


Peningkatan Kesadaran Lingkungan Melalui Mbekasan dan Penyebaran Flyer untuk Mahasiswa dan Anak Usia Dini

¹⁾Astrida Fitri Nuryani*, ²⁾Yasmin Mulia Kurniawan*, ³⁾Siti Azzahra, ⁴⁾Ammara Tara Ghaisan, ⁵⁾Septian Hidayat

^{1,2,3,4,5)}Departemen Sosiologi, Universitas Brawijaya, Kota Malang, Indonesia

*Email Corresponding: astridafn@ub.ac.id, yasmeeen.mulia@student.ub.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Kata Kunci: Lingkungan Sampah Sosialisasi Mbekasan Flyer</p>	<p>Masalah lingkungan berupa sampah di Kota Malang menunjukkan masih rendahnya kesadaran lingkungan di masyarakat. Dua kelompok usia dipilih sebagai target pengabdian dengan penanganan yang berbeda. Sebagai kota dengan jumlah universitas yang tinggi, mahasiswa dipilih sebagai target pengabdian pada kelompok usia dewasa. Pada kelompok usia tersebut, peningkatan kesadaran lingkungan dapat dilakukan dengan intervensi gaya hidup. Mbekasan merupakan media jual beli barang bekas untuk memudahkan mahasiswa melengkapi kebutuhan kos. Hal ini dilakukan sebagai bentuk sosialisasi lingkungan melalui intervensi gaya hidup mahasiswa. Sedangkan pada kelompok usia anak usia dini, siswa SD Alam Ar Rohmah dipilih sebagai target pengabdian selanjutnya. Pada anak usia dini, sosialisasi dan pengabdian dilakukan melalui pengajaran di sekolah karena hal tersebut vital dalam membangun karakter dan pemahaman anak. Sosialisasi dilakukan dengan penyebaran flyer terkait pemilahan sampah dengan desain yang menarik untuk anak. Kuesioner juga disebar untuk mengukur pemahaman siswa. Hasilnya, keberlanjutan kegiatan Mbekasan lebih sulit dijalankan ketimbang sosialisasi pada siswa SD. Hal tersebut disebabkan karena di sekolah, keberlanjutan dibantu oleh pengajaran guru dan materi lingkungan yang memang termasuk dalam program sekolah.</p>
<p>Keywords: Environment Waste Socialization Mbekasan Flyer</p>	<p>ABSTRACT</p> <p>Environmental problems in the form of waste in Malang City show that environmental awareness is still low in society. Two age groups were chosen as service targets with different treatments. As a city with a high number of universities, students are chosen as targets for service in the adult age group. In this age group, increasing environmental awareness can be done with lifestyle interventions. Mbekasan is a medium for buying and selling used goods to make it easier for students to meet their boarding needs. This is done as a form of environmental outreach through student lifestyle interventions. Meanwhile, in the early childhood age group, Arrohmah Elementary School students were chosen as the next targets for service. In early childhood, socialization and service are carried out through teaching at school because this is vital in building children's character and understanding. Socialization was carried out by distributing flyers related to waste sorting with designs that were attractive to children. Questionnaires were also distributed to measure student understanding. As a result, sustainability of Mbekasan activities is more difficult to carry out than outreach to elementary school students. This is because in schools, sustainability is assisted by teacher teaching and environmental materials which are included in the school program.</p>
	<p>This is an open access article under the CC-BY-SA license.</p> 

I. PENDAHULUAN

Hadirnya mahasiswa di Kota Malang sendiri meningkatkan banyak sekali keperluan untuk menggunakan barang-barang. Mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga kebutuhan yang berhubungan dengan barang sekali pakai. Kota Malang sendiri memiliki banyak sekali mahasiswa yang mengalami banyak sekali peningkatan pada tahun ajaran 2022/2023 (Fizriyani & Rahadi, 2022). Peningkatan jumlah mahasiswa yang tinggal di Kota Malang meningkatkan adanya kebutuhan untuk penggunaan barang bekas yang sudah digunakan oleh

mahasiswa sebelumnya. Dalam konteks mahasiswa, penggunaan barang bekas ini akan berbentuk *thrifting*, sedangkan untuk anak-anak akan banyak berupa penggunaan barang-barang yang kecil seperti mainan, baju, dan yang lainnya. Banyaknya kebutuhan akan meningkatkan pada penjualan. Penjualan barang bekas merupakan pilihan bagi pembeli untuk mendapatkan harga yang lebih murah tanpa mengurangi kegunaan dari barang tersebut (Hasriani et al., 2021).

Handayani et al., (2022) dalam Pratomo et al., (2023) menyatakan bahwa, memperluas infrastruktur pengelolaan sampah yang efisien, promosi gaya hidup berkelanjutan, serta meningkatkan kesadaran masyarakat terkait implikasi langsung dari perilaku sehari-hari penting untuk mencapai tujuan keberlanjutan. Terutama dalam konteks orang dewasa, gaya hidup di sini dapat diintervensi sebagai bentuk sosialisasi nilai lingkungan. Melalui gaya hidup, nilai-nilai lingkungan diinternalisasi dalam kegiatan sehari-hari sehingga edukasi tidak hanya berupa pengajaran satu arah. Salah satu bentuk intervensi gaya hidup dapat dilakukan melalui kegiatan jual beli kebutuhan sehari-hari.

Pada pengabdian ini, kami mengusung 'Mbekasan' sebagai wadah untuk penjualan barang bekas yang berhubungan dengan kebutuhan sehari-hari anak indekos. Anak-anak indekos mempunyai banyak sekali barang bekas yang terkadang masih dalam kondisi bagus dan bisa dipakai kembali baik kebutuhan dapur hingga kebutuhan bersih-bersih (Zahra et al., 2024). Hal ini tentunya berpotensi untuk dijadikan sebuah usaha dan juga sebagai salah satu upaya dari kelompok kami untuk mengurangi banyaknya pembelian barang baru yang dibeli oleh mahasiswa (Informatika et al., 2017). Selain potensi tersebut, adanya kecenderungan mahasiswa untuk membeli harga yang lebih murah untuk menyesuaikan dengan budget yang mereka miliki (Melinia Safitri & Kurniadi, 2024). Melihat kecenderungan untuk memilih harga yang lebih murah, sampailah kepada target pasar utama kami yang merupakan mahasiswa. Kami memilih mahasiswa termasuk mahasiswa rantau karena banyak sekali dari mereka yang membutuhkan terkait dengan barang-barang indekos yang memiliki kualitas baik, tetapi dengan harga yang cenderung murah. Hal ini juga yang menjadi ketertarikan kami untuk memilih mahasiswa sebagai target utama pasar kami .

Produk yang menjual barang bekas sudah menjamur di Indonesia. Akan tetapi, ada yang tidak sesuai antara pengertian *thrifting* dan menjual barang bekas tersebut. Sebagian besar toko *thrifting* di Indonesia menjual barang bekas yang berasal dari luar negeri. Mereka melakukan impor guna mendapatkan produk-produk ternama atau branded (Rangga Timur Aryaputra et al., 2023). Kegiatan *thrifting* tersebut jauh dari pengertian *thrifting* yang sesungguhnya. Alih-alih mengurangi sampah yang ada di Indonesia, toko-toko *thrifting* tersebut membawa sampah dan menambah sampah ke Indonesia. Kami berbeda dengan kompetitor yang mempunyai produk seperti ini. Kami menjual barang bekas yang berasal dari mahasiswa. Kami tidak mengimpor barang dari luar negeri sehingga produk ini dapat dikatakan berbeda dari produk lain dan sejalan dengan pengertian *thrifting* (Lisa et al., 2024). Dengan begitu, produk ini ramah lingkungan. Produk sejenis ini sebelumnya sudah ada, tetapi kurang masif, aktif, dan informatif. Mekanisme dari produk ini yaitu kami akan aktif dan masif dalam mempromosikan produk di media sosial dan tempat-tempat yang strategis seperti majalah dinding kampus serta tempat pelaksanaan wisuda. Dengan begitu, mahasiswa akan mudah menjangkau kami dan bisa menjual barang bekasnya ke produk kami.

Target pasar dari usaha ini adalah mahasiswa sebagai sasaran utama penelitian. Hal tersebut dikarenakan dari pengamatan peneliti, bahwa di Kota Malang kedatangan mahasiswa rantau yang tinggi dan daya beli konsumen tersebut sangat tinggi. Respons pasar terhadap produk *thrifting* juga sangat positif sebagai suatu alternatif yang menyediakan harga murah dengan banyak yang masih layak pakai. Penggunaan barang bekas yang didapatkan dari toko *thrifting* di Malang didukung dikarenakan adanya kemungkinan untuk mengurangi jumlah sampah di Malang (Rizky et al., 2024). *Thrifting* sendiri banyak menyadarkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan untuk menjaga kondisi lingkungan dan dapat mendukung gaya hidup mereka tanpa perlu mengeluarkan uang yang banyak. Citra dari adanya produk *thrift* ini membiarkan mahasiswa untuk mendapatkan barang dengan kualitas yang bagus dengan harga yang murah. Tidak hanya untuk barang bekas dalam bentuk barang-barang kos, melainkan juga seperti produk *fashion* untuk memenuhi tren (Ramadhan & Mangifera, 2024).

Masalah sampah yang ada juga penting untuk disosialisasikan pada anak-anak mengingat konstruksi dan pengembangan karakter vital untuk dilakukan sejak dini. Pada tahap usia Sekolah Dasar, terdapat fase penting karena anak sedang aktif mengembangkan kemampuan berpikirnya atau dinamakan fase operasional konkrit yang berlangsung sekitar usia 7 hingga 11 tahun (Pepilina et al., 2023). Pada fase tersebut, aktor lain dapat memberikan stimulasi dan dukungan yang sesuai dengan perkembangan kognisi anak untuk memfasilitasi

perkembangan kognisi dengan optimal. Sekolah merupakan salah satu tempat anak untuk memberikan dukungan dengan pembelajaran pengetahuan dari guru (Arifah et al., 2023). Oleh karena itu, kami melakukan sosialisasi pemilahan sampah di SD Alam Ar-Rohmah bersama guru dengan menyebarkan flyer dengan desain menarik untuk anak-anak. Metode pengajaran ini lebih cocok dilakukan untuk anak-anak karena pengarahan perilaku anak lebih sesuai dilakukan melalui pendidikan formal. Berbeda dengan mahasiswa sebagai orang dewasa yang telah memiliki pikiran yang terkonstruksi sehingga akan lebih sesuai untuk mengintervensi melalui gaya hidup. Perbedaan metode pengabdian dan sosialisasi ini dibedakan dan akan dikomparasikan. Penggunaan flyer ini didasari oleh adanya kemampuan siswa untuk menyerap materi visual dengan lebih mudah (Rönnlund et al., 2021). Hal ini dikarenakan adanya aspek kognitif siswa yang memang banyak terfokus kepada aspek visual dibandingkan dengan aspek tekstual (Tang et al., 2017).

Kedua kegiatan baik Mbekasan dan penyebaran flyer pada anak usia dini dilakukan dengan tujuan sama yaitu untuk meningkatkan kesadaran lingkungan. Metode kegiatan dibedakan sesuai dengan target usia audiens yang kemudian dikomparasikan.

II. MASALAH

Masalah lingkungan yang ada di Malang menjadi dasar dari dua kegiatan sosialisasi yang dilakukan untuk mahasiswa atau orang dewasa dan anak usia dini. Permasalahan lingkungan yang ada membuktikan masih kurangnya kesadaran lingkungan masyarakat di Malang. Berangkat dari permasalahan yang sama, kami membedakan kegiatan sosialisasi untuk dua kelompok usia karena penanganannya tentu berbeda.

Permasalahan dalam kelompok usia mahasiswa terlihat pada kondisi fisik dari lingkungan mahasiswa yang butuh untuk menyalurkan barang bekas yang sudah terpakai di kos-kosan. Adanya terlalu banyak barang bekas ini menjadikan sampah yang terlalu menumpuk bahkan di lingkungan di daerah kos-kosan. Menumpuknya barang-barang ini menjadi permasalahan baru, salah satunya adalah permasalahan lingkungan yang semakin memburuk. Dikarenakan terlalu banyaknya sampah yang akhirnya menumpuk, adanya kesulitan untuk menampung sampah dan juga menyelesaikan permasalahan limbah. Limbah yang menumpuk bisa menjadi kesempatan untuk timbulnya penyakit dikarenakan adanya limbah. Permasalahan barang bekas yang ada ini menjadi media sosialisasi yang ditujukan kepada mahasiswa sebagai orang dewasa untuk meningkatkan kesadaran lingkungan.

Sedangkan pada kelompok anak usia dini, sosialisasi melalui pengajaran di sekolah menjadi vital karena karakter anak mampu dibangun melalui hal tersebut. Sosialisasi masalah lingkungan yang ada dilakukan dengan penyebaran flyer dan kuesioner di sekolah. Kegiatan ini juga dilakukan sehubungan dengan program P5 sekolah yang dikolaborasikan dengan kegiatan pengabdian sebagai bentuk diversifikasi metode pengajaran.

III. METODE

Pemberdayaan ini memiliki dua metode yang didasarkan sesuai dengan rentang usia target pemberdayaan yakni anak usia dini dan remaja. Anak usia dini merupakan kelompok usia yang berperilaku sesuai dengan apa yang mereka lihat dari orang sekitar dalam kehidupan sehari-hari. Orang tua dan sekolah merupakan agen sosialisasi yang memainkan peran signifikan dalam memperkenalkan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat (Sari dan Widiyanti, 2024). Di sisi lain, remaja merupakan kelompok usia yang sudah menggunakan teknologi dan internet. Perkembangan teknologi telah mengubah gaya hidup remaja dengan perubahan pola pikir dan perilaku (Brilianaza dan Sudrajat, 2022). Oleh karena itu, pemberdayaan ini memiliki dua metode yang sesuai dengan kelompok usia. Adapun, kegiatan pengabdian ini memiliki tahapan sebagai berikut.

Tabel 1. Kegiatan Pengabdian

No.	Tahap	Kegiatan Berdasarkan Target	
		Anak Usia Dini	Remaja
1	Identifikasi Kebutuhan	Mengobservasi isu lingkungan di Kabupaten Malang.	Mengobservasi isu lingkungan di Kota Malang
2	Perencanaan Kegiatan	Menentukan subjek sasaran kegiatan, penetapan tujuan serta hasil, materi kegiatan, metode kegiatan, dan pembiayaan kebutuhan kegiatan.	Menentukan subjek sasaran kegiatan, penetapan tujuan serta hasil, materi kegiatan, metode kegiatan, dan pembiayaan kebutuhan kegiatan.

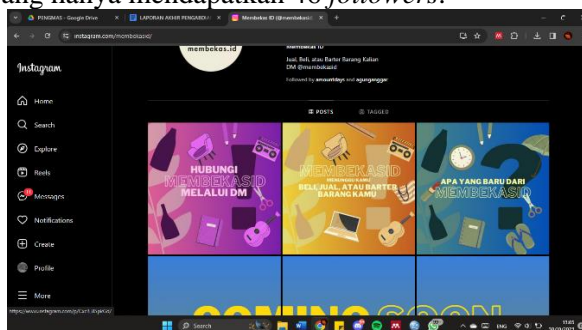
3	Koordinasi	Pemaparan rencana kegiatan kepada pihak SD Alam Ar-Rohmah dan berdiskusi terkait keterlibatan guru, jadwal kegiatan, kebutuhan kegiatan, dan metode kegiatan pelatihan sesuai dengan kurikulum serta modul sekolah.	-
4	Penyesuaian Kegiatan	Penyesuaian rencana kegiatan berdasarkan hasil koordinasi dengan pihak sekolah.	-
5	Pelaksanaan	Pemberian serta pemaparan flyer, pengecatan tempat sampah, sosialisasi jenis-jenis sampah serta pengolahannya, permainan interaktif tebak gambar jenis sampah, praktik langsung pemilahan sampah di sekolah.	Membuat akun media sosial Instagram @mbekasan.id dan membuat postingan kegiatan jual, beli, dan barter.
6	Monitoring dan Evaluasi	Penyebaran kuesioner kepada siswa dan siswi sebelum dan sesudah kegiatan untuk mengetahui pemahaman dan kesadaran lingkungan hidup.	Penyebaran kuesioner kepuasan kepada mahasiswa yang berpartisipasi untuk mengetahui keefektifan akun Instagram @mbekasan.id

Metode yang digunakan untuk target anak usia dini yakni kegiatan interaktif pelatihan kesadaran lingkungan dengan menggunakan flyer. Flyer yang dikemas dengan visualisasi sederhana dan berwarna yang menarik tersebut berisi informasi mengenai jenis-jenis sampah dan cara pengolahannya agar siswa dapat mudah mengerti definisi, contoh, dan cara pengolahan dari sampah organik, anorganik, dan B-3. Bagi target pemberdayaan usia remaja, metode yang digunakan yakni membuat akun media sosial Instagram @mbekasan.id. Akun Instagram tersebut akan menjadi sarana bagi remaja untuk membeli, menjual, dan menukar barang bekas yang mereka punya dengan barang yang mereka perlukan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertama, pengabdian dilakukan dengan membuat *e-commerce eco friendly* yaitu Mbekasan sebagai bentuk sosialisasi lingkungan hidup. Mbekasan memiliki target yang tertuju kepada mahasiswa dan masyarakat luas. Mbekasan dibuat sebagai solusi inovatif dalam mendorong gaya hidup berkelanjutan melalui *platform e-commerce* yaitu instagram. Mbekasan sebagai *e-commerce eco friendly* berfokus pada pertukaran dan jual beli barang bekas, sehingga tidak hanya mengurangi volume sampah yang berakhir di tempat pembuangan sampah (TPA) tetapi juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mendapatkan barang-barang yang layak pakai dengan harga terjangkau. Mbekasan disini berperan sebagai jembatan antara pemilik barang dan penerima barang dengan sistem komunikasi melalui *direct message* instagram.

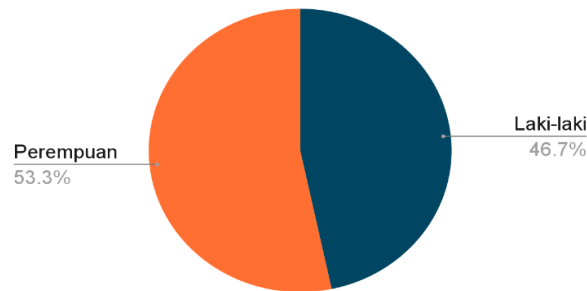
Model yang dibangun secara *online* membuat lebih mudah dalam menjangkau mahasiswa dan masyarakat melalui konten yang diberikan berupa *feeds* dan *story* instagram. Namun, nyatanya pengembangan platform kurang maksimal yang hanya mendapatkan 46 *followers*.



Gambar 2. Platform Instagram Usaha Mbekasan

Kedua, lebih lanjut pengabdian ini dilakukan pula melalui cara sosialisasi berupa pelatihan literasi berbasis lingkungan hidup. Pelatihan ini dilakukan pada anak usia dini dengan motivasi dapat membentuk karakter masa depan yang peduli akan lingkungan. Kegiatan pelatihan diikuti oleh 103 peserta yang terdiri dari

siswa kelas 4 SD Ar-Rohmah Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Setelah dilakukan kegiatan, siswa diberikan lembar kuesioner yang perlu diisi. Pelatihan literasi ini hanya dilakukan 1 hari. Siswa yang mengisi kuesioner sebanyak 105 siswa yang terdiri dari 56 siswa perempuan dan 49 laki-laki.



Gambar 3. Persentase Siswa yang Mengikuti Kegiatan



Gambar 4. Pelatihan Literasi Melalui Flyer dan Pengisian Kuesioner

Pelatihan literasi ini menggunakan flyer sebagai metode dengan tujuan untuk membuat anak-anak semakin merasa tertarik dengan apa yang sedang dipelajari. Model flyer yang memberikan kesan gambar *colorfull* dan informasi yang mudah dipahami melalui gambar dan tulisan singkat. Isi flyer berupa jenis-jenis sampah dan pengelolaannya mulai dari sampah organik, anorganik dan B3. Kemudian, pengisian kuesioner digunakan untuk mengukur pemahaman siswa. Kuesioner berisikan tentang pengetahuan mereka terkait dengan pemilahan sampah dan jenis-jenis sampah yang hasilnya sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Pengetahuan Siswa Tentang Jenis-Jenis Sampah dan Pengolahannya

Pengetahuan	Jumlah Siswa (f)	Persentase (%)
Baik	70	66.7
Cukup	33	31.4
Kurang	2	1.9
Total	105	100.0

Berdasarkan tabel 1 hasil kuesioner didapatkan bahwa sebanyak 33 siswa atau 31.4% dalam kategori cukup dan 2 siswa atau sebanyak 1.9% dalam kategori kurang. Hal ini menunjukkan sebanyak 35 siswa atau 33.3% siswa belum memiliki pemahaman yang baik terhadap pengetahuan tentang lingkungan dari jenis-jenis sampah dan pengelolaannya. Selain itu, terdapat pertanyaan terbuka juga kepada siswa tentang pengalaman siswa dengan lingkungan yang ada di sekitar mereka. Hal ini menampakkan cara pengenalan siswa tentang lingkungan.

Tabel 3. Cara Pengenalan Siswa Tentang Pengelolaan Sampah dan Jenisnya

Jenis Pengenalan	Jumlah Siswa (f)	Persentase (%)
Melalui Media	17	16.2
Melalui Kebiasaan	45	42.9
Melalui Lingkungan	43	41.0
Total	105	100.0

Berdasarkan hasil tabel 2, anak usia dini memiliki kecenderungan untuk mengenali jenis-jenis dan pengelolaan sampah melalui kebiasaan, lingkungan dan media. Persentase terbesar melalui kebiasaan sebesar 42.9% yang berarti mereka secara sadar ataupun tidak sadar pengetahuan yang mereka miliki tercipta dari perilaku keterbiasaan mereka yang secara berulang mereka lakukan seperti dalam pengelolaan sampah yaitu membuang sampah sesuai pada tempatnya. Selanjutnya melalui lingkungan, disini memiliki arti bahwa mereka mengamati, melihat, dan mengikuti apa yang ada di sekitar mereka yang berhubungan dengan sampah. Dapat dilihat, persebaran anak usia dini yang mengetahui terkait jenis sampah melalui lingkungan sebesar 41%. Kemudian terakhir media, berarti disini siswa mengetahui jenis-jenis dan pengelolaan sampah melalui apa yang mereka lihat di media online seperti handphone yang mereka ataupun keluarga mereka miliki seperti melalui YouTube dan platform lainnya. Melalui media memiliki persentase sebesar 16.2% tidak seperti lainnya dapat dikarenakan tidak semua siswa memiliki handphone atau diperbolehkan memakai media online.

Berdasarkan dua model sosialisasi yang dilakukan, Mbekasan sebagai sosialisasi *e-commerce eco friendly* melalui *platform instagram* nyatanya tidak berjalan efektif karena minimnya antusiasme masyarakat. Banyak remaja dan orang dewasa lainnya seperti mahasiswa yang belum sepenuhnya mampu menerapkan konsep tersebut dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dampaknya kurang signifikan. Sebagai pengabdian yang berkelanjutan, model sosialisasi melalui pelatihan literasi berbasis lingkungan hidup yang ditujukan kepada anak-anak sekolah dasar menjadi cara kedua dalam mensosialisasikan lingkungan hidup. Pendekatan ini terbukti lebih berpengaruh karena prosesnya lebih mudah dijalankan dengan adanya peran serta guru dan dukungan orang tua sehingga perilakunya lebih mudah diarahkan. Dengan demikian, edukasi tentang pentingnya gaya hidup ramah lingkungan dapat tertanam sejak dini dan memiliki peluang lebih besar untuk diterapkan dalam kehidupan mereka di masa depan. Komparasi yang ditunjukkan dalam pengabdian ini memberikan dua model cara untuk mensosialisasikan tentang lingkungan hidup.

V. KESIMPULAN

Pengabdian yang dilakukan dengan dua model yang berbeda telah menampakan cara ideal dalam mensosialisasikan lingkungan hidup yang ramah. Mbekasan sebagai *e-commerce eco friendly* menampilkan sosialisasi lingkungan hidup kepada mahasiswa dan masyarakat sebagai target melalui media online. Namun, nyatanya pengembangan platform kurang maksimal dengan hanya mendapatkan 46 *followers* dan perlu untuk pengembangan yang lebih lanjut yaitu berupa *branding platform*. Selain itu, mahasiswa dan masyarakat belum sepenuhnya mampu menerapkan konsep tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian, sosialisasi melalui pelatihan literasi berbasis lingkungan hidup di SD Ar-rohmah yang dilakukan siswa kelas 4. Pelatihan tersebut lebih menunjukkan hasil yang maksimal dikarenakan terdapat peran guru dan orang tua yang bisa mengarahkan anak-anak untuk menerapkannya dapat kehidupan sehari-hari. Selain itu, berdasarkan hasil pengetahuan didapatkan sebesar 66.7% atau 70 siswa yang memiliki pengetahuan baik terhadap lingkungan setelah sosialisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifah, H. N. S., Rahmah, A., & Purwanto, D. (2023). Sosialisasi Nilai dan Norma kepada Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(5), 6343–6351. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i5.3127>
- Astuti, S. P., Ristiawan, A., Ulya, A. U., Purwono, & Purnasari, N. (2019, Oktober). Pengenalan Literasi Sampah Pada Anak-Anak Melalui Video Dan Permainan. *Jati Emas (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 3(2).
- Handayani, K., Sulistyadi, Y., & Hasibuan, B. (2022). Optimalisasi Implementasi Prinsip-Prinsip Ekowisata Berbasis Masyarakat Di Pulau Wangi-Wangi. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1(SE-Articles), 7–29. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.9>
- Hartley, J. M., Stevenson, K. T., Pereira, S. R., Peterson, M. N., Lawson, D. F., & Martinez, B. (2023). How a marine debris environmental education program plays to strengths of linguistically diverse learners. *Frontiers in Education*, 7(January). <https://doi.org/10.3389/educ.2022.1058864>
- Hasriani, M. Assiddiq, & UI Khairat. (2021). Sistem Informasi Penjualan Barang Bekas Berbasis Web Pada Toko Asrar Malunda. *Journal Pegguruang: Conference Series*. 3 (1), 209-2014.
- Brilianaza, E., & Sudrajat, A. (2022). Gaya Hidup Remaja Shopaholic dalam Trend Belanja Online di Shopee. *Jurnal Sains Sosial dan Humaniora*, 6, 45–54.
- B. (2023). How a marine debris environmental education program plays to strengths of linguistically diverse learners. *Frontiers in Education*, 7(January). <https://doi.org/10.3389/educ.2022.1058>
- Informatika, J. T., Industri, F. T., & Indonesia, U. I. (2017). *Marketplace Barang Bekas Kos*.

- Lisa, P. E., Ellen, S., & Lovisa, S. (2024). *Conscious Enjoyment for Thrifting* (Vol. 1, Issue 90).
- Melinia Safitri, I., & Kurniadi, D. (2024). Rancang Bangun Aplikasi Jual-Beli Barang Secondhand Di Komunitas Unp (Secondapps) Berbasis Android. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(3), 3817–3823. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i3.9792>
- Pepilina, D., Puspitasari, T., Aliyah, H., & Rinnanik. (2023). Analisis Progres Kognitif Anak-Anak di Sekolah Dasar dan Dampaknya Terhadap Proses Pembelajaran. *Sasana: Jurnal Pendidikan Sosial Budaya dan Agama (JSOBA)*.
- Pratomo, A. B., Nurina, L., Wahyudi, E., Yusuf, R., Judijanto, L., Ningsih, L., & Hatmawan, A. A. (2023, November). Sosialisasi Transformasi Lingkungan dan Kesadaran dalam Mendorong Praktik Pengelolaan Sampah yang Berkelanjutan. *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*, 2(1), 45-56. 10.58812/ejimcs.v2i01
- Ramadhan, R. R., & Mangifera, L. (2024). Pengaruh Enviromentalism, Frugality, dan Status Sosial terhadap Niat Beli Thrifting dengan Brand Image sebagai Variabel Interveming pada Generasi atau Gen Z di Solo Raya. *Economic Reviews Journal*, 3(2), 848–864. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i2.206>
- Rangga Timur Aryaputra, Okta Wibowo, T., Juan Stefan, R., Yusiana, R., & Jessica. (2023). The Phenomenon of Thrifting As An Alternative Solution Related to Reducing Environmental Impact on Fast Fashion. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 2(8), 1511–1526. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v2i8.5696>
- Rizky, M., Putra, R., & Dhewi, T. S. (2024). *Green Marketing and Environmental Knowledge as a Drivers of Green Purchase Behavior: A Study of Instagram Followers of Thriftshop in Malang* (Issue Bistic). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-576->
- Rönnlund, M., Bergström, P., & Tieva, Å. (2021). Teaching in a non-traditional classroom: experiences from a teacher-initiated design project. *Teachers and Teaching: Theory and Practice*, 27(7), 587–601. <https://doi.org/10.1080/13540602.2021.1977274>
- Sari, N. P., & Widiyanti, N. (2024). Triwikrama : Jurnal Ilmu Sosial Triwikrama : Jurnal Ilmu Sosial. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(12), 62–72.
- Tang, F., Chen, C., Zhu, Y., Zuo, C., Zhong, Y., Wang, N., Zhou, L., Zou, Y., & Liang, D. (2017). Comparison between flipped classroom and lecture-based classroom in ophthalmology clerkship. *Medical Education Online*, 22(1). <https://doi.org/10.1080/10872981.2017.1395679>
- Zahra, A. N., Novianti, F., Anggraeni, M. P., Normalita, N. R., Sabila, N. S., Ruhmiyaningsih, N., Azkia, R. H., & Amadea, Z. T. (2024). Analisis Dampak Limbah Galon Plastik di Lingkungan Kos Gang Cempaka Sari, Sekaran, Gunung Pati, Semarang. *Jurnal Analis*, 3(1), 42–56.