- Perilaku penghambat utama: masyarakat memiliki pola pikir bahwa membuang sampah sembarangan tidak akan berdampak besar pada lingkungan.
- Media Lini Bawah/promosi melalui kalender dinding.

Palet Warna:

Sebagian besar kalender dinding berwarna putih. Pesan dimasukkan dalam kotak biru transparan di sisi kiri agar tidak menghalangi gambar namun masih dapat dibaca dengan mudah. Kombinasi warna disesuaikan dengan templat warna dan Gerakan Indonesia Bersih.



Tipografi:

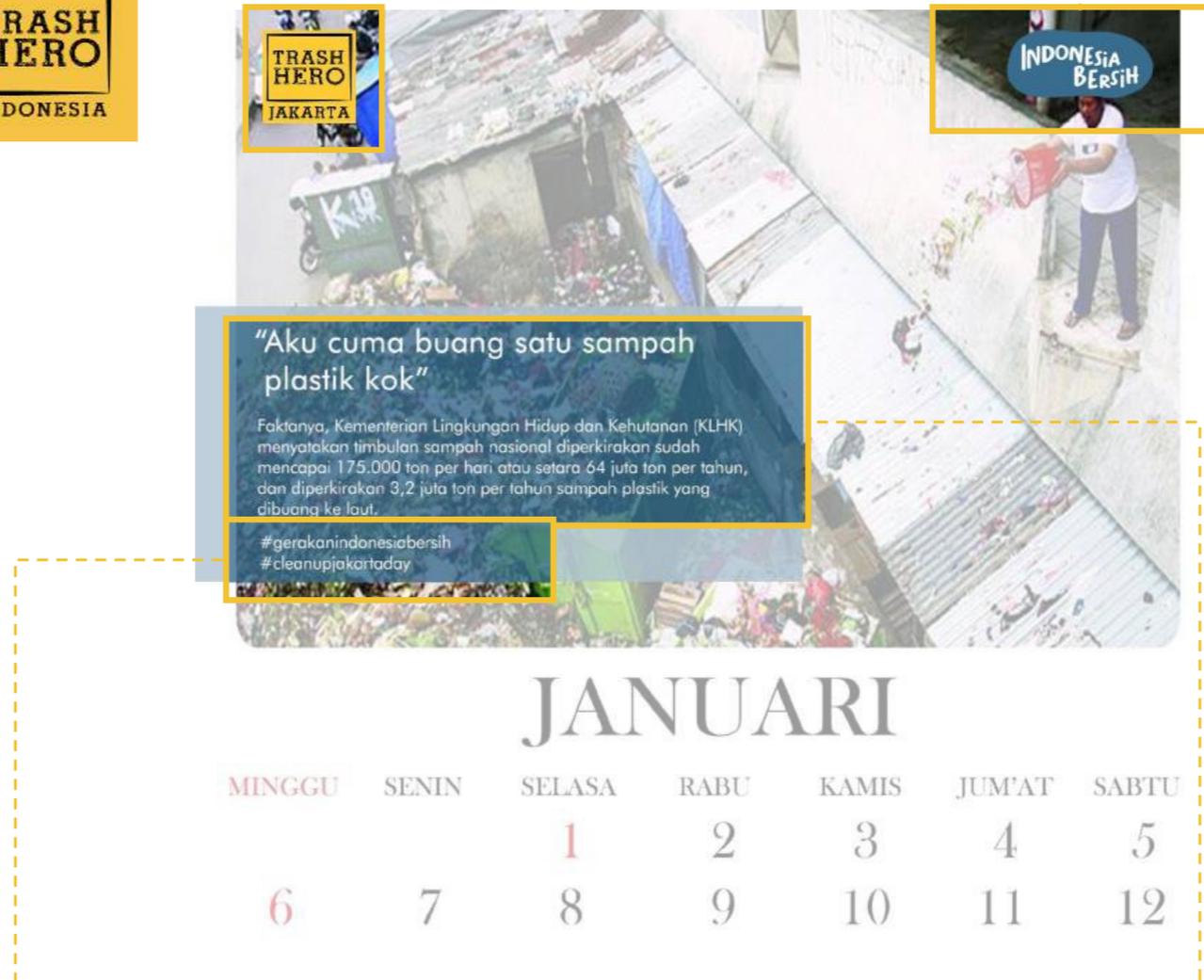
Futura BK BT

Baskerville Old Face

Logo Inisiatif
Logo Trash Hero



Logo Payung Utama Inisiatif
Logo Gerakan Indonesia Bersih



Ajakan Bertindak

Tagar ini memungkinkan peserta untuk tetap terhubung dengan kampanye melalui media sosial.

Pesan Ajakan dan Fakta Informatif

Kutipan itu adalah persepsi umum yang dimiliki orang, "Saya hanya membuang satu sampah plastik". Fakta Informatif menyoroti jumlah sampah yang dihasilkan setahun, di mana sekitar 3,2 juta ton sampah plastik dibuang ke lautan.

PELUNCURAN KEGIATAN BERSIH-BERSIH

Toolkit: 4 P untuk mengorganisir kegiatan bersih-bersih



4-P untuk mengorganisir kegiatan bersih-bersih

01

Perencanaan

©GA Circular

02

Persiapan

©Waste4Change

03

Pelaksanaan

©Brian Yurasits

04

Pasca bersih-bersih

©World Cleanup Day



01 PERENCANAAN

Pemilihan Lokasi

Pilih lokasi dan lakukan survey lapangan, jika perlu, tentukan hal berikut:

- Keamanan lokasi
- Kemudahan aksesibilitas untuk relawan dan pengumpulan sampah
- Pemangku kepentingan yang relevan dalam area yang dapat dilibatkan
- Area khusus untuk dibersihkan
- Tempat pengumpulan sampah untuk membuang sampah yang dikumpulkan di akhir acara
- Titik kumpul
- Rumah sakit/klinik terdekat jika terjadi keadaan darurat

Diskusi dan Koordinasi

Diskusikan dengan tim beberapa hal berikut ini.

- Tujuan bersih-bersih (contoh: apa yang tim ingin pelajari dari acara tersebut?)
- Tanggal dan waktu (pilih alternatif tanggal lain untuk keperluan darurat)
- Tips: pilih tanggal setidaknya 1 bulan sebelumnya. Akhir pekan biasanya lebih baik dalam mengumpulkan masyarakat umum.
- Jumlah target relawan/jumlah relawan yang dibutuhkan tergantung pada area bersih-bersih

Prosedur Keamanan

- Tunjuk anggota tim penyelenggara (lebih utama mereka yang memiliki pengetahuan pertolongan pertama) untuk menjadi penanggung jawab keselamatan dan ditempatkan di loket pendaftaran
- Persiapkan briefing keselamatan untuk hari pelaksanaan bersih-bersih (tekankan pada relawan akan pentingnya mengingat) yang mencakup:
 - Nama, nomor handphone darurat
 - Pengingat bagi relawan untuk tetap terhidrasi, berhati-hati saat mengambil benda berbahaya, tajam, hewan mati, dan Jika terdapat benda terlihat berat atau berada dalam posisi yang tidak stabil, hindari memindahkannya

Koordinasi dengan pemangku kepentingan yang memiliki sumber daya dan/atau keterampilan yang tepat yang dapat mendukung pelaksanaan bersih-bersih.

Contoh: NGO, kelompok masyarakat institusi lokal, tokoh masyarakat, pemerintah daerah, sektor swasta dan Influencer.

Catatan

Daftar pemerintah yang dapat dilibatkan:

- Kementerian Kelautan dan Perikanan
- Dinas Kelautan dan Perikanan di area tersebut
- Dinas Lingkungan Hidup setempat
- Layanan Sanitasi Daerah
- Pasukan keamanan setempat
- Camat
- Kelurahan dan jajarannya

Catatan

Siapkan anggaran dan proposal untuk kolaborasi. Atur pertemuan dengan para pemangku kepentingan dan diskusikan hal-hal berikut:

- Jumlah dan demografi peserta.
- Detail tentang pelaksana clean up (itu Anda!).
- Logistik dan transportasi yang diperlukan.
- Penanggung jawab lokasi.
- Rencanakan untuk mengelola keselamatan peserta.
- Izin lokasi untuk pelaksanaan bersih-bersih.

Desain dan Promosi

Untuk menyebarkan lingkup kegiatan bersih-bersih, desain materi kegiatan Anda harus mencakup hal-hal berikut:

- Pesan Ajakan dan Fakta Informatif
- Tips: Pertimbangkan jenis pesan dan gaya desain yang akan dianggap menarik bagi audiens Anda. Ini diuraikan dalam Buku Panduan halaman 21-23
- Tanggal dan waktu bersih-bersih
- Lokasi
- Titik pertemuan
- Tautan pendaftaran relawan
- Logo sponsor dan/atau pemangku kepentingan yang relevan

Promosikan agenda bersih-bersih Anda

- Pilih media Jaringan yang relevan tergantung target audiens Anda.
- Publikasikan acara dengan tautan pendaftaran.
- Tetapkan tenggat waktu pendaftaran relawan.
- Tutup pendaftaran ketika jumlah target relawan tercapai.

02

PERSIAPAN LOGISTIK UNTUK BERSIH-BERSIH

Logistik untuk Bersih-Bersih di Darat

(abaikan jika tidak dibutuhkan)

- Sarung tangan kerja
Catatan: Untuk alasan keamanan, hindari sarung tangan lateks sekali pakai karena Anda tidak akan terlindung dari benda tajam.
- Masker
- Peralatan P3K
- Karung goni bekas
- Garpu tanah/garu daun/sekop
- Kendaraan pendukung (contoh: gerobak, truk)
- Timbangan (contoh: timbangan ikan, timbangan koper, timbangan dapur)
- Megafon
- Kamera, drone
- Lembar catatan data (lihat Format Lembar Pencatatan Data)
- Pulpen, spidol

Logistik untuk Bersih-Bersih di Laut

(abaikan jika tidak dibutuhkan)

- Sarung tangan kerja
Catatan: Untuk alasan keamanan, hindari sarung tangan lateks sekali pakai karena Anda tidak akan terlindung dari benda tajam.
- Rompi pelampung
- Karung Jaring untuk pengumpulan sampah basah
- Perahu untuk mengangkut sampah
- Timbangan (contoh: timbangan ikan, timbangan koper, timbangan dapur)
- Kamera, drone
- Lembar catatan data (lihat Format Lembar Pencatatan Data)
- Pulpen, spidol
- Peralatan selam (OPSIONAL)
- Lakukan pemeriksaan penyelaman standar

03

PELAKSANAAN

| | |
|--|-----------------------------|
| Bawa perlengkapan | Atur Area Registrasi |
| Briefing Praacara Kata sambutan Cara menyortir sampah Penjelasan keamanan Tata letak lokasi Waktu selesai dan titik kumpul | |

PEMBUKAAN ACARA

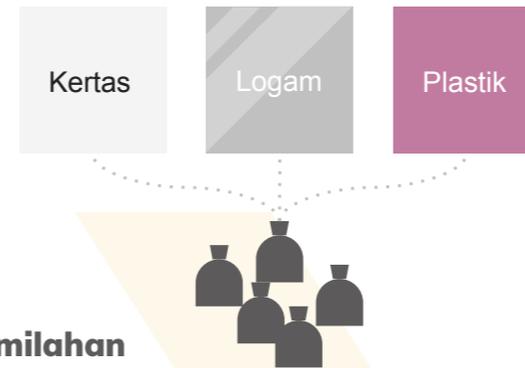
Pemilahan & Pengumpulan Sampah

Timbang atau Perkirakan

Catat berat limbah yang disortir

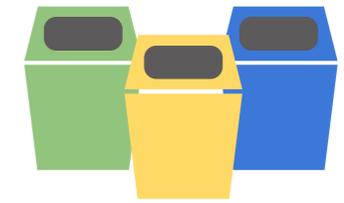
Jumlah Sampah

Hitung jumlah sampah dalam setiap kategori dan catat dalam Format Lembar Pencatatan Data yang disediakan dalam dokumen ini. Gunakan sistem penghitungan. Contoh: jika Anda menemukan garpu plastik, tandai sampah tersebut dengan I, dan setiap garpu plastik berikutnya dengan I yang lain. Lanjutkan sistem penghitungan IIII II = 7



Pemilahan

Anda dapat memilih untuk mengumpulkan semua sampah yang dikumpulkan di lokasi yang telah ditetapkan sebelum menyortirnya ke dalam kategori yang berbeda **ATAU** menyortir sampah saat Anda mengumpulkan. Lihat **Panduan Pencatatan Data** untuk membantu Anda mengidentifikasi sampah yang dikumpulkan.



Pembuangan

Periksa lagi bahwa tidak ada sampah yang tertinggal setelah peserta berkumpul kembali di titik pertemuan. Setelah selesai, pilah sampah yang terkumpul sesuai dengan cara pemilahan di tempat pengumpulan sampah.

Objek tajam dan berbahaya

Untuk pembuangan benda-benda tajam (contoh: suntik atau pecahan kaca), buang benda-benda ini dalam wadah dengan mulut lebar yang memiliki penutup yang rapat (contoh: botol deterjen cair kosong atau jerigen dan beri label dengan jelas)

PENUTUPAN ACARA

| | |
|------------------|---------------------|
| Penutupan | Foto Bersama |
|------------------|---------------------|

04

PASCABERSIH BERSIH

Publikasikan kegiatan Anda dan informasikan hal-hal menarik dari kegiatan bersih-bersih melalui platform media sosial.

Survei relawan dan tim bersih-bersih untuk menanyakan pendapat tentang kegiatan tersebut dan evaluasi untuk perbaikan pada acara berikutnya.

Dorong mereka untuk berbagi pengalaman disertai foto/gambar kegiatan (jika ada). Cerita dan gambar dapat dibagikan di media sosial. Ini akan menarik banyak orang untuk berpartisipasi dalam acara clean up lainnya dan mengorganisir acara bersih-bersih mereka sendiri.



©World Cleanup Day Indonesia



©World Cleanup Day Indonesia



©Clean Action



©Clean Action

Format Lembar Pencatatan Data

Penyelenggara:

Data yang dikumpulkan selama bersih-bersih akan sangat berguna untuk melakukan edukasi dan menyusun materi edukasi kepada masyarakat, serta menyusun solusi untuk mengatasi masalah sampah. Dengan bekerja bersama pelaku bisnis, pemerintahan, dan kelompok masyarakat, kita bekerja sama untuk mengubah perilaku dan kebiasaan orang yang membuang sampah sembarangan. Terima kasih telah menjadi bagian dari proses!

Kolaborator:

| | | | | | |
|--|---|----------------------|--|-----------------|------------------------|
| Lokasi Bersih-Bersih: | | | Tipe Lokasi: *Bantaran sungai/Pantai/Perumahan/Lainnya _____ | | |
| Provinsi: | Kota/Daerah: | Kecamatan: | Desa: | Tanggal: | Jumlah peserta: |
| Cuaca saat Bersih-Bersih: | Jumlah sampah organik (kg): *Estimasi/Terukur | | Jumlah sampah anorganik (kg): *Estimasi/Terukur | | |
| Tiga Sampah Utama Daftar 3 jenis sampah plastik yang menjadi kekhawatiran terbesar beserta alasan: 1. | | | Apa barang paling tidak biasa yang ditemukan? | | |
| Ketua Tim: | Email: | Nomor kontak: | Catatan: *Coret yang tidak perlu | | |

Lihat Panduan Pencatatan Data untuk gambar jenis sampah berikut

| Material Plastik | Jumlah (###) |
|--|--------------|
| 01. Kantong plastik - grosir/eceran/sampah | |
| 02. Bola | |
| 03. Keranjang | |
| 04. Botol minuman plastik (kurang dari 1,5 liter) | |
| 05. Botol minuman plastik (1,5 liter atau lebih) | |
| 06. Botol (alat cuci), jerigen (2 liter atau lebih) | |
| 07. Tutup dan label botol | |
| 08. Tutup galon | |
| 09. Puntung rokok | |
| 10. Pemantik rokok | |
| 11. Ujung rokok | |
| 12. Wadah (makanan) | |
| 13. Cotton bud | |
| 14. Popok | |
| 15. Gelas, piring, garpu, pisau, sendok sekali pakai | |
| 16. Jaring pancing, perangkap, tali (plastik/nilon) | |

| Material Plastik | Jumlah (###) |
|------------------------------|--------------|
| 17. Bungkus makanan | |
| 18. Kantong jaring | |
| 19. Plastik mika | |
| 20. Pouch/Slopan | |
| 21. Pipa PVC | |
| 22. Sedotan, pengaduk | |
| 23. Styrofoam (gabus) | |
| 24. Jarum suntik | |
| 25. Plastik lainnya | |
| Material Kaca & Keramik | Jumlah (###) |
| 26. Botol kaca | |
| 27. Beling | |
| 28. Kaca dan keramik lainnya | |
| Sampah Organik | Jumlah (###) |
| 29. Sampah makanan | |
| 30. Sampah pertanian | |

| Material Logam | Jumlah (###) |
|--|--------------|
| 31. Kaleng aluminium | |
| 32. Tutup botol logam | |
| 33. Batang besi | |
| Material Karet | Jumlah (###) |
| 34. Balon | |
| 35. Sarung tangan karet | |
| 36. Ban | |
| Sampah Elektronik | Jumlah (###) |
| 37. Baterai (AA, AAA, C&D, 6V, 9V dll) | |
| 38. Alat elektronik (komputer, keyboard) | |
| 39. Peralatan rumah tangga | |
| 40. Alat penerangan (lampu pendar, bohlam) | |
| Material Kain | Jumlah (###) |
| 41. Sarung tangan (kain), handuk, lap | |
| 42. Karung goni | |
| 43. Tali (kain) | |

Lihat **Panduan Pencatatan Data** untuk gambar jenis sampah berikut

| Material Kardus/Karton | Jumlah (###) |
|---|---------------------|
| 44. Kardus (wadah & karton) | |
| 45. Majalah/dupleks | |
| 46. Koran | |
| 47. Kertas putih | |
| Material Campuran | Jumlah (###) |
| 48. Pakaian | |
| 49. Bahan konstruksi (bata, semen) | |
| 50. Alas Kaki (sandal, sepatu) | |
| 51. Mainan | |
| Material lain Untuk barang lain yang dikumpulkan dan tidak dapat dikategorikan di atas, isilah di sini. | Jumlah (###) |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

Catatan Tambahan:

Panduan Pencatatan Data

Jika Anda menemukan benda yang tercantum di sini, tandai benda tersebut dengan 1 di lembar *Pencatatan Data* Anda.



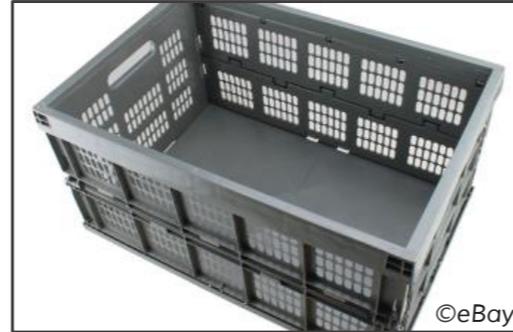
©iStock

01. Kantong plastik - grosir/eceran/sampah



©All-aboutantivirus

02. Bola



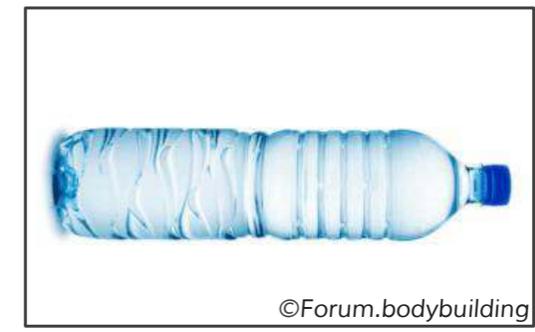
©eBay

03. Keranjang



©Waste4Change

04. Botol minuman plastik (kurang dari 1,5 liter)



©Forum.bodybuilding

05. Botol minuman plastik (1,5 liter atau lebih)



©Waste4Change ©Military Wikia

06. Botol (alat cuci), jerigen (2 liter atau lebih)



©Dynamic

07. Tutup botol



©Edc-packs

08. Tutup galon



©Justin Sullivan/Getty Images

09. Puntung rokok



©GA Circular

10. Pemantik rokok



©GA Circular

11. Ujung rokok



©Disposablecontainer5.co

12. Wadah makanan



©Yachting

13. Cotton bud



©Earth Respect.Files

14. Popok



©Innowa

15. Gelas, piring, garpu, pisau, sendok sekali pakai

Panduan Pencatatan Data

Jika Anda menemukan benda yang tercantum di sini, tandai benda tersebut dengan **I** di lembar **Pencatatan Data** Anda.



©Miriadn

16. Jaring pancing, jaring, perangkap, tali (plastik/nilon)



©Wbkeepitclean

17. Bungkus makanan



©eBay

18. Kantong jaring



©Waste4Change

19. Plastik mika



©Swiss Pack

20. Pouch/Slopan



©Masters.co

21. Pipa PVC



©GA Circular

22. Sedotan



©Waste4Change

23. Styrofoam (gabus)



©Courier Mail

24. Jarum suntik

Setiap potongan plastik lain yang tidak termasuk dalam kategori di atas atau tidak dapat diidentifikasi



©Recycle Torrance

26. Botol kaca



©Cast Your Cares

27. Beling

Setiap potongan kaca lain yang tidak termasuk dalam kategori di atas atau tidak dapat diidentifikasi

28. Keramik dan kaca lainnya



©Wikimedia

29. Sampah makanan



©Waste Management Review

30. Sampah pertanian

Panduan Pencatatan Data

Jika Anda menemukan menemukan **benda** yang tercantum di sini, tandai **benda** tersebut dengan I di lembar Pencatatan Data Anda.



©Outlook Aluminum

31. Kaleng Aluminium



©eBay

32. Tutup botol logam



©Waste4Change

33. Batang besi



©Balloons Blow

34. Balon



©Noble Products

35. Sarung tangan karet



©Border Mail

36. Ban



©Susatibility.Vic

37. Baterai (AA, AAA, C&D, 6V, 9V dll).



©Staples

38. Alat elektronik (komputer, keyboard)



©Daily Mail

39. Peralatan rumah tangga



©Geek Hack

©Rjesselightin

40. Alat penerangan (lampu pendar, lampu bohlam)



©Home

©Dreams Time

41. Sarung tangan (kain), handuk, lap



©Mount Ve

42. Karung goni



©Easy Flags

43. Tali (kain)



©Packaging Solutions

44. Kardus (kemasan & karton)



©Top Magazines

45. Majalah/dupleks

Panduan Pencatatan Data

Jika Anda menemukan menemukan benda yang tercantum di sini, tandai benda tersebut dengan I di lembar *Pencatatan Data* Anda.



©Canberra

46. Koran



©Bits of Wisdom for All

47. Kertas Putih



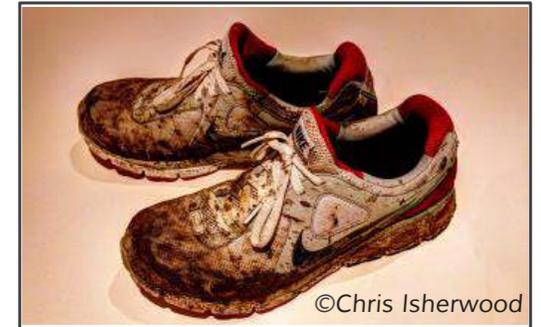
©astromysicismy

48. Pakaian



©News NRN

49. Bahan konstruksi (bata, semen)



©Chris Isherwood

50. Alas Kaki (sandal, sepatu)



©Attachment Parenting

51. Mainan

Gerakan Sekolah Bersih:

JADIKAN SEKOLAHMU ZONA BEBAS SAMPAH

*Panduan Strategi Perubahan Perilaku Menuju Stop
Buang Sampah Sembarangan untuk siswa, guru, dan
staf di sekolah*





5 Langkah untuk Membuat Kampanye Zona Bebas Sampah di Sekolah

01

Perencanaan

02

Edukasi Persampahan

03

Pembentukan
Green Team

04

Pembuatan
Konsep
Rencana Aksi

05

Pelaksanaan &
Pemantauan

01 PERENCANAAN

Memilih Lokasi

Pilih lokasi sekolah dan lakukan kunjungan ke sekolah, jika dibutuhkan, untuk meninjau kondisi yang ada di sekolah tersebut. Beberapa poin di bawah ini dapat digunakan sebagai faktor untuk membantu memprioritaskan sekolah mana yang akan ditargetkan:

- ❑ Sekolah yang berlokasi di dalam lingkup wilayah proyek
- ❑ Sekolah yang kekurangan informasi tentang pengelolaan sampah
- ❑ Sekolah yang kekurangan fasilitas pengelolaan sampah
- ❑ Sekolah yang tidak mengelola lingkungannya dengan baik

(contoh: sampah plastik ditemukan berantakan di sekitar sekolah, sampah dibakar, dll.).

Bekerja Sama dengan Sekolah

Kerja sama dengan pemangku kepentingan yang dapat memberikan rekomendasi sekolah untuk ditargetkan atau dapat mendukung pelaksanaan kampanye.

Contoh: pemerintah pusat/daerah

Persiapkan surat permohonan izin beserta **Proposal Kegiatan** ke sekolah dan pemangku kepentingan terkait untuk meminta izin kolaborasi menyelenggarakan kampanye. Silakan cek bagian **PELIBATAN PEMANGKU KEPENTINGAN** dalam Buku Panduan ini dan ikuti 5 langkah untuk menghubungi dan melibatkan pemangku kepentingan yang relevan mulai dari persiapan kampanye dan cek format untuk mempersiapkan surat izin di bagian **MULAI SEKARANG DAN KEMBANGKAN KAMPANYEMU**.

Buat MoU (Nota Kesepahaman) untuk membuat batasan dan memperjelas peran sekolah dan peran organisasi Anda dalam kampanye ini.

Diskusikan dengan kepala sekolah/guru yang ditunjuk mengenai hal-hal berikut:

- ❑ Tujuan dari kampanye zona bebas sampah yang akan diselenggarakan di sekolah
- ❑ Keuntungan dan dampak untuk sekolah yang melaksanakan kampanye zona bebas sampah
- ❑ Lini masa dan kegiatan kampanye
- ❑ Jenis kampanye yang sesuai untuk diterapkan di sekolah tersebut

02

EDUKASI TENTANG PERSAMPAHAN

Sesi edukasi ini adalah kesempatan Anda untuk berbagi dengan siswa tentang pentingnya pengelolaan sampah, khususnya sampah plastik, yang bertanggung jawab, termasuk mengurangi kebiasaan buang sampah sembarangan. Sesi edukasi ini adalah bentuk usaha meningkatkan kepedulian siswa sebelum mulai terlibat dalam perancangan dan implementasi kampanye di kelas/sekolah mereka.

Topik dan kegiatan yang dapat dilakukan:

1. Sesi berbagi dengan presentasi dan/atau penayangan video mengenai:
 - Bagaimana kondisi sistem pengelolaan sampah di Indonesia saat ini?
 - Bagaimana dampak sistem pengelolaan sampah di Indonesia pada lingkungan kita?
 - Bagaimana cara menangani kebiasaan buang sampah sembarangan?
1. Games
2. Tes pra- dan pascaedukasi pengelolaan sampah



03 PEMBENTUKAN GREEN TEAM

Bekerja sama dengan guru, pilih beberapa siswa untuk menjadi anggota Green Team sekolah, yakni sebuah tim yang akan berperan sebagai agen perubahan di sekolah mereka. Mereka akan menjadi pihak yang Anda dampingi untuk membuat rencana meningkatkan kepedulian siswa lainnya, juga untuk mengajak siswa lainnya melakukan aksi. Anda akan bekerja sama dengan Green Team untuk membuat kampanye zona bebas sampah berhasil.



Pilih Green Team berdasarkan keinginan mereka untuk menjadi agen perubahan, keaktifan mereka selama sesi edukasi, dan bukti hasil tes pemahaman mereka setelah sesi edukasi. Pemilihan juga dapat dilakukan dengan meminta saran dari guru tentang kandidat siswa yang dipertimbangkan.

Diskusikan tujuan dan maksud kampanye yang akan diselenggarakan bersama perwakilan murid dan guru yang tergabung dalam Green Team. Tanyakan opini mereka tentang kampanye ini dan hal-hal apa yang perlu diperhatikan dari sekolah mereka terkait kampanye ini.



Dampingi Green Team dalam membuat rencana aksi zona bebas sampah untuk sekolah mereka. Beri mereka semangat dengan mengingatkan bahwa mereka adalah agen perubahan di sekolah mereka - mereka akan menjadi yang pertama dalam mengubah perilaku murid lainnya untuk mengubah kebiasaan buang sampah sembarangan.

04

PEMBUATAN KONSEP KAMPANYE ZONA BEBAS SAMPAH

Siapkan kampanye Anda dengan mempertimbangkan tantangan, sumber daya, dan hasil yang diinginkan. Gambarkan lini masa kampanye Anda dan siapa saja yang harus terlibat, serta berikan ruang untuk menggambarkan sejauh mana perkembangan Anda. Bekerjasamalah dengan Green Team untuk membuat konsep kampanye ini.

Pembuatan konsep Rencana Aksi

Identifikasi

Identifikasi kebiasaan penggunaan plastik sekali pakai di sekolah tersebut, analisis penyebab masalah dan diskusikan tantangan apa yang dihadapi.

Buat konsep ide

Brainstorming untuk mendapatkan ide untuk mengubah kebiasaan siswa menggunakan plastik sekali pakai melalui kampanye. Ringkas ide-ide yang dipilih menjadi rencana aksi.

Tentukan

Metode pemantauan yang akan membantu siswa mengevaluasi aktivitas dari rencana aksi dan mengidentifikasi perbaikan untuk mencapai perubahan perilaku.

Pilih target audiens / lokasi di sekolah

Targetkan audiens / lokasi tertentu untuk kampanye zona bebas sampah di sekolah untuk memastikan pesan yang akan dikirimkan dan kampanye dapat berdampak dalam menyelesaikan masalah buang sampah sembarangan.

Pertimbangkan untuk melibatkan orang tua / keluarga siswa sebagai target audiens sekunder karena mereka memiliki pengaruh terhadap keputusan dan perilaku siswa.

Pilih media untuk kampanye

Media kampanye dapat bervariasi, antara lain:

- media fisik (contoh: poster atau majalah dinding)
- eksperimen sosial (contoh: video dengan konten tertentu)
- media online (contoh: gunakan media sosial milik sekolah)
- media audio (contoh: gunakan radio sekolah)
- tim persuasif (Green Team secara berkala mengingatkan siswa lainnya tentang kampanye zona bebas sampah)

04 PEMBUATAN KONSEP KAMPANYE ZONA BEBAS SAMPAH

Contoh di bawah ini adalah kegiatan yang dapat digunakan oleh Green Team di sekolah sebagai bagian dari Rencana Aksi.

Kegiatan bersih-bersih berkala



Lakukan kegiatan bersih-bersih di lingkungan sekitar sekolah dua kali sebulan.

Gunakan 4-P untuk Mengorganisir Kegiatan Bersih-Bersih di Buku Panduan ini untuk melihat logistik apa saja yang dibutuhkan, data apa yang perlu dicatat oleh siswa, dan sebagainya.

Pengadaan tempat sampah



Contoh inisiatif di India, di mana anak-anak menggambar tempat sampah

Permainan pengelolaan sampah yang mengajarkan cara memilah sampah.

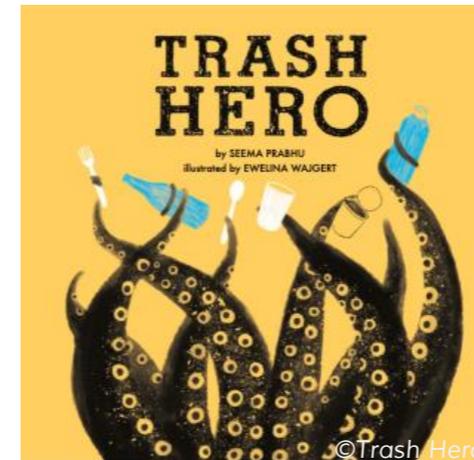


Kerja sama dengan manajemen sekolah untuk memiliki tempat sampah di setiap ruang kelas dan di berbagai lokasi di sekolah, seperti di kantin sekolah dan halaman.

Mintalah siswa untuk melukis tempat sampah ini agar tempat sampah menarik dan memotivasi orang untuk membuang sampah mereka pada tempatnya.

Anda juga dapat melakukan permainan untuk mengajarkan anak-anak bagaimana menempatkan sampah. Cek PANDUAN MATERI KOMUNIKASI untuk melihat contoh.

Sesi bercerita



Untuk siswa yang lebih muda, lakukan sesi bercerita tentang dampak sampah plastik di laut dan pada hewan laut, dilanjutkan dengan sesi refleksi untuk membuat siswa memikirkan perilaku mereka sehari-hari.

Trash Hero Kids memiliki buku cerita untuk anak-anak. Buku ini bercerita tentang hewan laut yang ingin melarikan diri dari sampah. Guru dapat mendapatkan buku ini melalui kids@trashhero.org.

Sesi berbagi



Laksanakan sesi berbagi setiap minggu di mana siswa dapat secara bergantian berbagi tentang apa yang mereka pelajari tentang perilaku membuang sampah sembarangan yang menjadi kebiasaan. Mereka juga dapat berbagi upaya mereka untuk mengajak orang membuang sampah pada tempatnya.

Topik yang dapat didiskusikan:

- Timbulan sampah yang berserakan
- Dampak kebiasaan buruk membuang sampah sembarangan

04

PEMBUATAN KONSEP KAMPANYE ZONA BEBAS SAMPAH

Jadwalkan sesi sosialisasi kampanye kepada siswa lainnya. Sosialisasi ini akan dilakukan oleh Green Team, didampingi oleh Anda. Pastikan semua siswa yang ditargetkan hadir dalam agenda sosialisasi ini.

Jelaskan Rencana Aksi Kampanye Zona Bebas Sampah kepada siswa. Jelaskan dampak dan manfaat yang akan siswa dan sekolah dapatkan jika mereka mendukung Rencana Aksi kampanye ini. Berikan kesempatan pada siswa untuk bertanya atau untuk memberikan masukan mereka untuk konsep Rencana Aksi yang telah dibuat.



05

PELAKSANAAN & PEMANTAUAN



Mulai implementasikan rencana aksi dan dorong siswa untuk berbagi tentang aksi mereka untuk mendukung kampanye di sekolah. Cerita dan foto mereka dapat dibagikan di media sosial, dengan seizin mereka. Ini akan menarik lebih banyak siswa dari sekolah lain untuk bergabung dengan kampanye Zona Bebas Sampah dan membuat kampanye Anda tersebar lebih luas. Kontes dapat dilakukan untuk memberikan penghargaan kepada mereka yang kontennya paling kreatif / paling populer, untuk mendapatkan lebih banyak publikasi.

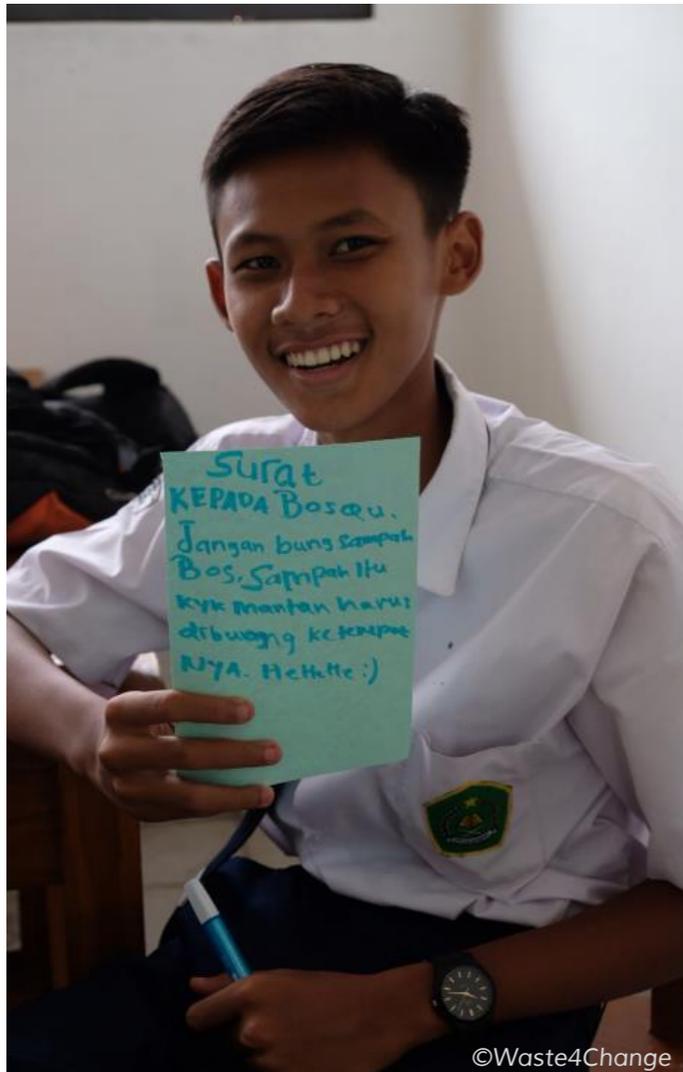


Evaluasi dan pantau aksi yang telah dilakukan untuk mengukur perubahan perilaku yang tercapai, melihat jangkauan kampanye, dan memahami tantangan yang dihadapi sebagai evaluasi untuk kegiatan serupa di masa depan. Cek IDENTIFIKASI KEBERHASILAN DAN HAL-HAL YANG PERLU DIPERBAIKI di bagian Peta Jalan Kampanye.

05

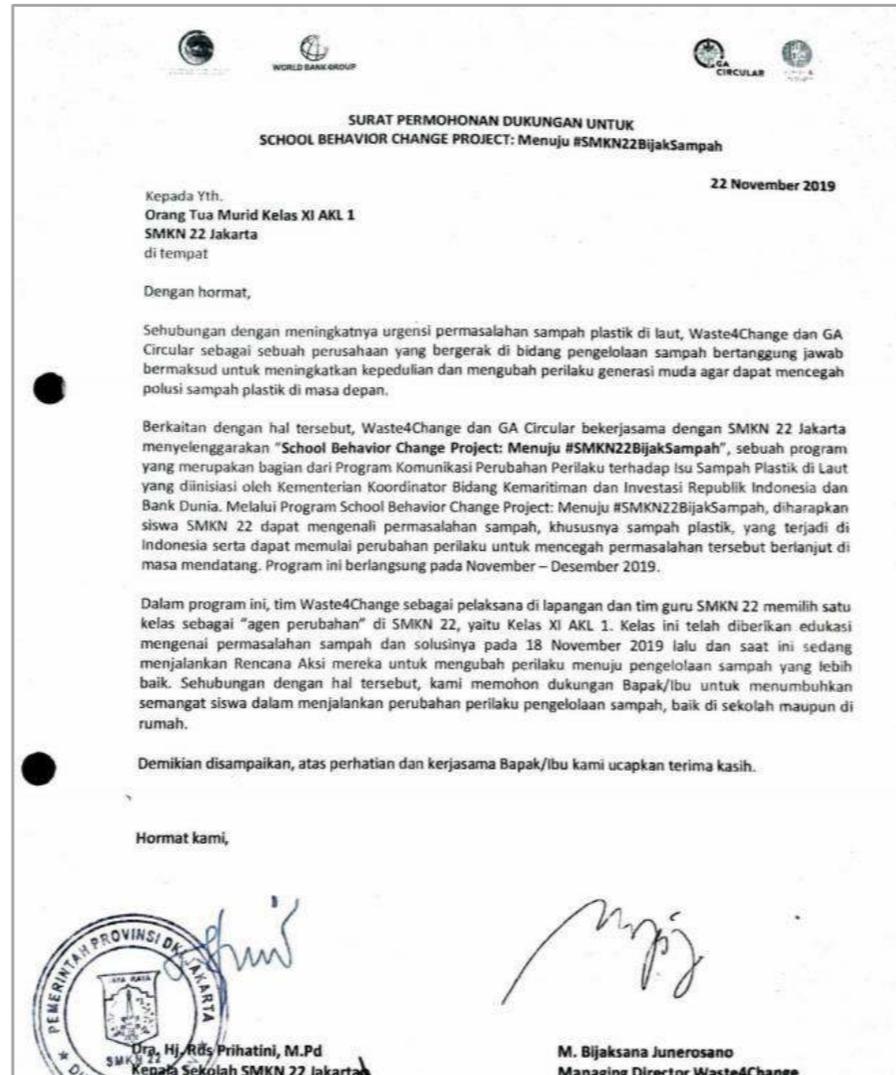
PELAKSANAAN & PEMANTAUAN

Mempertimbangkan besarnya pengaruh orang tua terhadap perilaku konsumsi dan keputusan anak, keterlibatan dan dukungan orang tua serta anggota keluarga lainnya di rumah menjadi penting untuk memastikan perilaku yang dipelajari di sekolah dapat mereka terapkan di luar sekolah secara berkelanjutan. Berikut adalah contoh aktivitas yang dapat dilakukan untuk melibatkan orang tua.



Surat Refleksi oleh Siswa Setelah satu minggu melaksanakan kampanye rencana aksi, ajak siswa untuk merefleksikan aktivitas yang dilakukan dengan menulis surat kepada seseorang yang ingin mereka bagikan pesan/ilmu yang mereka dapatkan dari kampanye.

Mereka dapat menulis kepada orang tua, saudara kandung, atau anggota keluarga lainnya.



Surat resmi kepada orang tua Surat resmi dari sekolah kepada orang tua terkait kampanye yang sedang dilakukan dapat ditulis di surat dan diberikan kepada orang tua, untuk meminta dukungan mereka dalam memotivasi anak mereka untuk mengadopsi perilaku yang tepat.

Konten dalam surat dapat termasuk:

- Tujuan kampanye
- Aktivitas kampanye
- Permohonan dukungan orang tua dan bagaimana orang tua dapat berperan

Spanduk untuk Gerakan Sekolah Bersih



Sebagai bagian dari program Gerakan Sekolah Bersih, Anda dapat menggunakan spanduk ini untuk mempromosikan aksi berbeda. Spanduk tersebut juga dapat menunjukkan kepada masyarakat bahwa sekolah tersebut merupakan bagian dari pergerakan Gerakan Sekolah Bersih yang lebih besar.

Spanduk memanfaatkan maskot atau merchandise Gerakan Indonesia Bersih untuk mengenalkan aset identitas Gerakan Indonesia Bersih.



BELAJAR DARI KAMPANYE SUKSES

Identifikasi faktor utama dari kampanye sukses.



WORLD CLEANUP DAY



Deskripsi Kampanye

Di tahun 2018, Indonesia mengikuti inisiatif dari World Cleanup, yaitu aksi kerja bakti serentak yang diselenggarakan di 150 negara. Sekitar 7,6 juta peserta di 34 provinsi mengikuti World Cleanup Day Indonesia 2018, sehingga menjadikannya inisiatif World Cleanup terbesar di dunia.

Kegiatan inisiatif kampanye :

- Kegiatan utama bersih-bersih setiap hari Sabtu di minggu ketiga bulan September.
- Roadshow ke sekolah-sekolah untuk membangun kesadaran.
- Pemetaan sampah ilegal.

Poin Pembelajaran

Inisiatif ini telah berhasil mengumpulkan sejumlah besar sukarelawan dan peserta, bahkan setelah acara utama bersih-bersih, para peserta mulai melakukan tindakan upaya membantu merubah perilaku masyarakat. Hal ini dikaitkan dengan memberikan peserta rasa memiliki gerakan yang membuat mereka termotivasi melalui inisiatif. Selain itu, penggunaan tagar (#kami13juta atau #weare13million) membuat peserta bersemangat untuk berkumpul bersama untuk mencapai target ini.

Inisiatif ini melibatkan banyak pemangku kepentingan, termasuk di pemerintah, kelompok masyarakat, pelaku bisnis, dan influencer untuk mendapatkan dukungan mereka atas inisiatif tersebut.

Hal penting bagi kami adalah membuat orang-orang merasa menjadi bagian dari gerakan.

Agustina, Leader, World CleanUp Day



@worldcleanupindonesia



©World Cleanup Day Indonesia



©World Cleanup Day Indonesia

01

Target Peserta

Anak muda dan dewasa di fasilitas umum.

02

Perilaku dan Hambatan Utama

Perilaku Penghambat:

- Membuang sampah sembarangan tidak memberikan dampak besar pada lingkungan.
- Membuang sampah sembarangan diterima secara sosial.
- Ini bukan tanggung jawab saya
- Not in my backyard (Sindrom NIMBY).

Hambatan Struktural:

- Sulit menemukan tempat sampah, sehingga orang tidak tahu tempat untuk membuang sampah.

03

Pelibatan Pemangku Kepentingan

- Pemerintah Nasional - Kementerian Koordinator Maritim dan Investasi, Kementerian Lingkungan Hidup Kehutanan (KLHK).
- Influencer Lokal - contoh: Chelsea Islan, Nadine Chandrawinata (Sea Soldier), Hamish Daud.
- Perusahaan/Pelaku Bisnis - contoh: Chandra Asri Petrochemical, JNE.



WORLD CLEANUP DAY



01 World Clean Up Day

KOTA
WORLD CLEANUP DAY 2018
15 SEPT
BINJAI

WORLD CLEANUP DAY ADALAH AKSI GOTONG ROYONG TERBESAR DI DUNIA YANG MENYATUKAN 150 NEGARA DAN MELIBATKAN 380 JUTA RELAWAN PENDUDUK DUNIA

“YUK IKUTAN KEGIATAN SOSIAL RELAWAN MEWAKILI INDONESIA DAN KOTA BINJAI”

“JADILAH BAGIAN UNTUK PERUBAHAN LINGKUNGAN HIDUP BUMI”

SABTU, 15 SEPTEMBER 2018
PUKUL 07.00 Wib
LOKASI : TERMINAL BINJAI/STASIUN KERETA API BINJAI

DINAS LINGKUNGAN HIDUP KOTA BINJAI
BANK SAMPAH BINJAI
KWARCAB BINJAI
SAKA KALPATARU

NB : Diharapkan Relawan Membawa Kantong Plastik, Sarung Tangan, Makanan Tanpa Bungkus, Tumbler Minuman (Untuk Mencegah Timbulan Sampah Baru)

WORLD CLEANUP DAY 2018 15 SEPT

14 622 000 VOLUNTEERS HAVE PARTICIPATED IN WORLD CLEANUP!

LET'S DO IT TOGETHER!

WORLD CLEANUP DAY 2018 15 SEPT

JADI CLEANUP HERO DI KOTAMU!
WORLD CLEANUP DAY 2018

Kami mengajak komunitas/ kelompok yang ingin terlibat kerja bakti massal

Sabtu, 15 September 2018
Pukul 06.00 - 12.00
Di seluruh provinsi se-Indonesia

Ajukan lokasi kerja bakti di wcidid.jakarta.wan.org/worldcleanupday

04

Pesan

- “Jadi pahlawan kebersihan di kotamu”, “Jadilah bagian untuk menjaga lingkungan” - Memanfaatkan kekuatan kepemilikan terhadap identitas lokal dan memberdayakan orang untuk menjadi agen perubahan.

Jaringan

- Luring - Roadshow ke sekolah-sekolah.
- Daring - Instagram, Twitter, grup Whatsapp untuk menyebarkan materi kampanye dan membagikan kabar terkini; pendaftaran relawan melalui indorelawan.org.

05

Pemantauan dan Evaluasi

World Clean Up Day Indonesia dimulai pada tahun 2018 dengan 7,6 juta peserta di 34 provinsi. Pada 2019, mereka berhasil mengumpulkan jumlah peserta tertinggi diantara negara lainnya yaitu 9,5 juta peserta. Ukuran keberhasilan inisiatif ini adalah jumlah peserta yang hadir pada hari itu dan jumlah sampah yang dikumpulkan dari seluruh area bersih-bersih.

2018

7,6 juta peserta

34 provinsi

2019

9,5 juta peserta

34 provinsi

GERAKAN PUNGUT SAMPAH



Deskripsi Kampanye

Gerakan Pungut Sampah (GPS) adalah gerakan nasional yang dimulai sebagai gerakan lokal yang dipromosikan di kota Bandung oleh Clean Action, dengan tujuan untuk membuat orang merasa nyaman dengan menangani masalah sampah mereka sendiri dan memberikan contoh kepada masyarakat. Hal ini berfokus pada melibatkan masyarakat umum dalam kegiatan bersih-bersih rutin di seluruh kota dan menciptakan kesadaran tentang pentingnya tidak membuang sampah sembarangan. Inisiatif ini didukung oleh pemerintah Bandung dan sering dipromosikan melalui media sosial. Kegiatan Gerakan Pungut Sampah sering dilakukan di fasilitas umum seperti Dago Car Free Day setiap hari Minggu.

Kegiatan dalam inisiatif ini meliputi:

- Kegiatan bersih-bersih rutin setiap minggu.

Poin Pembelajaran

Inisiatif yang dimulai di kota Bandung ini telah menarik perhatian pemerintah Bandung dan 23 kota lainnya yang telah mendekati tim GPS Bandung untuk belajar bagaimana melakukan kampanye di kota mereka dan telah meminta materi GPS untuk melakukan kampanye. Melalui kolaborasi dengan banyak pemangku kepentingan, termasuk perusahaan media, gerakan ini mampu mendapatkan lebih banyak daya tarik.

Feedback dikumpulkan dari para peserta di akhir acara GPS setiap minggu dan akan digunakan untuk dijadikan bahan evaluasi dan meningkatkan kinerja acara minggu berikutnya.

Peserta didorong untuk berbagi tentang tindakan mereka di media sosial agar memengaruhi orang lain untuk bergabung dalam acara tersebut. Hadiah juga diberikan oleh Clean Action kepada peserta yang telah bergabung dengan 10 acara GPS agar membuat orang termotivasi untuk bergabung dengan lebih banyak acara GPS dan mengadopsi nilai-nilainya dalam kehidupan sehari-hari mereka. Hadiah ini biasanya berupa merchandise seperti t-shirt GPS.



@GPSbdg



01

Target Peserta

Masyarakat umum Bandung di fasilitas umum

02

Perilaku dan Hambatan Utama

Perilaku penghambat:

- Membuang sampah sembarangan diterima secara sosial.
- Bukan tanggung jawab saya.
- Not in my backyard (NIMBY).

Hambatan struktural:

- Tidak ada penegakan hukum.
- Infrastruktur kurang memadai.

03

Pelibatan Pemangku Kepentingan

- Kelompok komunitas
- Sekolah/universitas.
- NGO setempat - Clean Action.
- Pemerintah daerah - Pemerintah Kota Bandung.
- Influencer setempat - Bapak Ridwan Kamil, Ibu Atalia, Febri HiVi.
- Perusahaan/pelaku bisnis.



GERAKAN PUNGUT SAMPAH



let's join us!
Gerakan Pungut SAMPAH
 DALAM RANGKA
HARI ULANG TAHUN DEPOK CLEAN ACTION ke-1

bawa tumbler sendiri

Lokasi
 Kawasan Car Free Day
 Grand Depok City
 (Gerbang GDC & Ruko Verbena)

Acara
 - Edukasi Kebersihan.
 - Gerakan Pungut Sampah.
 - Sharing Komunitas.
 - FREE LUNCH.

Waktu
 Minggu, 19 Maret 2017
 pkl 07.00 - 12.00

cleanactiondepok@gmail.com | Depok Clean Action | @depokcleanaction
 FOR MORE INFO : Oki 0856 7804 654 / Wahyu 0856 1502 350

Supported by: Media Partner: Participant:

GERAKAN PUNGUT SAMPAH DAN EDUKASI PERDA K3

Minggu, 30 Juni 2019
 Pukul 07.30 WIB

Titik Kumpul
 CFD Dago (Eiger Backpack)

Narahubung 0813 9437 8924 (Ari)

#NGAHIJI

GERAKAN PUNGUT SAMPAH

SENIN · RABU · JUMAT

04

Pesan

- "Aku bersumpah, tidak membuang sampah sembarangan tidak sulit", "Jangan hanya menunjuk, mari kita pinjamkan bantuan" - Memberdayakan orang untuk menjadi agen perubahan.
- Bahan kampanye menampilkan konten jujur yang menyoroti integrasi dalam masyarakat melalui gambar orang yang mengambil sampah di jalan-jalan sebagai contoh yang baik yang dapat diterima masyarakat.

Jaringan

- Luring - Media cetak untuk acara besar
- Daring - Instagram, Twitter, program radio

05

Pemantauan dan Evaluasi

Di awal pelaksanaannya, Gerakan Pungut Sampah mencapai 200 relawan per minggu selama 10 minggu. Beberapa elemen di kota Bandung telah menjadikan GPS sebagai bagian dari rutinitas mereka, misal sekolah yang melakukan GPS 3x seminggu. Gerakan ini telah menyebar ke 23 kota lainnya.

200
 Relawan mingguan dalam 10 minggu

23
 Kota ikut menginisiasi inisiatif ini

PROJECT STOP



Deskripsi Kampanye

Proyek STOP memiliki fokus pada pengurangan sampah plastik di lingkungan dan meningkatkan daur ulang plastik di desa-desa di Indonesia yang tidak tersedia manajemen pengelolaan sampah. Dengan bekerja bersama komunitas lokal seperti nelayan, kelompok perempuan dan pemerintah daerah, mereka telah berhasil meyakinkan warga untuk berhenti membuang sampah sembarangan ke sungai / membakar sampah, membayar sampah yang dihasilkan dan mulai memilah sampah di sumber. 9000 rumah tangga (sejak awal inisiatif pada September 2018) di satu desa telah berpartisipasi dalam inisiatif ini.

Kegiatan dari inisiatif ini meliputi:

- Menyediakan sistem pengangkutan sampah domestik di Muncar.
- Membuat kesepakatan setiap rumah tangga untuk membayar iuran sebagai jasa pengumpulan/pengangkutan sampah.
- Membangun pendekatan kepada masyarakat dari rumah ke rumah dan menandai pemukiman yang tidak membayar jasa pengangkutan sampah.
- Melatih rumah tangga untuk melakukan pengomposan di rumah masing-masing.

Poin Pembelajaran

Keterlibatan nelayan, kelompok wanita (PKK), RW/RT setempat serta sekolah memungkinkan para pemrakarsa untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh berbagai pemangku kepentingan dan mendapatkan kesepakatan serta keterlibatan masyarakat dalam inisiatif tersebut.

Penyediaan infrastruktur diperlukan untuk memfasilitasi perubahan perilaku agar tidak membuang sampah ke sungai. Pertemuan masyarakat secara teratur, bimbingan rutin serta dukungan kepada rumah tangga adalah kunci untuk menjaga keterlibatan rumah tangga dalam menjalankan dan meningkatkan dampak inisiatif ini.



@endoceanplastic



©Project Stop

01

Target Peserta

Masyarakat umum Muncar di area nonpublik (Desa Muncar).

02

Perilaku dan Hambatan Utama

Perilaku penghambat:

- Membuang sampah sembarangan diterima secara sosial.
- Bukan tanggung jawab saya.
- Membuang sampah sembarangan tidak memberikan dampak besar pada lingkungan

Hambatan struktural:

- Tidak ada penegakan hukum.
- Sistem pengelolaan sampah kurang memadai.

03

Pelibatan Pemangku Kepentingan

- Kelompok masyarakat - kelompok nelayan dan kelompok perempuan (PKK).
- Sekolah/universitas.
- Jasa pengelolaan sampah.
- Perusahaan bisnis - Systemiq.
- NGO setempat
- Pemerintah Daerah - Ketua RT/RW, Kepala Dusun.

S Y S T E M I Q

PROJECT STOP



03 Project STOP



WE NEED EVERYONE,
BOTH **WOMEN**
AND **MEN**,
TO STOP OCEAN
PLASTICS LEAKAGE

#WorldOceansDay
#TogetherWeCan #ProjectSTOP



#WorldOceansDay2019 #TogetherWeCan #ProjectSTOP

04

Pesan

- “Kami membutuhkan semua orang, baik perempuan maupun laki-laki, untuk menghentikan kebocoran sampah plastik ke laut” dan “Masyarakat adalah jantung Proyek STOP” - Memberdayakan masyarakat untuk menjadi agen perubahan dan bertanggung jawab atas sampah serta memanfaatkan kekuatan identitas lokal.

Jaringan

- Luring - Pendekatan dari rumah ke rumah, pertemuan masyarakat
- Daring - Grup Whatsapp, Facebook, Twitter, Instagram

05

Pemantauan dan Evaluasi

Sejak awal proyek berjalan di tahun 2018 sebanyak 9000 rumah tangga berhasil berpartisipasi dan 80% diantaranya membayar iuran jasa pengangkutan sampah.

9.000

Rumah Tangga

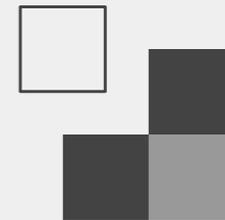
80%

Rumah tangga
membayar jasa
pengangkutan
sampah

MULAI KEMBANGKAN KAMPANYE ANDA SENDIRI SEKARANG

Setelah Anda memiliki gambaran komponen utama dari kampanye perubahan perilaku dan pesan yang dapat Anda gunakan untuk mempromosikan kunci dari perilaku, **mulailah perjalanan Anda untuk mengembangkan kampanye perubahan perilaku sendiri.**

Cetak format berikut untuk memulai kampanye Anda sendiri!



PETA JALAN KAMPANYE

Buatlah inisiatif Anda sendiri melalui 5 tahap sederhana ini.
Membuat kampanye sukses untuk Stop Buang Sampah Sembarangan mudah dan intuitif.
Ikuti lima langkah ini untuk memulai kampanye Anda!

TARGET PERILAKU:

Perilaku apa yang ingin Anda ubah?

01

TARGET PESERTA

Bagaimana Anda mengidentifikasi target peserta?

Target primer:

Target sekunder:

03

PELIBATAN PEMANGKU KEPENTINGAN

Siapakah pendukung inisiatif Anda?

A. Pemangku kepentingan yang memiliki kepemimpinan/wewenang:

-
-
-
-

B. Pemangku kepentingan yang dapat memengaruhi individu/dapat menyediakan contoh positif yang kuat:

-
-
-

02

PERILAKU DAN HAMBATAN UTAMA

Apa hambatan umum dalam mengubah perilaku membuang sampah sembarangan?

Tinjau perilaku **umum dan khusus**, serta **struktur hambatan** yang teridentifikasi dalam buku panduan

Perilaku Umum Utama:

Perilaku Spesifik:

Hambatan Utama:

04

PESAN DAN MEDIA

Apa jenis pesan dan desain yang akan menarik peserta?

Pesan:

Media:

05

PEMANTAUAN DAN EVALUASI

Bagaimana Anda mengetahui apakah upaya kampanye Anda telah berhasil?

Parameter Pemantauan:

DESAIN RENCANA AKSI ANDA

SETELAH MEMBUAT PETA JALAN KAMPANYE ANDA, sekarang waktunya untuk mempersiapkan aktivitas yang akan Anda lakukan dalam kampanye. Ikuti langkah berikut dan mari mulai kampanye Anda!

TARGET PERILAKU:
Perilaku apa yang ingin Anda ubah?

01

TENTUKAN PERIODE

Periode program yang akan Anda laksanakan

Jangka panjang

Durasi program: _____

Jangka pendek

Durasi program: _____

02

PILIH TIM

Siapa tim yang Anda butuhkan untuk melaksanakan kampanye?

Green Team Anda:

(Berapa banyak anggota tim yang dibutuhkan untuk kampanye? Siapa mereka? Berapa banyak relawan yang Anda butuhkan?)

Jumlah tim yang dibutuhkan:

Jumlah relawan yang dibutuhkan::

Nama anggota tim:

- a.
- b.
- c.

03

DESAIN RENCANA AKSI & TENTUKAN LINI MASA

Apa aktivitas yang akan Anda lakukan untuk menyelesaikan hambatan dan kapan Anda berencana untuk melakukannya?

Apa saja aksi yang ingin Anda lakukan?

(Tuliskan rencana Anda, contoh: bersih-bersih, program edukasi, sesi diskusi, pelibatan media sosial)

- a.
- b.
- c.
- d.
- e.

Kapan Anda berencana untuk melakukan kegiatan tersebut?

(Tuliskan tanggal atau periode aktivitas di sini)

- a.
- b.
- c.
- d.
- e.

04

PERSIAPKAN PERLENGKAPAN

Apa saja perlengkapan yang dibutuhkan untuk mendukung aksi Anda? Tuliskan di sini.

- a.
- b.
- c.
- d.
- e.

CARA MENULIS SURAT/MENGHUBUNGI/MELIBATKAN PEMANGKU KEPENTINGAN (Surat Penawaran Kerja Sama)



Waste4Change
Alun-alun Utara
Bumipala Vida Bekasi
Mustika Jaya – Padurenan
Bekasi Timur 17150 Jawa Barat
Indonesia
+62 21 2937 2308 | www.waste4change.com

waste4change

CONTOH

Nomor : 013-ADM-1-KLR-VI-2019
Perihal : Penawaran Kerja sama Program 3R School Innovation
Lampiran : 1 Bundle Proposal

Kepada Yth.
Bapak / Ibu Kepala Sekolah
SMA Negeri 28 Jakarta

Mayoritas sistem pengelolaan sampah saat ini hanya memindahkan sampah yang tidak terpilah dari sumbernya, langsung menuju ke tempat pemrosesan akhir (TPA). Jika dilihat dari jangka pendek sistem tersebut memang memudahkan kita, akan tetapi dalam jangka panjang sistem pembuangan sampah tersebut memiliki potensi yang berbahaya bagi kehidupan. Sistem ini memang mudah dan cepat, namun sebenarnya menyimpan banyak potensi permasalahan. Kami percaya bahwa sampah bukanlah produk akhir. Maka, penerapan prinsip 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) adalah hal penting untuk memperpanjang siklus hidup material. Oleh karena itu, tujuan kami adalah mengubah sistem persampahan yang biasanya langsung dibuang ke TPA, menjadi sistem persampahan yang lebih bertanggung jawab.

Waste4Change sebagai sebuah kewirausahaan sosial yang bergerak di isu lingkungan menginisiasi Program 3R School Innovation. **Didukung oleh Gerakan Indonesia Bersih sebagai salah satu program pemerintahan yang mendukung perubahan perilaku dalam mengelola sampah. Pendampingan Bijak Kelola Sampah** didesain sebagai sebuah langkah untuk meningkatkan kesadaran siswa akan pentingnya pengelolaan sampah bertanggung jawab. Serta, membentuk perilaku bijak pengelolaan sampah pada setiap masing-masing siswa.

Melalui surat ini, kami menawarkan kepada **SMA Negeri 28 Jakarta** untuk mendaftarkan sekolahnya dan mengikuti **Program 3R School Innovation** yang akan diselenggarakan pada bulan Agustus – Desember 2019 pada link sebagai berikut: bit.ly/3RSInnovation.

Program **3R School Innovation** merupakan salah satu kegiatan pendampingan bagi siswa/i dalam peningkatan kesadaran untuk mengubah perilaku siswa/i dari kebiasaan buang sampah sembarangan di sekolah dan kehidupan sehari-hari, dan juga belajar mengelola sampah secara bertanggung jawab. Siswa juga akan mendapatkan pengalaman pelatihan dengan pendekatan multidisiplin aspek seperti Sains, Teknologi, Lingkungan dan Matematika dalam menyelesaikan masalah sampah di lingkungan sekolah.

Untuk informasi lebih lanjut mengenai program tersebut, ataupun sekolah memiliki opsi lain dapat menghubungi **Sdri. Bilqis Rulista Al-Zahra** sebagai *Project Executive* di nomor 0812-xxxx-xxxx dan email: bilqis.rulista@waste4change.com.

Bekasi, 25 Juli 2019
PT Wasteforchange Alam Indonesia

M. Bijaksana Junerosano
Managing Director PT WasteforChange Alam Indonesia

Masukkan informasi tentang Anda/institusi Anda

Letakkan logo Anda di sini (jika Anda memiliki logo)

Nomor: (untuk memudahkan pencatatan surat-surat yang Anda kirimkan)

Perihal: (subjek surat, tujuan surat)

Lampiran: (nama proposal inisiatif Anda)

Kepada Yth.

(orang yang Anda tuju, Bapak/Ibu Kepala Sekolah)

(nama sekolah)

Paragraf 1:

(Jelaskan masalah yang menjadi fokus program Anda, deskripsikan mengapa masalah ini penting dan bagaimana cara menanganinya)

Paragraf 2:

(Berikan penjelasan mengenai perusahaan/LSM/grup Anda, beritahu bahwa inisiatif Anda merupakan bagian dari Gerakan Indonesia Bersih, yaitu inisiatif nasional yang mendukung perubahan perilaku dalam pengelolaan sampah, dan mengapa pendekatan ini penting dalam mengatasi masalah persampahan)

Paragraf 3:

(Nyatakan ketertarikan Anda untuk menawarkan mereka kesempatan bergabung dan berpartisipasi dalam inisiatif. Berikan detail tentang durasi dan waktu pelaksanaan inisiatif. Fasilitasi registrasi mereka dengan menyediakan tautan atau formulir registrasi untuk mendaftar (jika ada).)

Paragraf 4:

(Deskripsikan tujuan inisiatif Anda dan manfaatnya bagi peserta/siswa.)

Paragraf 5:

(Berikan detail penanggung jawab yang dapat mereka hubungi jika membutuhkan informasi lebih lanjut (nama, jabatan, nomor kontak dan email))

(Kota dan Tanggal)

(Nama institusi Anda)

(Nama dan tanda tangan Pimpinan Proyek)

(Jabatan)

CARA MENULIS SURAT/MENGHUBUNGI/MELIBATKAN PEMANGKU KEPENTINGAN (Nota Kesepahaman - bagian satu)

PERJANJIAN KERJASAMA
3R SCHOOL INNOVATION PROGRAM ANTARA PT WASTE4CHANGE ALAM
INDONESIA DENGAN SMAN/SMKN
No: 029-ADM-5-KLR-VII-2019

Perjanjian 3R School Innovation Program ini ditandatangani pada hari kamis, tanggal 09-08-2019 oleh dan antara:

CONTOH

- Nama** : Ridho Malik Ibrahim
Nama Instansi : PT Waste4Change Alam Indonesia
Alamat : Gedung SUB, Jalan Alun-alun utara Bumipala Vici Bekasi Kel. Padurenan Kec. Mustika Jaya Bekasi Timur, Jawa Barat
Jabatan : Strategic Service Manager
No Telpon : 021 2937 2308
(Dalam hal ini mewakili instansi dan selanjutnya disebut sebagai PIHAK PERTAMA)
- Nama** : Tri Wuryanti, S.Pd
Nama Instansi : SMA NEGRI 34 JAKARTA
Alamat : Jl. Marsatwa Raya n ok
Jabatan : Waka. Sarpras dan Humas
No Telpon : 085xxxxxxx
(Dalam hal ini mewakili instansi dan selanjutnya disebut sebagai PIHAK KEDUA.)

Berdasarkan pihak yang telah disebutkan diatas, dengan ini para pihak sepakat untuk mengikat diri dalam perjanjian kerjasama 3R School Innovation Program dengan syarat dan ketentuan sebagai berikut ini:

Ketentuan Umum

- 3R School Innovation Program**
3R School Innovation Program adalah program yang dirancang untuk mengenalkan dan memberikan pemahaman kepada siswa sekolah dalam pengelolaan sampah prinsip 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*).
- Tujuan Program**
Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran warga sekolah akan pentingnya pengelolaan sampah secara bertanggung jawab sehingga warga sekolah mampu menerapkan 3R di lingkungan sekitar.
- Aktivitas Program**
Program ini terdiri dari 2 fase, yakni :
 - Fase 1 : Edukasi Bijak Sampah (EDUBIS), Akademi Bijak Sampah (AKABIS) dan *Volunteer Day*
 - Fase 2 : *Design Thinking Training* dan *Science Project Festival*.
- Durasi Program**
Program akan berlangsung pada rentang bulan Agustus 2019 – Desember 2019.



Letakkan logo
Anda di sini (jika
Anda memiliki logo)

PERJANJIAN KERJA SAMA
(NAMA PROGRAM) ANTARA (PERUSAHAAN/LSM/KELOMPOK ANDA) DAN
(NAMA PEMANGKU KEPENTINGAN)
No: (masukkan nomor Perjanjian untuk memudahkan pelacakan)

(Nama program) ini ditandatangani pada (Tanggal) oleh dan antara:

- Nama:** (Penanggung Jawab Proyek/Inisiatif)
Nama Instansi: (nama Perusahaan/LSM/Kelompok Anda)
Alamat: (alamat Perusahaan/LSM/Kelompok Anda)
Jabatan: (jabatan Penanggung Jawab Proyek/Inisiatif)
Nomor telepon: (nomor kontak)
(Dalam hal ini mewakili instansi dan selanjutnya disebut sebagai PIHAK PERTAMA)
- Nama:** (Penanggung Jawab Pemangku Kepentingan)
Nama Instansi: (nama Pemangku Kepentingan)
Alamat: (alamat Pemangku Kepentingan)
Jabatan: (jabatan Penanggung Jawab Pemangku Kepentingan)
Nomor telepon: (nomor kontak)
(Dalam hal ini mewakili instansi dan selanjutnya disebut sebagai PIHAK KEDUA)

Berdasarkan pihak yang telah disebutkan di atas, dengan ini para pihak sepakat untuk mengikat diri dalam perjanjian kerja sama (**Nama inisiatif Anda**) dengan syarat dan ketentuan sebagai berikut:

KETENTUAN UMUM:

- (Nama Proyek/Inisiatif):
(Jelaskan Proyek/Inisiatif Anda)
- Tujuan Program:
- (Apa saja tujuan dari Proyek/Inisiatif?)
- Aktivitas Program:
(Tuliskan aktivitas dengan penjelasan singkat, Anda dapat membaginya dalam beberapa fase, misalnya Fase 1, 2, dst)
- Durasi Program:
(Kapan tanggal permulaan dan akhir Proyek/Inisiatif Anda?)

CARA MENULIS SURAT/MENGHUBUNGI/MELIBATKAN PEMANGKU KEPENTINGAN (Nota Kesepahaman - bagian dua)

Ruang Lingkup Pihak Pertama

- Pihak Pertama berkewajiban memberikan sesi pelatihan dan pendampingan yang terdiri dari aktivitas utama program seperti: AKABIS, EDUBIS, *Task Force Formation*, *Volunteer Day*, *Design Thinking Training*, dan *Science Project Festival*.
- Pihak Pertama berhak mendapatkan dukungan penuh dari Pihak Kedua selama menjalankan program.

Ruang Lingkup Pihak Kedua

- Pihak Kedua berkewajiban mengikuti seluruh rangkaian **3R School Innovation Proram** yang telah dijadwalkan oleh Pihak Pertama dan berkontribusi untuk mengikuti program hingga selesai.
- Pihak Kedua berkewajiban mendukung Pihak Pertama dalam menjalankan **3R School Innovation Program**.
- Pihak Kedua berhak mendapatkan pendampingan dan fasilitas dari Pihak Pertama selama program berlangsung.
- Setiap kegiatan yang di posting melalui sosial media wajib mencantumkan hashtag **#DOW3RSchool #BijakKelolaSampah #RecycleMoreWasteLess #IndonesiaBersihSampah2025**

Ketentuan Lain-Lain.

- Sekolah yang mengikuti **3R School Innovation Program** tidak dipungut biaya.
- Pihak Pertama maupun Pihak Kedua wajib mengikuti dan melaksanakan program hingga selesai dengan menjalankan perannya masing-masing sesuai yang telah dijelaskan pada poin diatas.

Penutup

Demikian perjanjian kerjasama ini dibuat serta diketahui oleh masing - masing dari PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA.

PIHAK PERTAMA
Strategic Service Manager
Waste4Change

Ridho Malik Ibrahim

PIHAK KEDUA
Penanggung Jawab
SMKN 41 Jakarta

Tri Wuryanti,S.Pd

Ruang Lingkup Pihak Pertama

(Tuliskan aktivitas dan kesepakatan yang merupakan tanggung jawab Anda sebagai Pihak Pertama untuk Anda pimpin dan penuh)

-
-
-

Ruang Lingkup Pihak Kedua

(Tuliskan aktivitas dan kesepakatan yang Pihak Kedua wajib untuk ikuti)

-
-
-

Ketentuan Lain-lain

(Sebutkan pernyataan yang telah Anda sepakati bersama Pihak Kedua, termasuk apakah program bersifat gratis atau berbayar).
(Nyatakan bahwa:)

Pihak Pertama maupun Pihak Kedua wajib mengikuti dan melaksanakan program hingga selesai dengan menjalankan perannya masing-masing sesuai yang telah dijelaskan pada poin di atas.

Penutup

Demikian perjanjian kerja sama ini dibuat serta diketahui oleh masing-masing dari PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA.

PIHAK PERTAMA
(Jabatan Penanggung
Jawab)
(nama perusahaan/LSM/
kelompok Anda)

(Nama Penanggung Jawab)

PIHAK KEDUA
(Penanggung Jawab)
(nama instansi)

(Nama Penanggung
Jawab)

COLLATERAL MATERIALS



"Aku cuma buang satu sampah plastik kok"

Faktanya, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyatakan timbulan sampah nasional diperkirakan sudah mencapai 175.000 ton per hari atau setara 64 juta ton per tahun, dan diperkirakan 3,2 juta ton per tahun sampah plastik yang dibuang ke laut.

#gerakanindonesiabersih
#cleanupjakartaday

JANUARI

| MINGGU | SENIN | SELASA | RABU | KAMIS | JUM'AT | SABTU |
|--------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | |

1 Januari : Tahun Baru 2019



"Sampahnya numpuk, baunya busuk"

Jumlah berat sampah dari kiriman luapan air dari Bogor jika dikonversikan setara dengan berat kosong empat pesawat Boeing tipe jumbo 737-900ER. Pesawat yang bisa mengangkut 220 orang itu tercatat memiliki berat kosong 44 ton.

#gerakanindonesiabersih
#cleanupjakartaday

JUNI

| MINGGU | SENIN | SELASA | RABU | KAMIS | JUM'AT | SABTU |
|--------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| | | | | | | 1 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | | | | | | |

1 Juni : Hari Lahir Pancasila

5 Juni : Hari Raya Idul Fitri 1440 H



"Air sungai, jangan sampai lebih tinggi dari cita-cita"

Data tahun 2017 menunjukan kealamatan banjir tertinggi di Jakarta adalah 4 meter terjadi selama 15 hari pada bulan Januari 2013 yang berdampak pada 35 kecamatan

#gerakanindonesiabersih
#cleanupjakartaday

DESEMBER

| MINGGU | SENIN | SELASA | RABU | KAMIS | JUM'AT | SABTU |
|--------|-------|--------|------|-------|--------|-------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 29 | 30 | 31 | | | | |

25 Desember : Hari Raya Natal



Instagram post featuring a hand dropping a red can into a trash bin. The background is light blue with icons of various types of trash. Logos for 'waste4change' and 'INDONESIA BERSIH' are visible in the top right corner.

“Tidak benci orangnya, tapi benci perbuatannya”

80% sampah di laut berasal dari daratan

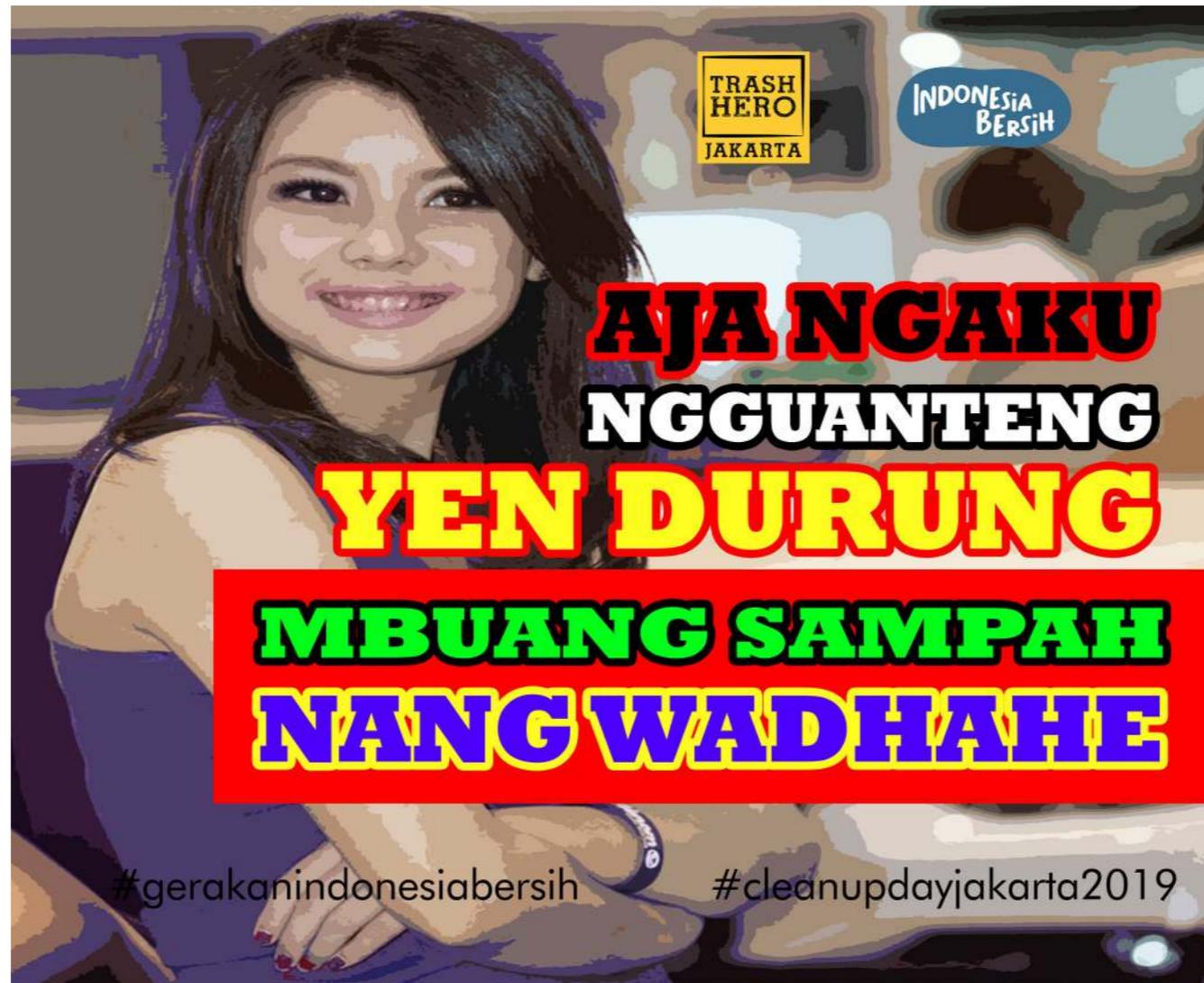


Poster with a yellow background and a white speech bubble. A woman in a blue shirt is shouting into a megaphone. A black trash bag is overflowing with trash at the bottom. Logos for 'TRASH HERO JAKARTA' and 'INDONESIA BERSIH' are in the top corners.

**BELI MOLEN BARENG SI MAMAN
MAKAN BAKMI PAS UDAH SIANGAN
HEY KAMU YANG BUDIMAN
CINTAI BUMI, JANGAN BUANG SAMPAH
SEMBARANGAN!!**

48% Jumlah sampah di Indonesia berasal dari lingkungan rumah tangga

#gerakanindonesiabersih
#cleanupdayjakarta2019



AJA NGAJU

NGGUANTENG

YEN DURUNG

**MBUANG SAMPAH
NANG WADHAHE**

#gerakanindonesiabersih

#cleanupdayjakarta2019

