

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab III ini, penulis menguraikan hasil analisis dan interpretasi data terkait “Aktivitas *Public Relations* Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) dalam Manajemen Risiko Penggunaan Plastik”. Pembahasan ini disusun berdasarkan teori serta konsep yang relevan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif. Data yang digunakan dalam analisis diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Koordinator Fungsi Media Sosial BRIN, yang memberikan wawasan langsung mengenai strategi dan langkah-langkah yang dilakukan dalam upaya pengelolaan risiko plastik

3.1 Peran *Public Relations* Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) dalam Manajemen Risiko Penggunaan Plastik

Public Relations Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) memainkan peran penting dalam menyebarluaskan informasi mengenai riset dan inovasi yang dilakukan oleh lembaga ini kepada masyarakat luas. Agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau berbagai kalangan, *Public Relations* BRIN memanfaatkan beragam kanal komunikasi, mulai dari media massa, media sosial, hingga platform digital lainnya. Dengan ini, maka hasil riset yang dihasilkan BRIN tidak hanya tersimpan di lingkup akademik atau penelitian, tetapi juga bisa lebih dipahami dan dikenal oleh masyarakat.

Selain menyebarkan informasi, *Public Relations* BRIN juga bertugas menjaga hubungan baik dengan media massa. Melalui siaran pers, wawancara, hingga

konferensi pers, *Public Relations* memastikan bahwa berita tentang riset dan inovasi BRIN tersampaikan dengan luas dan akurat. Dengan komunikasi yang efektif, BRIN dapat terus membangun kepercayaan publik terhadap peran dan kontribusinya dalam kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. *Public Relations* BRIN juga berperan dalam mengelola komunikasi *internal* dan *external* yang menjadi penghubung antara berbagai pihak, seperti peneliti, pemerintah, mitra kerja, serta masyarakat luas. Koordinasi yang baik ini tidak hanya mendukung kelancaran kolaborasi, tetapi juga membantu membangun pemahaman yang lebih jelas tentang bagaimana riset BRIN dapat memberikan manfaat nyata.

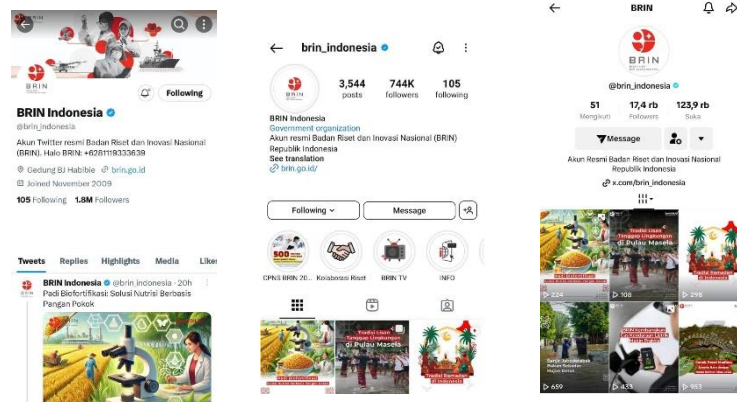
Di era digital seperti sekarang, media sosial dan *website* menjadi senjata utama dalam strategi komunikasi *Public Relations* BRIN. Dengan konten yang kreatif dan interaktif, mereka memastikan bahwa informasi yang disajikan tidak hanya akurat tetapi juga menarik dan mudah diakses oleh publik. Dengan pendekatan ini, riset dan inovasi BRIN bisa lebih dikenal dan memiliki dampak lebih luas di masyarakat. Selain itu, *Public Relations* BRIN juga berperan dalam menangani krisis komunikasi. Jika muncul isu yang berpotensi merugikan citra lembaga, maka *Public Relations* BRIN harus sigap merespons dengan cepat dan tepat. Transparansi dan ketepatan informasi menjadi kunci agar tidak terjadi kesalahpahaman di publik, sekaligus menjaga kepercayaan masyarakat terhadap BRIN. Sebagai bagian dari upaya keterbukaan informasi, *Public Relations* BRIN juga bertanggung jawab dalam mengelola layanan informasi publik. Masyarakat yang ingin mendapatkan data atau informasi seputar

BRIN bisa mengaksesnya sesuai dengan prinsip keterbukaan informasi. Dengan adanya layanan ini, BRIN memastikan bahwa publik dapat dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan cara yang jelas dan sesuai regulasi.

Untuk menjalankan fungsinya secara efektif, *Public Relations* BRIN terbagi ke dalam beberapa bagian utama, masing-masing dengan tugas dan tanggung jawab yang spesifik. Terdapat Fungsi *Media Relations*, yang bertugas menjalin hubungan dengan media massa, baik cetak, *online*, maupun televisi. Fungsi *Multimedia* memiliki peran dalam dokumentasi serta penerbitan berbagai media informasi, seperti majalah, buletin, hingga pembuatan video dokumenter. Fungsi Protokol dan Acara bertugas menangani penyelenggaraan berbagai kegiatan resmi, termasuk kunjungan tamu dan pendampingan pejabat tinggi BRIN. Fungsi Layanan Informasi Publik memiliki tanggung jawab dalam mengelola permintaan informasi dari masyarakat. Serta Fungsi Media Sosial, yang berfokus pada pengelolaan akun media sosial resmi BRIN.

Fungsi Media Sosial menjadi salah satu aspek krusial dalam strategi komunikasi *Public Relations* BRIN saat ini. Fungsi Media Sosial bertanggung jawab mengelola berbagai *platform* digital, seperti Instagram, Twitter/X, Facebook, dan TikTok, guna memastikan informasi mengenai riset dan inovasi BRIN dapat tersampaikan dengan menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat. Fungsi Media Sosial BRIN tidak hanya

menciptakan konten yang informatif, tetapi juga merancang strategi komunikasi digital agar pesan yang disampaikan bisa menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan.



Sumber: Twitter BRIN Indonesia, Instagram BRIN Indonesia, Tiktok BRIN Indonesia

Gambar 3. 1 Tampilan Media Sosial BRIN

Lebih dari sekadar mengunggah konten, Fungsi Media Sosial *Public Relations* BRIN juga terus memantau *trend* serta respons publik terhadap informasi yang dipublikasikan. Analisis performa media sosial, seperti tingkat *engagement* dan *reach*, menjadi dasar dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif ke depannya. Selain itu, fungsi ini aktif berinteraksi dengan pengikut di media sosial, menjawab pertanyaan, serta mengelola komentar agar komunikasi dua arah tetap terjalin dengan baik dan transparan. Melalui berbagai upaya ini, *Public Relations* BRIN berperan sebagai penghubung antara dunia riset dan masyarakat. Dengan strategi komunikasi yang tepat dan berbasis data, hasil penelitian yang dihasilkan BRIN tidak hanya sekadar diketahui, tetapi juga dipahami serta memberikan dampak nyata dalam kehidupan sehari-hari. Strategi komunikasi merupakan proses menyusun dan mengelola komunikasi secara terencana agar berjalan efektif. Untuk mencapai tujuan

yang diinginkan, diperlukan peran seorang komunikator dalam merancang strategi yang tepat sehingga pesan dapat disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami (Nursyamsi et al., 2022).



Sumber: Instagram BRIN Indonesia

(<https://www.instagram.com/p/DGVCRqyvqRS/?igsh=NzVicGdkNjAyMXY2>)

Gambar 3. 2 Contoh Bentuk Komunikasi Dua Arah Fungsi Media Sosial BRIN

Public Relations BRIN memandang permasalahan meningkatnya penggunaan plastik di Indonesia sebagai ancaman serius terhadap lingkungan. Menurut Koordinator Fungsi Media Sosial, permasalahan ini diibaratkan sebagai bom waktu yang sewaktu-waktu dapat memberikan dampak besar bagi ekosistem. Sampah plastik yang terus menumpuk berpotensi mencemari laut, merusak keseimbangan lingkungan, dan bahkan masuk ke dalam rantai makanan manusia. Jika tidak segera ditangani, dampak negatifnya tidak hanya berpengaruh terhadap lingkungan, tetapi juga terhadap kesehatan manusia.

Sampah plastik yang berakhir di laut bukan sekadar masalah lingkungan biasa, hal ini adalah ancaman nyata yang membutuhkan solusi segera. BRIN terlibat langsung dalam Rencana Aksi Nasional Penanganan Sampah Laut, terutama dalam aspek pemantauan serta mengembangkan inovasi dalam menangani pencemaran plastik di lautan. Melalui berbagai penelitian dan teknologi, BRIN terus mencari cara yang lebih efektif dalam mengelola limbah plastik. Data hasil pemantauan yang dilakukan para peneliti BRIN menjadi landasan penting dalam memberikan rekomendasi kebijakan yang lebih akurat. Selain itu, BRIN juga berfokus pada inovasi dalam pengolahan sampah plastik dan mencari alternatif bahan pengganti plastik yang lebih ramah lingkungan. Namun, meskipun berbagai kebijakan terkait pengurangan sampah plastik telah diterbitkan, implementasinya di lapangan masih menghadapi banyak tantangan. Regulasi yang ada sebenarnya cukup memadai, tetapi kurangnya koordinasi antar kementerian membuat upaya penanganan sampah plastik belum berjalan optimal. Jika sinergi antar pemangku kepentingan dapat diperkuat, maka upaya mengurangi dampak sampah plastik terhadap lingkungan bisa lebih maksimal dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat serta ekosistem laut.

Kekhawatiran ini semakin diperkuat dengan hasil penelitian dari salah satu Peneliti Pusat Riset Oseanografi Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), yang menunjukkan bahwa sampah plastik di laut telah mencapai tingkat yang mengkhawatirkan. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa limbah plastik tidak hanya mencemari perairan, tetapi juga berdampak pada kehidupan biota laut serta

mengancam keberlanjutan ekosistem laut secara keseluruhan yang menyebabkan kerugian besar bagi negara. Berawal dari temuan ini, *Public Relations* BRIN khususnya pada Fungsi Media Sosial berinovasi dalam menyebarluaskan informasi melalui berbagai kanal komunikasi, terutama di media sosial untuk mengajak masyarakat lebih peduli terhadap penggunaan plastik. Salah satu kampanye edukatif telah dilakukan adalah kampanye digital “BRIN Menuju Nol Sampah Plastik.” Meskipun pada awalnya kampanye ini ditujukan untuk civitas BRIN, penyebarannya di media sosial turut mengajak masyarakat untuk lebih sadar dan peduli terhadap pengurangan penggunaan plastik, khususnya plastik sekali pakai.



Sumber: Instagram BRIN Indonesia

(<https://www.instagram.com/reel/DDoOoFvGaQ/?igsh=NWNjZmcyanJyMHJt>)

Gambar 3. 3 Konten Kampanye BRIN Menuju Nol Sampah Plastik

Melalui kegiatan *soft campaign* "BRIN Menuju Nol Sampah Plastik" di media sosial, BRIN berupaya mendorong kepatuhan civitas BRIN dan masyarakat dalam

mengurangi penggunaan plastik. Agar pesan yang disampaikan efektif dan mampu memengaruhi perilaku audiens, maka diperlukan strategi komunikasi yang tepat. James Dillard merumuskan *Goals-Plans-Actions Model* (GPA) untuk menjelaskan bagaimana proses kognitif seseorang dalam memperoleh kepatuhan dari orang lain. Model ini menjelaskan bahwa proses memperoleh kepatuhan melibatkan tiga tahapan utama, yaitu menetapkan tujuan (*goals*), merancang strategi komunikasi (*plans*), dan mengimplementasikan tindakan (*actions*) (Littlejohn et al., 2017). Dalam model ini, individu atau organisasi berupaya memengaruhi orang lain agar mengikuti keinginannya, yang didorong oleh berbagai alasan serta beragam tujuan.

Untuk mencapai tujuan tersebut, *Public Relations* BRIN khususnya Fungsi Media Sosial merancang strategi komunikasi yang mencakup edukasi melalui konten informatif berupa kampanye digital, serta kolaborasi dengan periset, industri, dan *influencer*. Implementasi dari strategi ini dilakukan dengan menyebarluaskan informasi mengenai bahaya sampah plastik bagi lingkungan, mengajak masyarakat beralih ke alternatif yang lebih ramah lingkungan, serta mencontohkan praktik nyata, seperti pengurangan penggunaan botol plastik sekali pakai dan kemasan plastik makanan dalam berbagai kegiatan. Dengan pendekatan ini, *Public Relations* BRIN tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk persepsi publik mengenai urgensi masalah sampah plastik dan memberikan solusi konkret yang dapat dipatuhi oleh civitas BRIN dan masyarakat.

Melalui teori ini, maka dapat membantu menggambarkan *Public Relations* BRIN khususnya Fungsi Media Sosial dalam memandang permasalahan terkait sampah plastik serta mengetahui cara mereka mengelola risiko penggunaan plastik melalui komunikasi yang efektif, sehingga ajakan untuk mengurangi sampah plastik dapat lebih diterima dan dipatuhi oleh audiens.

3.2 Strategi Komunikasi *Public Relations* BRIN dalam Manajemen Risiko

Penggunaan Plastik

Dalam menghadapi permasalahan sampah plastik yang semakin mengkhawatirkan, *Public Relations* BRIN memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesadaran publik terhadap dampak negatif plastik terhadap lingkungan. Manajemen risiko penggunaan plastik yang dilakukan oleh *Public Relations* BRIN bertujuan untuk mendorong masyarakat agar lebih peduli dan aktif berpartisipasi dalam upaya pengurangan konsumsi plastik, khususnya plastik sekali pakai. Kesadaran ini tidak hanya ditargetkan pada individu, tetapi juga diharapkan dapat mendorong komunitas, industri, dan pemangku kebijakan untuk mengambil langkah konkret dalam mengelola sampah plastik secara lebih berkelanjutan. Melalui strategi komunikasi berbasis riset, *Public Relations* BRIN berupaya menyajikan informasi mengenai dampak lingkungan dari penggunaan plastik serta menawarkan alternatif solusi yang dapat diterapkan oleh berbagai pihak.

Selain itu, *Public Relations* BRIN juga memiliki tujuan strategis lain, yaitu menjaga citra lembaga sebagai pelopor riset dan inovasi di bidang lingkungan. BRIN

berperan sebagai pemimpin dalam Kelompok Kerja 5 untuk Strategi Penelitian dan Pengembangan di Rencana Aksi Nasional Penanganan Sampah Laut, yang menegaskan posisinya sebagai lembaga utama dalam penelitian dan pengembangan solusi pengelolaan sampah plastik di Indonesia. Sebagai lembaga riset yang memiliki tanggung jawab besar dalam upaya pengurangan sampah plastik, BRIN tidak hanya dituntut untuk menghasilkan penelitian yang berorientasi pada solusi, tetapi juga untuk menjadi contoh dalam penerapan strategi pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, kampanye edukasi yang dijalankan oleh *Public Relations* BRIN disusun dengan mempertimbangkan aspek ilmiah serta efektivitas penyampaian pesan kepada publik. Dengan strategi komunikasi yang terarah, *Public Relations* BRIN tidak hanya berfungsi sebagai media edukasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap BRIN sebagai institusi riset yang berkomitmen terhadap keberlanjutan lingkungan.

Salah satu strategi utama yang diterapkan dalam kampanye ini adalah melalui pemanfaatan media sosial sebagai platform komunikasi utama. *Public Relations* BRIN menggunakan berbagai format konten seperti audiovisual, infografis, serta kolaborasi dengan periset untuk menyajikan informasi berbasis riset dengan bahasa yang lebih populer dan mudah dipahami oleh masyarakat. Selain itu, webinar juga menjadi bagian dari strategi komunikasi, meskipun sifatnya kurang interaktif dibandingkan media sosial. *Public Relations* BRIN menggunakan *platform* komunikasi yang dianggap paling efektif dalam menyebarkan pesan, yaitu Instagram dan TikTok. Kedua platform

ini dipilih karena memiliki jangkauan yang luas serta memungkinkan penyampaian informasi dalam format video singkat atau *reels* yang lebih mudah dipahami. Sementara itu, media sosial seperti Facebook dan Twitter masih digunakan, tetapi sifatnya lebih *segmented* dan kurang efektif dibandingkan dengan Instagram dan TikTok dalam menjangkau audiens muda. Dengan kombinasi berbagai format komunikasi ini, BRIN berupaya menjangkau audiens yang lebih luas dan mendorong perubahan perilaku dalam penggunaan plastik secara lebih berkelanjutan.

Dalam mengukur efektivitas kampanye, *Public Relations* BRIN menggunakan *engagement* di media sosial sebagai salah satu indikator keberhasilan. Meskipun tidak dapat secara langsung memantau perubahan perilaku masyarakat, interaksi seperti komentar, *likes*, dan *share* dari audiens menjadi tolak ukur bahwa pesan yang disampaikan mendapatkan respons positif. Selain itu, evaluasi juga dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan tetap relevan dan efektif. Jika *engagement* media sosial menurun atau tanggapan masyarakat bersifat negatif, maka dilakukan penyesuaian strategi, seperti pembuatan konten yang lebih interaktif, termasuk kuis atau *trivia* dengan sistem *giveaway*.

Dalam menjangkau *stakeholder* utama, *Public Relations* BRIN mengadopsi pendekatan *multichannel*, yaitu dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, media online, serta diskusi publik berbasis webinar. Kolaborasi dengan komunitas, industri, dan organisasi non-pemerintah (NGO) juga menjadi bagian dari strategi komunikasi yang sedang dikembangkan. Tujuan dari pendekatan

ini adalah agar pesan kampanye dapat menjangkau berbagai segmen masyarakat, mulai dari masyarakat umum, akademisi, hingga pelaku industri yang memiliki peran besar dalam pengurangan sampah plastik.

Sebagai lembaga riset yang memiliki peran strategis dalam pengelolaan lingkungan, BRIN membuat strategi yang aktif dengan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak dalam mengedukasi publik mengenai pengelolaan sampah plastik. Kolaborasi ini dilakukan dengan berbagai sektor, termasuk industri, akademisi, dan *influencer*, guna memperluas jangkauan kampanye edukatif terkait pengurangan plastik. Salah satu bentuk kerja sama yang telah dijalankan adalah kemitraan dengan PT Viro, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang daur ulang plastik. Melalui inovasi berbasis teknologi nuklir, PT Viro mengembangkan *Wood Plastic Composite* (WPC), yaitu material daur ulang yang dapat dimanfaatkan sebagai alternatif bahan *furniture* serta bangunan. *Wood Plastic Composite* (WPC) merupakan bahan campuran plastik daur ulang dan limbah biomassa. Teknik yang digunakan bebas dari bahan kimia, sederhana, dan ramah lingkungan. Masyarakat yang memiliki bank sampah berbasis plastik juga dapat memanfaatkan fasilitas pengolahan yang tersedia di perusahaan mitra yaitu PT Viro, agar sampah plastik dapat diolah kembali menjadi produk yang lebih bernilai guna. BRIN turut mendukung inisiatif ini dengan melakukan diseminasi informasi kepada masyarakat melalui berbagai kanal komunikasi, termasuk media sosial Instagram. Selain sebagai bentuk kolaborasi penelitian, kerja sama ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik

terhadap potensi daur ulang plastik serta mempromosikan solusi berbasis inovasi dalam pengelolaan sampah.



Sumber: Instagram BRIN Indonesia

(<https://www.instagram.com/p/DGVCRqyvqRS/?igsh=NzVicGdkNjAyMXY2>)

Gambar 3. 4 Konten Plastik Jadi Berharga Berkat Teknologi Nuklir

Selain berkolaborasi dengan sektor industri, BRIN juga menggandeng *influencer* edukatif dalam upaya memperluas jangkauan kampanye pengelolaan plastik. Salah satu kolaborasi yang telah dilakukan adalah dengan akun @bule_sampah, seorang *influencer* yang berfokus pada edukasi mengenai pengelolaan limbah sampah. Kolaborasi ini diusulkan oleh Prof. Reza Cordova, seorang Peneliti Pusat Riset Oseanografi BRIN yang aktif dalam kajian sampah plastik laut. Kehadiran *influencer* yang memiliki kepedulian terhadap isu lingkungan dianggap dapat meningkatkan efektivitas kampanye edukasi, terutama dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Dengan pendekatan multipihak, diharapkan kesadaran publik terhadap

dampak sampah plastik dapat meningkat, sekaligus mendorong implementasi solusi yang lebih berkelanjutan dalam pengelolaan limbah plastik di Indonesia.



Sumber: Instagram BRIN Indonesia dan @bule_sampah
 (<https://www.instagram.com/reel/DG4sRbsxb3R/?igsh=MXZlZjE2Nmhobzl4ZQ==>)

Gambar 3. 5 Konten Kolaborasi Bule Sampah dengan BRIN

Untuk mencapai dampak yang lebih luas, *Public Relations* BRIN menetapkan target jangka pendek dan jangka panjang dalam manajemen risiko penggunaan plastik. Dalam jangka pendek, tujuan utama adalah meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya sampah plastik serta memperkenalkan solusi alternatif untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Namun, karena *Public Relations* BRIN adalah lembaga riset, implementasi solusi ini tidak bisa dilakukan secara mandiri dan memerlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan industri. Dalam jangka panjang, harapannya adalah agar kampanye ini dapat mendorong pemerintah dalam merumuskan kebijakan berbasis riset yang lebih *pro-lingkungan* serta mempercepat transisi menuju sistem pengelolaan plastik yang lebih berkelanjutan.

Dengan demikian, *Public Relations* BRIN tidak hanya berperan dalam menyebarluaskan informasi mengenai riset dan inovasi yang dikembangkan oleh lembaga ini kepada masyarakat luas, tetapi juga berupaya mengubah pola hidup, khususnya dalam penggunaan plastik di berbagai kalangan. Melalui strategi komunikasi yang terarah, *Public Relations* BRIN berusaha meningkatkan kesadaran industri, pemerintah, dan masyarakat mengenai dampak negatif plastik serta mendorong mereka untuk berkontribusi dalam penerapan gaya hidup yang lebih ramah lingkungan.

3.3 Implementasi Strategi Komunikasi dan Evaluasi *Public Relations* BRIN dalam Manajemen Risiko Penggunaan Plastik

Dalam menghadapi permasalahan sampah plastik yang semakin meningkat, implementasi dan evaluasi menjadi aspek penting dalam mengukur keberlanjutan dalam pengelolaan penggunaan plastik. Pendekatan ini didasarkan pada *Goals-Plans-Actions* (GPA) Model yang dirumuskan oleh James Dillard, menekankan bahwa untuk mencapai kepatuhan dan perubahan perilaku, yang diperlukan tidak hanya perumusan tujuan dan strategi yang jelas, tetapi juga implementasi yang efektif serta evaluasi berkelanjutan guna memastikan keberhasilan strategi yang diterapkan.

Sebagai lembaga yang berperan aktif dalam penelitian dan inovasi lingkungan, BRIN tidak hanya mendorong edukasi pengurangan plastik kepada masyarakat, tetapi juga menerapkan langkah-langkah konkret dalam *internal* institusi. BRIN bisa menghasilkan sampah plastik 4,5 ton hingga 5 ton dalam kurun waktu 1 bulan, salah

satu upaya yang dilakukan untuk menangani masalah ini adalah mulai mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan. Transisi menuju pola konsumsi yang lebih ramah lingkungan ini juga sejalan dengan kebijakan efisiensi anggaran yang diterapkan oleh BRIN. Beberapa langkah yang telah diimplementasikan antara lain menghimbau civitas BRIN untuk membawa *tumbler* pribadi guna mengurangi konsumsi air minum dalam kemasan plastik. Selain itu, penggunaan kemasan plastik dalam penyajian makanan juga mulai diminimalisir, termasuk dengan mendorong penggunaan peralatan makan yang lebih berkelanjutan, seperti piring bambu atau rotan dalam kegiatan tertentu. Meskipun penerapannya masih bertahap, langkah-langkah ini sudah diintegrasikan ke dalam konten "BRIN Menuju Nol Sampah Plastik" sebagai contoh nyata bahwa BRIN tidak hanya berperan dalam memberikan informasi dan himbauan saja, tetapi juga telah menerapkan program ini secara langsung dalam lingkungan institusi untuk menunjukkan komitmen BRIN dalam menciptakan lingkungan kerja yang lebih peduli terhadap pengurangan sampah plastik.



Sumber: Instagram BRIN Indonesia

(<https://www.instagram.com/reel/DDoOoFvGaQ/?igsh=NWNjZmcyanJyMHJt>)

Gambar 3. 6 Konten Kampanye BRIN Menuju Nol Sampah Plastik

Selain penerapan kebijakan *internal*, kampanye "BRIN Menuju Nol Sampah Plastik" juga mulai menunjukkan dampak nyata dalam mengubah perilaku individu dan komunitas. Di lingkungan kantor BRIN, kesadaran terhadap pengelolaan sampah plastik semakin meningkat, yang ditunjukkan dengan adanya fasilitas khusus untuk pembuangan botol plastik di area parkir. Civitas BRIN dihimbau untuk secara aktif memilah sampah plastik kering, seperti botol minuman dan kemasan makanan ringan, sebelum dibuang ke tempat yang telah disediakan.



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Gambar 3. 7 Kotak Donasi Sampah BRIN

Tidak hanya di lingkungan *internal* BRIN, dampak kampanye ini juga terlihat pada audiens *external*, termasuk mahasiswa magang yang mulai lebih sadar terhadap pentingnya pengurangan plastik. Beberapa mahasiswa magang di BRIN bahkan secara aktif membuat konten edukatif di TikTok mengenai pengelolaan sampah plastik dengan pendekatan kreatif dan interaktif, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima oleh generasi muda. Respons positif yang ada di kolom komentar

menunjukkan bahwa edukasi yang dilakukan BRIN telah mendorong perubahan perilaku yang lebih sadar lingkungan.



Sumber: Tiktok BRIN Indonesia
(<https://vt.tiktok.com/ZSMwyswJy/>)

Gambar 3. 8 Konten Sampah Plastik Jadi Berharga Berkat Teknologi Nuklir

Sebagai upaya dalam mengedukasi masyarakat dan *stakeholder* mengenai pengurangan penggunaan plastik, *Public Relations* BRIN terus secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam penyebaran informasi dan kampanye edukatif. Berbagai jenis konten diproduksi untuk meningkatkan kesadaran publik, seperti infografis dan video pendek melalui fitur *Reels* yang dinilai lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Untuk membangun kredibilitas dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan, *Public Relations* BRIN memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan didasarkan pada data riset yang akurat dan terpercaya. Salah satu langkah utama yang dilakukan adalah

berkolaborasi langsung dengan para periset, sehingga informasi yang disampaikan selalu berbasis fakta ilmiah.

Sebagai lembaga riset, BRIN memiliki tanggung jawab dalam menyediakan informasi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Pendekatan berbasis riset ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan publik, tetapi juga mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam berbagai kampanye edukasi yang dijalankan oleh *Public Relations* BRIN. Dengan berbasis data yang akurat diharapkan masyarakat lebih yakin dan terdorong untuk ikut serta dalam upaya pengurangan penggunaan plastik serta mendukung kebijakan lingkungan yang berkelanjutan.

Dalam upaya mengelola risiko penggunaan plastik, *Public Relations* BRIN menghadapi berbagai tantangan, terutama yang berasal dari faktor *external* atau luar. Salah satu hambatan utama adalah perbedaan pola pikir masyarakat yang masih terbiasa menggunakan plastik dalam kehidupan sehari-hari. Banyak individu yang belum menyadari dampak negatif plastik atau mempertanyakan mengapa plastik masih mudah diperjual belikan jika penggunaannya dianggap merugikan lingkungan. Selain itu, upaya edukasi yang dilakukan BRIN tidak dapat berjalan secara optimal tanpa adanya regulasi yang lebih ketat dari pemerintah dan dukungan konkret dari industri. Tanpa kebijakan yang jelas dan terkoordinasi, sulit bagi masyarakat untuk beralih ke alternatif yang lebih ramah lingkungan. Oleh karena itu, upaya pengurangan plastik tidak hanya menjadi tanggung jawab BRIN, tetapi juga memerlukan sinergi antara lembaga riset, pemerintah, dan sektor industri.

Public Relations BRIN berupaya menjaga konsistensi dalam menyebarkan edukasi mengenai risiko penggunaan plastik. Melalui kampanye digital, BRIN terus menyampaikan informasi berbasis riset guna meningkatkan kesadaran masyarakat. Selain itu, BRIN juga berperan dalam membantu pemerintah dalam upaya edukasi publik serta mengajak lebih banyak pihak untuk terlibat, sehingga pesan yang disampaikan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan efektif.

Selain tantangan dalam membangun kesadaran publik dan mendorong kebijakan yang lebih mendukung pengurangan plastik, *Public Relations* BRIN juga menghadapi kendala dalam menyampaikan edukasi melalui media sosial. Salah satu tantangan terbesar adalah arus informasi yang sangat cepat dan bercampur dengan misinformasi serta berita *hoax*, yang dapat mengaburkan pesan edukatif yang ingin disampaikan. Di era digital, masyarakat cenderung mencari informasi yang lebih sederhana dan praktis, sehingga kampanye edukasi sering kali kalah saing dengan konten yang lebih ringan dan menghibur. Selain itu, menciptakan konten edukatif yang menarik dan tetap berbasis riset menjadi tantangan tersendiri. *Public Relations* BRIN khususnya pada Fungsi Media Sosial harus terus berinovasi dalam menyusun strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan tetap relevan dan efektif. Namun, kurangnya dukungan dari lingkungan sekitar sering kali menjadi hambatan dalam menghasilkan ide-ide baru yang dapat menarik perhatian masyarakat. Oleh karena itu, upaya edukasi juga membutuhkan inovasi yang berkelanjutan dalam penyampaian pesan, sehingga

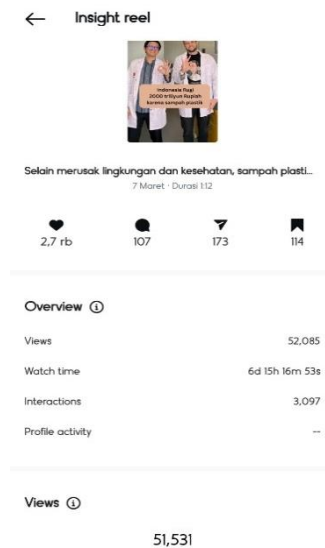
informasi mengenai pengelolaan sampah plastik dapat lebih mudah diterima dan diimplementasikan oleh masyarakat luas.

Sebagai upaya memastikan efektivitas kampanye edukasi yang dijalankan, *Public Relations* BRIN menerapkan strategi mitigasi guna menyesuaikan pendekatan komunikasi dengan respons audiens. Jika suatu konten edukasi tidak mendapatkan perhatian yang diharapkan atau kurang menarik minat publik, dilakukan evaluasi terhadap format, gaya penyampaian, serta relevansi pesan yang disampaikan. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah dengan mengembangkan konten interaktif, seperti kuis, atau *giveaway* yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Selain itu, BRIN juga merencanakan kampanye edukatif dalam bentuk lomba kepedulian lingkungan dalam rangka ulang tahun BRIN yang ke-4. Diharapkan rencana baru ini dapat mendorong partisipasi masyarakat secara lebih aktif. Ke depannya, strategi ini terus disesuaikan dengan perkembangan tren media sosial serta respons publik, sehingga pesan mengenai pengelolaan sampah plastik dapat tersampaikan dengan lebih efektif dan berkelanjutan.

Selain itu, *Public Relations* BRIN juga melakukan evaluasi berbasis data terhadap keterlibatan audiens dalam kampanye edukasi yang dijalankan. Salah satu indikator utama yang digunakan adalah *engagement* di media sosial, yang meliputi jumlah interaksi, *insight*, *viewer*, serta seberapa banyak konten yang dibagikan oleh pengguna. Lalu, *Public Relations* BRIN juga melakukan survei untuk mengukur efektivitas konten edukasi yang dipublikasikan berdampak terhadap kesadaran

masyarakat. Namun, jika suatu konten tidak mencapai target yang diharapkan atau tingkat *engagement* menunjukkan penurunan, dilakukan penyesuaian strategi komunikasi. Langkah ini mencakup evaluasi terhadap format dan penyampaian pesan, serta rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas konten ke depannya.

Dari hasil evaluasi, beberapa konten mengenai penanggulangan sampah plastik yang telah dipublikasikan melalui media sosial BRIN Indonesia menunjukkan respons yang positif, dengan tingginya jumlah pembagian serta komentar yang mendukung kampanye ini. Dengan pendekatan evaluatif yang berkelanjutan, *Public Relations* BRIN berupaya memastikan bahwa kampanye edukasi yang dijalankan tetap relevan, menarik, serta memiliki dampak yang nyata bagi masyarakat.



Sumber: Dokumentasi Koordinator Fungsi Media Sosial

Gambar 3. 9 Contoh Tampilan Engagement Konten Kolaborasi BRIN dengan @bule_sampah

Dengan terus mengoptimalkan strategi komunikasi dan implementasi kampanye, *Public Relations* BRIN berupaya memperluas jangkauan edukasi serta mendorong partisipasi aktif masyarakat. Melalui pendekatan yang inovatif dan berbasis riset, *Public Relations* BRIN berharap dapat meningkatkan kesadaran publik serta membangun keterlibatan yang lebih luas dalam upaya pengurangan sampah plastik. Komitmen ini diharapkan dapat menciptakan perubahan perilaku yang berkelanjutan, sehingga penggunaan plastik dapat dikurangi secara signifikan demi mendukung kelestarian lingkungan khususnya di laut.