

LAPORAN
PENGABDIAN INTERNAL DOSEN



KAMPANYE KREATIF PENGURANGAN GAS RUMAH KACA DI ERA DIGITAL

Dr. Ir. Sari Marlina, S.Hut., M.Si	NIDN. 1113028101
Ir.Achmad Imam S., S.T., M.Ling	NIDN. 1128069501
Dr. Diharyo, ST.,MT	NIDN. 1112037801

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALANGKARAYA

FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI TEKNIK LINGKUNGAN
DESEMBER 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Kampanye Kreatif Pengurangan Gas Rumah Kaca di Era Digital
Nama Ketua : Dr. Ir. Sari Marlina, S.Hut., M.Si
NIDN : 1113028101
Jabatan Fungsional : Lektor
Program Studi : Teknik Lingkungan
Nomor HP : 0811-5200-712
Alamat email : marlinasari@umpr.ac.id
Nama Anggota 1 : Ir. Achmad Imam S., ST.,M.Ling
Nama Anggota 2 : Dr. Diharyo, ST.,MT
Program Studi : Teknik Lingkungan
Mahasiswa yang Terlibat : 1. Fitri Rahmadani NIM: 23.52.028272
2. M. Rizal Amin NIM: 23.52.028082
Biaya : Rp. 5.000.000,00

Paraf Kaprodi Teknik Lingkungan  Ir. Rudy Yoga L.,M.Si NIK. 15.0403.035	1. Pengabdian yang diusulkan sesuai dengan Rencana Induk Pengabdian kepada Masyarakat; 2. Pengabdian yang diusulkan sesuai dengan bidang keilmuan PS; 3. Pengabdian yang diusulkan melibatkan mahasiswa 4. Usulan penelitian telah dibukukan oleh prodi.
---	---

Palangkaraya, 22 Desember 2025



Ketua Peneliti,



Dr. Ir. Sari Marlina, S.Hut., M.Si
NIDN. 1113028101



IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Pengabdian

Pengembangan Perpustakaan Sekolah di Pedalaman: Upaya Dosen dalam Meningkatkan Akses Literasi bagi Masyarakat Dayak

2. Ketua Pengusul

Nama : Dr. Ir. Sari Marlina, S.Hut., M.Si
NIDN : 1113028101
Bidang Keahlian : Teknik Lingkungan
Alokasi Waktu (jam/minggu) : 13,333

3. Objek

Objek kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah masyarakat dan mahasiswa di lingkungan Universitas Muhammadiyah Palangkaraya sebagai sasaran kampanye kreatif pengurangan gas rumah kaca melalui media digital

4. Masa Pelaksanaan

Mulai : Bulan Oktober Tahun 2025

Berakhir : Bulan Desember Tahun 2025

5. Lokasi Pengabdian

Online / Dariang

6. Instansi Lain yang Terlibat

- Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palangkaraya
- Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Muhammadiyah Palangkaraya

7. Target/Capaian

- Laporan pengabdian masyarakat
- Publikasi kegiatan di media massa dan/atau media sosial
- Konten kampanye digital (poster, infografis, video pendek).

8. Kontribusi mendasar pada institusi maupun persyarikatan

- Meningkatkan peran Universitas Muhammadiyah Palangkaraya dalam edukasi dan kampanye lingkungan hidup
- Memperkuat citra institusi sebagai kampus yang peduli terhadap isu perubahan

iklim dan keberlanjutan

- Mendorong terbentuknya budaya akademik yang aktif dalam mitigasi perubahan iklim melalui pendekatan kreatif dan digital
- Mendukung implementasi nilai-nilai Muhammadiyah dalam kepedulian terhadap kelestarian lingkungan

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	2
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM.....	3
DAFTAR ISI.....	5
BAB I_PENDAHULUAN.....	6
BAB II_SOLUSI PERMASALAHAN.....	9
BAB III_METODE PELAKSANAAN	12
3.1 Persiapan	12
3.2 Pelaksanaan	12
3.3 Uraian Materi Sosialisasi	13
BAB IV_CAPAIAN DAN TARGET LUARAN	16
BAB V_BIAYA DAN JADWAL.....	17
5.1 Rencanaan Biaya Kegiatan.....	17
5.2 Jadwal Kegiatan	18
BAB VI PEMBAHASAN KEGIATAN.....	19
6.1 Pelaksanaan Sosialisasi	19
6.2 Hasil Kegiatan	21
BAB VII_KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	24
7.1 Kesimpulan.....	24
7.2 Rekomendasi	24
DAFTAR PUSTAKA	26
Lampiran	

BAB I

PENDAHULUAN

Perubahan iklim merupakan salah satu tantangan terbesar yang dihadapi umat manusia pada abad ke-21. Peningkatan suhu global, perubahan pola curah hujan, meningkatnya frekuensi bencana hidrometeorologi, serta terganggunya keseimbangan ekosistem merupakan sebagian kecil dari dampak nyata yang kini dirasakan di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Fenomena ini tidak terlepas dari meningkatnya konsentrasi gas rumah kaca di atmosfer, terutama karbon dioksida (CO_2), metana (CH_4), dan dinitrogen oksida (N_2O), yang sebagian besar bersumber dari aktivitas manusia seperti pembakaran bahan bakar fosil, kegiatan industri, transportasi, serta perubahan penggunaan lahan.

Indonesia sebagai negara berkembang dengan laju pertumbuhan penduduk dan aktivitas ekonomi yang tinggi juga menghadapi tantangan serius dalam pengendalian emisi gas rumah kaca. Di satu sisi, pembangunan nasional menuntut peningkatan aktivitas sektor energi, industri, dan transportasi, namun di sisi lain hal tersebut berpotensi meningkatkan tekanan terhadap lingkungan. Oleh karena itu, upaya mitigasi perubahan iklim tidak dapat hanya mengandalkan kebijakan pemerintah dan pendekatan teknis semata, tetapi harus melibatkan partisipasi aktif seluruh lapisan masyarakat.

Salah satu aspek penting dalam mitigasi perubahan iklim adalah peningkatan kesadaran dan perubahan perilaku masyarakat. Berbagai studi menunjukkan bahwa keberhasilan program pengurangan emisi gas rumah kaca sangat dipengaruhi oleh sejauh mana masyarakat memahami isu perubahan iklim dan bersedia terlibat dalam tindakan nyata yang ramah lingkungan. Namun, dalam praktiknya, masih banyak masyarakat yang memandang isu perubahan iklim sebagai

persoalan yang jauh dari kehidupan sehari-hari, bersifat abstrak, dan tidak berdampak langsung terhadap aktivitas mereka.

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, berinteraksi, dan membentuk opini. Media sosial dan berbagai platform digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga telah menjadi ruang publik baru yang sangat efektif dalam menyebarkan gagasan, membangun kesadaran, dan menggerakkan aksi kolektif. Kondisi ini membuka peluang besar untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana kampanye lingkungan yang lebih kreatif, partisipatif, dan menjangkau khalayak luas.

Kampanye kreatif berbasis media digital memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas, daya jangkau, serta kemampuannya dalam menyampaikan pesan secara visual dan naratif. Pesan-pesan lingkungan yang dikemas dalam bentuk infografis, video pendek, ilustrasi, dan cerita digital cenderung lebih mudah dipahami, lebih menarik, dan lebih berpotensi memengaruhi sikap serta perilaku masyarakat. Dengan pendekatan yang tepat, kampanye semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat edukasi dan pemberdayaan masyarakat.

Universitas Muhammadiyah Palangkaraya sebagai institusi pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam mendukung upaya mitigasi perubahan iklim, tidak hanya melalui kegiatan pendidikan dan penelitian, tetapi juga melalui pengabdian kepada masyarakat. Perguruan tinggi memiliki sumber daya intelektual, mahasiswa, serta infrastruktur yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan program-program edukatif yang berdampak langsung kepada masyarakat. Keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan pengabdian juga merupakan sarana pembelajaran kontekstual yang memperkuat kepedulian sosial dan lingkungan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang dalam bentuk “Kampanye Kreatif Pengurangan Gas Rumah Kaca di Era Digital”. Kegiatan ini bertujuan untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana edukasi dan kampanye lingkungan yang kreatif, dengan melibatkan mahasiswa dan masyarakat sekitar kampus sebagai subjek sekaligus agen perubahan. Melalui pendekatan ini, diharapkan terjadi peningkatan pemahaman, kesadaran, dan partisipasi aktif masyarakat dalam upaya pengurangan emisi gas rumah kaca dalam kehidupan sehari-hari.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN

Upaya pengurangan emisi gas rumah kaca tidak hanya membutuhkan kebijakan teknis dan regulasi pemerintah, tetapi juga memerlukan keterlibatan aktif masyarakat melalui peningkatan kesadaran dan perubahan perilaku. Permasalahan utama yang dihadapi saat ini adalah masih rendahnya tingkat pemahaman masyarakat mengenai isu gas rumah kaca serta belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai sarana edukasi dan kampanye lingkungan. Oleh karena itu, diperlukan solusi yang bersifat edukatif, partisipatif, dan berkelanjutan dengan memanfaatkan pendekatan komunikasi kreatif berbasis digital.

Adapun solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat “Kampanye Kreatif Pengurangan Gas Rumah Kaca di Era Digital” meliputi beberapa strategi utama sebagai berikut:

1. Edukasi Publik tentang Gas Rumah Kaca dan Perubahan Iklim

Solusi pertama yang diterapkan adalah penyelenggaraan kegiatan edukasi kepada masyarakat dan mahasiswa mengenai konsep gas rumah kaca, sumber-sumber emisi, serta dampaknya terhadap perubahan iklim. Edukasi ini dilakukan melalui penyuluhan, diskusi interaktif, dan penyampaian materi dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Dengan pendekatan ini, diharapkan masyarakat tidak hanya mengetahui istilah perubahan iklim secara umum, tetapi juga memahami keterkaitannya dengan aktivitas sehari-hari.

2. Pengembangan Kampanye Kreatif Berbasis Media Digital

Solusi kedua adalah pengembangan kampanye lingkungan yang dikemas secara kreatif melalui media digital. Kampanye ini diwujudkan dalam bentuk konten visual seperti poster digital, infografis, video pendek, serta narasi digital yang disebarluaskan melalui media sosial dan platform daring lainnya. Pendekatan ini dipilih karena media digital memiliki

daya jangkau yang luas, bersifat interaktif, serta mampu menarik perhatian berbagai kelompok usia, khususnya generasi muda.

3. Pelatihan Pembuatan Konten Kampanye Lingkungan

Untuk memastikan keberlanjutan kampanye, dilakukan pelatihan teknis kepada mahasiswa dan peserta mengenai cara merancang dan memproduksi konten kampanye lingkungan yang menarik dan komunikatif. Pelatihan ini mencakup pengenalan prinsip komunikasi visual, penggunaan aplikasi desain sederhana, teknik pembuatan video pendek, serta strategi penyusunan pesan kampanye yang persuasif. Dengan demikian, peserta tidak hanya menjadi objek kampanye, tetapi juga menjadi pelaku aktif dalam penyebaran pesan lingkungan.

4. Pelibatan Mahasiswa dan Masyarakat sebagai Agen Perubahan

Solusi berikutnya adalah melibatkan mahasiswa dan masyarakat secara aktif sebagai agen perubahan (agent of change) dalam upaya pengurangan emisi gas rumah kaca. Mahasiswa berperan sebagai fasilitator dan motor penggerak kampanye kreatif, sementara masyarakat berperan sebagai mitra sekaligus sasaran utama perubahan perilaku. Pelibatan ini diharapkan dapat menumbuhkan rasa memiliki terhadap program serta memperkuat komitmen bersama dalam menjaga lingkungan.

5. Penguatan Jejaring dan Kolaborasi Antar Lembaga

Solusi terakhir adalah membangun kemitraan dan kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti unit di lingkungan Universitas Muhammadiyah Palangkaraya, perpustakaan universitas, komunitas mahasiswa, serta pihak-pihak lain yang memiliki kedulian terhadap isu lingkungan. Kolaborasi ini bertujuan untuk memperluas jangkauan kampanye, memperkuat keberlanjutan program, serta memastikan bahwa pesan-pesan lingkungan

yang disampaikan dapat terus berkembang dan diperbarui sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Melalui implementasi berbagai solusi tersebut, diharapkan dapat terbentuk sebuah ekosistem kampanye lingkungan yang edukatif, kreatif, dan berkelanjutan. Dengan memanfaatkan kekuatan media digital dan keterlibatan aktif sivitas akademika serta masyarakat, program ini diharapkan mampu mendorong perubahan pola pikir dan perilaku menuju gaya hidup yang lebih ramah lingkungan, sekaligus berkontribusi nyata dalam upaya pengurangan emisi gas rumah kaca di tingkat lokal maupun regional.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat “Kampanye Kreatif Pengurangan Gas Rumah Kaca di Era Digital” disusun secara sistematis dan bertahap agar pelaksanaan kegiatan berjalan efektif, terarah, dan memberikan dampak yang nyata bagi masyarakat dan sivitas akademika. Secara umum, metode pelaksanaan kegiatan ini terbagi ke dalam beberapa tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap penyampaian materi sosialisasi.:.

3.1 Persiapan

Tahap persiapan merupakan tahap awal yang sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh rangkaian kegiatan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pada tahap ini, dilakukan serangkaian kegiatan perencanaan dan koordinasi, yang meliputi:

1. Koordinasi dengan pihak internal universitas, khususnya Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Palangkaraya dan program studi terkait, guna menyelaraskan rencana kegiatan, lokasi pelaksanaan, serta dukungan sarana dan prasarana.
2. Identifikasi sasaran kegiatan, yaitu mahasiswa dan masyarakat di lingkungan Universitas Muhammadiyah Palangkaraya yang akan dilibatkan sebagai peserta dan mitra kampanye.
3. Penyusunan modul dan materi sosialisasi, yang mencakup materi tentang gas rumah kaca, perubahan iklim, perilaku ramah lingkungan, serta teknik kampanye kreatif berbasis media digital.

4. Persiapan perangkat pendukung kegiatan, seperti peralatan presentasi, perangkat dokumentasi, serta perangkat lunak/aplikasi sederhana untuk pembuatan konten kampanye digital.
5. Penyusunan jadwal kegiatan dan pembagian tugas tim pelaksana, agar setiap anggota tim memahami peran dan tanggung jawabnya masing-masing selama kegiatan berlangsung.

3.2 Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan tahap implementasi langsung dari program yang telah dirancang. Pada tahap ini, seluruh rencana kegiatan yang telah disusun pada tahap persiapan diwujudkan dalam bentuk aktivitas nyata di lapangan. Adapun kegiatan yang dilakukan pada tahap ini meliputi:

1. Pelaksanaan sosialisasi dan penyuluhan mengenai gas rumah kaca, perubahan iklim, serta pentingnya peran individu dalam upaya pengurangan emisi melalui perubahan perilaku sehari-hari.
2. Pelatihan pembuatan konten kampanye kreatif, yang meliputi pembuatan poster digital, infografis, dan video pendek bertema lingkungan dengan memanfaatkan aplikasi desain dan media sosial.
3. Simulasi dan praktik langsung penyebarluasan konten kampanye, di mana peserta didorong untuk mengunggah dan membagikan konten yang telah dibuat melalui akun media sosial masing-masing atau kanal yang telah disepakati.
4. Pendampingan intensif oleh tim pelaksana, khususnya kepada mahasiswa dan peserta yang masih mengalami kesulitan dalam merancang pesan kampanye atau menggunakan perangkat digital.
5. Monitoring dan evaluasi awal, untuk melihat respon peserta, kualitas konten yang

dihasilkan, serta efektivitas metode yang digunakan, sekaligus sebagai dasar untuk perbaikan dan tindak lanjut kegiatan.

3.3 Uraian Materi Sosialisasi

Materi sosialisasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan kedulian peserta terhadap isu perubahan iklim dan gas rumah kaca, sekaligus membekali mereka dengan keterampilan praktis dalam melakukan kampanye lingkungan berbasis media digital. Secara garis besar, materi yang disampaikan meliputi:

- 1. Pengantar Gas Rumah Kaca dan Perubahan Iklim**

Materi ini membahas pengertian gas rumah kaca, sumber-sumber emisi, dampaknya terhadap lingkungan dan kehidupan manusia, serta urgensi upaya mitigasi perubahan iklim.

- 2. Peran Individu dalam Pengurangan Emisi**

Materi ini menekankan pentingnya kontribusi setiap individu melalui perubahan perilaku sederhana, seperti penghematan energi, pengurangan penggunaan plastik, dan penerapan gaya hidup ramah lingkungan.

- 3. Strategi Kampanye Lingkungan yang Kreatif dan Efektif**

Peserta diperkenalkan pada prinsip-prinsip dasar komunikasi kampanye, teknik penyusunan pesan yang persuasif, serta pentingnya visual dan narasi dalam menyampaikan pesan lingkungan.

- 4. Pemanfaatan Media Digital untuk Kampanye Lingkungan**

Materi ini berisi pengenalan berbagai platform media sosial dan aplikasi sederhana

yang dapat digunakan untuk membuat dan menyebarkan konten kampanye lingkungan secara luas dan berkelanjutan. Dengan metode pelaksanaan yang sistematis ini, diharapkan program pengabdian masyarakat dapat berjalan secara efektif dan memberikan dampak yang signifikan.

Dengan metode pelaksanaan yang sistematis dan terstruktur ini, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat dapat berjalan secara efektif, tidak hanya sebagai kegiatan sosialisasi sesaat, tetapi juga sebagai upaya berkelanjutan dalam membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap pengurangan emisi gas rumah kaca melalui pendekatan kreatif dan berbasis teknologi digital.

BAB IV

CAPAIAN DAN TARGET LUARAN

Luaran dan target capaian yang diinginkan dari pengabdian ini meliputi luaran wajib dan luaran tambahan, yang ditunjukkan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Luaran dan target capaian pengabdian

No.	Jenis Luaran	Skala	Tujuan	Capaian
A.	Luaran wajib			
1.	Laporan pengabdian	-	-	<i>Collected</i>
2.	Video kegiatan	-	-	<i>Published</i>
3.	Artikel ilmiah pada jurnal	-	-	<i>Proses</i>

BAB V

BIAYA DAN JADWAL

5.1 Rencanaan Biaya Kegiatan

Biaya Pengabdian Masyarakat sebesar Rp.5.000.000 dengan rincian pada Tabel 5.1

Tabel 5.1. Rencana Anggaran Kegiatan

No	Uraian Kegiatan	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Konsumsi kegiatan (15 orang x 2 hari x 2 kali makan)	60 porsi	Porsi	25.000	1.500.000
2	Snack / kudapan kegiatan	2 hari	Paket	300.000	600.000
3	Keperluan ATK dan cetak materi sosialisasi	1 paket	Paket	700.000	700.000
4	Dokumentasi kegiatan (foto & video)	1 paket	Paket	600.000	600.000
5	Keperluan publikasi digital & konten media sosial	1 paket	Paket	800.000	800.000
6	Paket internet / kuota tim & live upload konten	1 paket	Paket	400.000	400.000
7	Konsumsi rapat persiapan dan evaluasi	2 kali	Paket	200.000	400.000
TOTAL					5.000.000

5.2 Jadwal Kegiatan

Pelaksanaan Pengabdian masyarakat selesai pada bulan Desember 2025 yang dimulai dari penyiapan pada bulan Oktober 2025. Jadwal kegiatan pada Tabel 5.2

Tabel 5.2. Jadwal kegiatan pengabdian

Kegiatan	Bulan 1				Bulan 2				Bulan 3				
	Week	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Koordinasi dan rapat tim pelaksana pengabdian													
Penyusunan konsep dan desain kegiatan kampanye digital													
Penyusunan materi sosialisasi gas rumah kaca dan perubahan iklim													
Penyusunan modul pelatihan pembuatan konten kampanye													
Persiapan teknis kegiatan (akun media sosial, aplikasi desain, perangkat pendukung)													
Pelaksanaan sosialisasi pengurangan gas rumah kaca													
Pelatihan pembuatan konten kampanye digital													
Produksi dan publikasi konten kampanye di media sosial													
Monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan													
Penyusunan laporan dan publikasi hasil kegiatan													

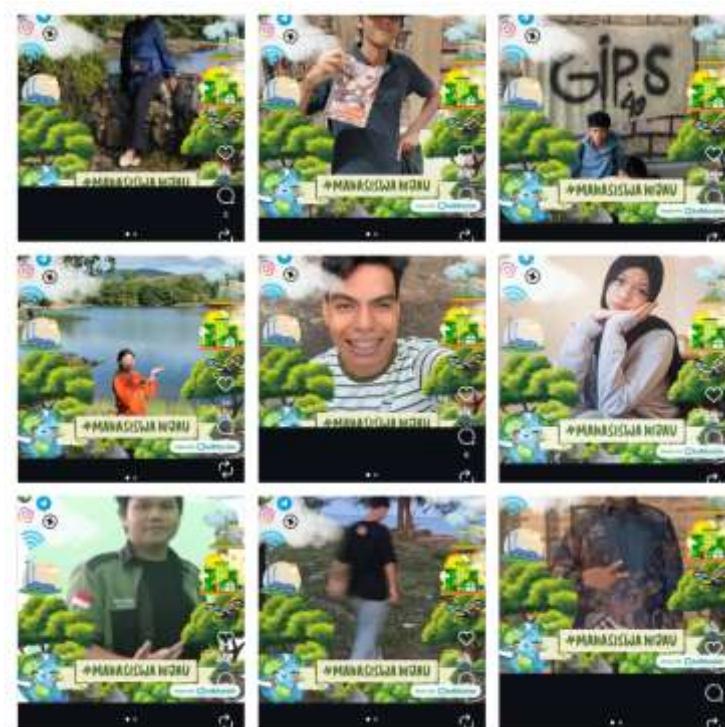
BAB VI

PEMBAHASAN KEGIATAN

6.1 Pelaksanaan Sosialisasi

Tahap pelaksanaan merupakan inti dari kegiatan pengabdian masyarakat “Kampanye Kreatif Pengurangan Gas Rumah Kaca di Era Digital”, karena pada tahap inilah seluruh perencanaan yang telah disusun pada tahap persiapan diimplementasikan secara langsung. Kegiatan ini dilaksanakan di lingkungan Universitas Muhammadiyah Palangkaraya dengan melibatkan mahasiswa dan masyarakat sebagai peserta utama.

Secara umum, rangkaian kegiatan pelaksanaan meliputi beberapa aktivitas utama sebagai berikut:



1. Pelaksanaan sosialisasi pengurangan gas rumah kaca dan perubahan iklim

Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai pengertian gas rumah kaca, sumber-sumber emisi, dampak perubahan iklim, serta pentingnya peran individu dalam upaya mitigasi. Materi disampaikan dengan pendekatan komunikatif dan disertai diskusi interaktif agar peserta lebih mudah memahami keterkaitan antara

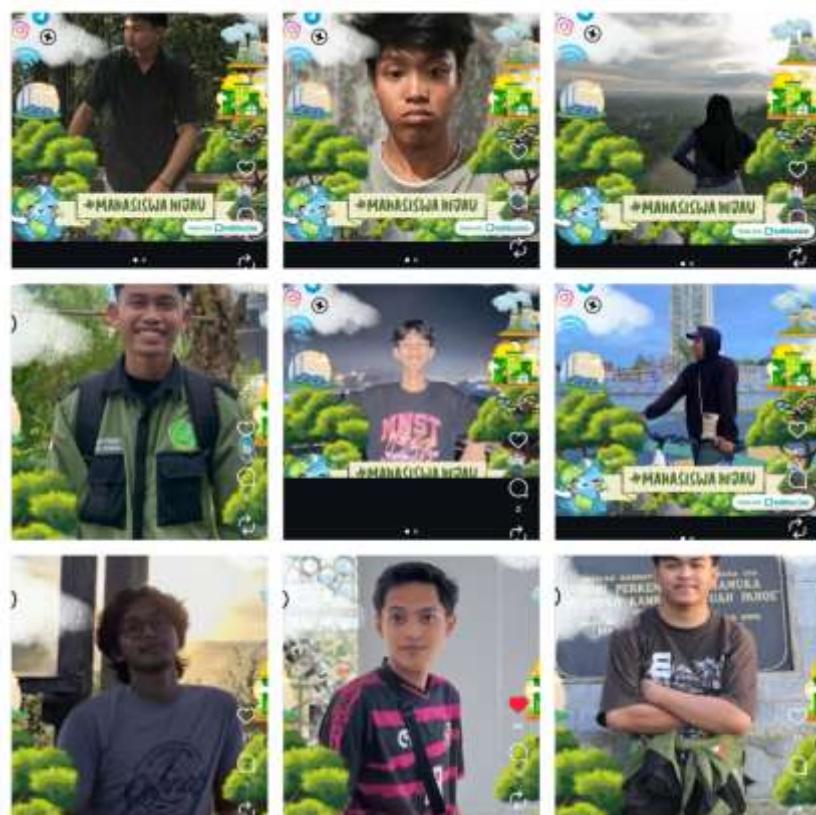
aktivitas sehari-hari dan dampaknya terhadap lingkungan.

2. Pelatihan kampanye kreatif berbasis media digital

Peserta, khususnya mahasiswa, diberikan pelatihan mengenai cara menyusun pesan kampanye yang efektif, teknik komunikasi visual, serta pengenalan aplikasi sederhana untuk membuat poster digital, infografis, dan video pendek bertema lingkungan.

3. Produksi konten kampanye lingkungan

Setelah mendapatkan materi dan pelatihan, peserta secara langsung mempraktikkan pembuatan konten kampanye pengurangan gas rumah kaca. Konten yang dihasilkan meliputi poster digital, infografis, serta video pendek yang memuat ajakan untuk menerapkan perilaku ramah lingkungan.



4. Publikasi dan penyebarluasan konten kampanye melalui media sosial

Konten yang telah dibuat kemudian dipublikasikan melalui berbagai platform media

sosial. Tahap ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pesan kampanye agar tidak hanya berhenti pada peserta kegiatan, tetapi juga menjangkau masyarakat yang lebih luas.

5. Pendampingan dan monitoring oleh tim pelaksana

Selama proses pembuatan dan publikasi konten, tim pelaksana melakukan pendampingan kepada peserta, baik dalam aspek teknis pembuatan konten maupun dalam penyempurnaan pesan kampanye. Selain itu, dilakukan pula monitoring terhadap respon dan interaksi publik sebagai bahan evaluasi awal kegiatan.

Melalui rangkaian kegiatan tersebut, pelaksanaan sosialisasi tidak hanya bersifat satu arah, tetapi lebih menekankan pada partisipasi aktif peserta dalam menciptakan dan menyebarkan pesan-pesan lingkungan secara kreatif.

6.2 Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan “Kampanye Kreatif Pengurangan Gas Rumah Kaca di Era Digital” menghasilkan beberapa capaian penting yang menunjukkan bahwa pendekatan kampanye berbasis media digital dapat menjadi sarana yang efektif dalam meningkatkan kesadaran lingkungan.

1. Peningkatan pemahaman peserta terhadap isu gas rumah kaca

Berdasarkan hasil diskusi dan evaluasi sederhana selama kegiatan berlangsung, terlihat adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep gas rumah kaca, sumber emisi, serta dampaknya terhadap perubahan iklim. Peserta menjadi lebih mampu mengaitkan isu tersebut dengan aktivitas sehari-hari, seperti penggunaan energi, pengelolaan sampah, dan pola konsumsi.

2. Terbentuknya produk konten kampanye digital

Salah satu hasil nyata dari kegiatan ini adalah dihasilkannya berbagai konten kampanye digital berupa poster, infografis, dan video pendek yang mengangkat tema pengurangan emisi gas rumah kaca dan gaya hidup ramah lingkungan. Konten-konten ini tidak hanya digunakan selama kegiatan, tetapi juga dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan sebagai bahan kampanye di kemudian hari.

3. Meningkatnya partisipasi dan keterlibatan mahasiswa

Mahasiswa tidak hanya berperan sebagai peserta, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam proses produksi dan penyebaran konten kampanye. Keterlibatan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis kreativitas dan teknologi digital mampu mendorong mahasiswa untuk lebih aktif berkontribusi dalam isu-isu lingkungan.

4. Respon positif dari masyarakat dan pengguna media sosial

Konten yang dipublikasikan melalui media sosial mendapatkan respon yang cukup baik berupa komentar, tanda suka, dan pembagian ulang (share). Hal ini menunjukkan bahwa pesan-pesan lingkungan yang dikemas secara kreatif memiliki potensi besar untuk menarik perhatian dan membangun kesadaran publik.

5. Terbangunnya model kampanye lingkungan berbasis perguruan tinggi

Kegiatan ini juga menghasilkan sebuah model pengabdian masyarakat berbasis kampanye digital, di mana perguruan tinggi berperan sebagai pusat edukasi dan produksi konten, sementara mahasiswa dan masyarakat menjadi agen penyebar pesan lingkungan.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan kampanye kreatif berbasis media digital merupakan solusi yang relevan dan efektif dalam menjawab tantangan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap isu gas rumah kaca. Dengan memanfaatkan teknologi komunikasi

dan kreativitas generasi muda, upaya mitigasi perubahan iklim dapat dilakukan secara lebih luas, partisipatif, dan berkelanjutan.

BAB VII

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

7.1 Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat “Kampanye Kreatif Pengurangan Gas Rumah Kaca di Era Digital” telah berhasil dilaksanakan dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman, kesadaran, serta partisipasi mahasiswa dan masyarakat dalam isu perubahan iklim dan pengurangan emisi gas rumah kaca. Melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan pembuatan konten, serta publikasi kampanye berbasis media digital, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga keterampilan praktis dalam menyampaikan pesan-pesan lingkungan secara kreatif dan persuasif.

Antusiasme peserta terlihat jelas selama proses pelatihan dan produksi konten kampanye. Mahasiswa dan peserta secara aktif terlibat dalam pembuatan poster digital, infografis, dan video pendek, serta dalam penyebarluasan konten tersebut melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis teknologi digital dan kreativitas mampu menjadi sarana yang efektif untuk menjembatani isu lingkungan yang bersifat global dengan realitas kehidupan sehari-hari masyarakat.

Selain itu, pemanfaatan media digital sebagai sarana kampanye juga memungkinkan perluasan jangkauan pesan lingkungan secara lebih luas dan berkelanjutan. Respon positif dari pengguna media sosial terhadap konten yang dipublikasikan menunjukkan bahwa pesan-pesan pengurangan gas rumah kaca yang dikemas secara kreatif memiliki daya tarik yang tinggi dan berpotensi membentuk opini serta perilaku yang lebih ramah lingkungan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa integrasi antara peran perguruan tinggi, kreativitas mahasiswa, dan pemanfaatan teknologi komunikasi digital dapat menjadi model pengabdian masyarakat yang efektif dalam mendukung upaya mitigasi perubahan iklim. Program ini juga membuka peluang untuk dikembangkan dan direplikasi pada skala yang lebih luas dengan melibatkan lebih banyak mitra dan komunitas..

7.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan bahan pengembangan program di masa mendatang. Pertama, kegiatan kampanye kreatif pengurangan gas rumah kaca perlu dilakukan secara berkelanjutan dan tidak bersifat insidental, agar dampak perubahan perilaku masyarakat dapat terbentuk secara lebih kuat dan konsisten.

Kedua, perlu dilakukan penguatan kapasitas peserta, khususnya mahasiswa, melalui pelatihan lanjutan mengenai produksi konten digital, strategi komunikasi publik, dan pengelolaan kampanye media sosial agar kualitas dan jangkauan pesan kampanye semakin meningkat.

Ketiga, pengembangan jejaring dan kemitraan dengan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, komunitas lingkungan, sekolah, dan media lokal, sangat disarankan untuk memperluas cakupan kampanye serta meningkatkan keberlanjutan program.

Keempat, perlu dikembangkan sistem monitoring dan evaluasi berbasis data digital untuk mengukur dampak kampanye secara lebih objektif, baik dari sisi jangkauan audiens, tingkat interaksi, maupun perubahan sikap dan perilaku masyarakat.

Dengan menerapkan rekomendasi tersebut, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat berbasis kampanye kreatif digital ini dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar dalam mendukung upaya pengurangan emisi gas rumah kaca serta pembangunan berkelanjutan di tingkat lokal maupun regional.

DAFTAR PUSTAKA

- IPCC. (2023). *Climate Change 2023: Synthesis Report*. Intergovernmental Panel on Climate Change.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. (2022). *Strategi Jangka Panjang Rendah Karbon dan Ketahanan Iklim 2050*. KLHK RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Lampiran Dokumentas Kegiatan

