

*sustaineria*

#smallstepmatters



# introducing our team

Glenda Gracia Limantoro



Sheren Nathalie



Amanda Nirel



Chintia Tanarya



Meiviola Amardi



Erika Japardi





Sustainesia didirikan tahun Januari 2021 merupakan brand lokal yang berbasis *green industry* dan berfokus pada peningkatan lingkungan hijau dengan mengolah limbah plastik & menghasilkan produk ramah lingkungan. Berupa *vending machine* yang dapat mengumpulkan sampah botol plastik yang dibuang oleh konsumen serta menjual produk yang dipasarkan, yaitu *fabric tote bag* dan *fabric mask*.



about us



Fabric Tote Bag  
Rp50.000



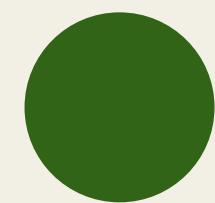
Fabric Mask  
Rp20.000

Metode pembayaran Sustainesia dilakukan melalui QR Code dari berbagai e-wallet (Go-Pay, DANA, Shopee Pay, OVO). Sustainesia telah hadir di beberapa tempat seperti Grand Indonesia, Mall Kelapa Gading, Central Park, dan PIK Avenue.



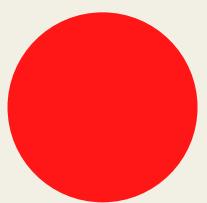
# Sustainesia

Sustainesia menggunakan jenis font kaligrafi yang memiliki filosofi bahwa Sustainesia akan selalu terhubung & terintegrasi dengan alam.



Sumber kehidupan,  
alam, kedamaian,  
rasa aman

Tali melambangkan  
Sustainesia yang akan selalu  
kuat & kokoh



Unsur bendera  
Indonesia, energi,  
cinta

3 daun melingkar  
melambangkan  
kesinambungan sempurna



Bohlam  
menggambarkan  
Sustainesia yang  
akan selalu memiliki  
ide & inovasi terbaru



# visi

Menjadikan Indonesia sebagai green country dengan melakukan aksi cinta lingkungan dari berbagai aspek dalam kehidupan setiap harinya.

# #smallstepmatters





- 1 Menginspirasi masyarakat Indonesia untuk turut berpartisipasi dalam gerakan cinta lingkungan.
- 2 Menghadirkan spot vending machine yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia untuk mengumpulkan botol plastik bekas.
- 3 Terus berinovasi dalam menghadirkan produk ramah lingkungan untuk seluruh masyarakat Indonesia.



~~Trend spotting~~



# Living a GREEN Lifestyle

Menjalani gaya hidup "hijau" merupakan kebiasaan hidup yang selalu memasukkan unsur kepedulian terhadap kelestarian alam dan lingkungan. Tren ini dimulai sejak banyak orang yang peduli dengan lingkungan, sehingga mereka membuat komunitas & mulai mendirikan berbagai organisasi lingkungan di seluruh dunia yang bertujuan untuk menyebarkan kesadaran dan mendorong orang agar ikut menjalani gaya hidup hijau.

Tidak hanya untuk lingkungan, tetapi tren ini juga membawa banyak manfaat bagi masyarakat, terutama dalam bisnis produk ramah lingkungan karena saat ini, orang cenderung menggunakan produk yang tidak terbuat dari plastik seperti sedotan stainless, sendok garpu kayu set, tumbler, dll.

Kedepannya, tren ini akan diikuti oleh banyak orang dari berbagai generasi dan negara karena "green lifestyle" memiliki dampak yang positif bagi lingkungan serta berpotensi menciptakan inovasi baru untuk beberapa produk yang akan menguntungkan pebisnis.



~~vend~~ spotting



# Reverse Vending Machine

RVM adalah mesin penjual otomatis yang menerima botol plastik bekas, wadah, dan kaleng untuk didaur ulang. RVM hadir untuk mengatasi masalah lingkungan seperti produksi limbah, pemanasan global, polusi air dan udara,. Vending machine ini juga dikembangkan untuk membantu masyarakat agar dapat membuang sampah plastik secara teratur & bertanggung jawab.

Tren ini juga diikuti oleh perusahaan besar seperti Coca-Cola yang menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan mesin ini. Sebagai imbalannya, mereka akan diberikan voucher yang dapat digunakan untuk membeli minuman atau barang.

RVM memiliki potensi yang sangat tinggi untuk tumbuh di masa depan karena dengan RVM merupakan inovasi sekaligus tren yang mendunia sehingga cocok untuk mengajak masyarakat untuk aware & peduli akan masalah pencemaran lingkungan serta bisa sekaligus berkontribusi untuk menyelamatkan bumi dengan menggunakan RVM.

~~trend spotting~~



# Totebag To The Rescue!

Jakarta memulai langkah baru dalam mengurangi sampah plastik. Alhasil, pada Juni 2020 Jakarta telah melarang penggunaan plastik sekali pakai dan mengimbau masyarakat untuk menggunakan tas yang dapat digunakan kembali melalui Peraturan Gubernur No 142/2019. Totebag menjadi alternatif yang sangat cocok untuk menggantikan peran plastik karena totebag memiliki banyak kegunaan & sangat trendy dengan berbagai model & design yang menarik.

Totebag tidak hanya dapat digunakan untuk berbelanja bahan makanan lagi, melainkan telah menjadi pelengkap dalam dunia fashion & berbagai aspek dalam kehidupan sehari-hari. Untuk meningkatkan kehidupan yang berkelanjutan, totebag akan selalu berkembang, tetap digunakan, dan muncul dengan berbagai desain.





~~Trend spotting~~



## Cashless Society

Cashless payment menjadi salah satu opsi pembayaran yang sangat marak digunakan karena dinilai lebih aman & menjadikan kita, penggunanya sebagai Cashless Society.. Pembayaran menggunakan kode QR yang sederhana perlahan mengambil alih uang tunai dan bahkan pembayaran berbasis kartu. Orang-orang mulai menyukai QR karena aksesibilitas yang mudah melalui ponsel mereka, tanpa perlu repot membawa dompet tebal berisi uang tunai.

Dalam waktu dekat, QR mungkin sepenuhnya menggantikan cara orang melakukan transaksi satu sama lain dan mungkin berkembang ke bentuk perangkat lain yang memberikan lebih banyak kesederhanaan dalam praktiknya.



# Trend spotting



## Collaboration is a Perfect Combo!

Perkembangan brand-brand lokal baru di era digital ini menciptakan banyak kolaborasi baru nan unik di antara satu brand dengan brand lainnya. Tren untuk berkolaborasi dengan brand lain di Indonesia semakin berkembang semenjak pandemi Covid-19 menyerang dan membuat semua orang lebih aktif secara digital dan mudah jenuh.

Tren berkolaborasi dengan brand dari kategori yang berbeda jauh juga semakin meningkat jumlahnya karena bersifat di luar ekspektasi dan konsumen selalu menjadikan hal itu sebagai pembicaraan dan berujung pada media coverage serta peningkatan pembelian. Tren yang bersifat kreatif ini ke depannya tentu akan semakin berkembang karena tren ini memicu setiap brand untuk dapat memilih calon partner yang sesuai dengan nilai perusahaan sekaligus unik supaya tidak tertinggal oleh kompetitornya.

# Target Audience



## Demografis

- Usia: 18-35 tahun
- Jenis kelamin : Perempuan dan Laki-laki
- SES Level : B (Nielsen's classification of the Indonesian socioeconomic segments)
- Pekerjaan : Pelajar, mahasiswa, karyawan swasta, wirausaha

## Geografis :

- Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (JaBoDeTaBek)

## Psikografis :

- Orang yang peduli pada lingkungan atau alam
- Orang yang paham isu *sustainability*
- Suka mengikuti perkembangan tren



### Behaviour :

- Orang yang suka berpergian dan mencoba hal baru
- Orang yang aktif bermain media sosial

### Interest : (konten yang diminati karena ada *value*)

- Konten bersifat *educational* seperti *tips & tricks*, *life hacks*, dan sebagainya.
- Konten yang menyediakan penawaran menarik seperti *giveaway*, *promotion*, *discount*, dan sebagainya.

# User Persona





## Environmentalist

## Social Butterfly

## Charismatic

Age : 23

Occupation : Digital Content Creator

SES Level : B

Location : Jakarta Barat

Character : Social Media Enthusiast



*"The Earth is what we all have in common."*

## Motivations

### Transformation



### Social



### Persistent



## Personalities

### Introvert



### Extrovert

Creative

### Analytical



### Active

### Passive



## Goals

- Ingin melakukan perubahan yang berdampak bagi kehijauan lingkungan di daerah perkotaan
- Ingin mengajak sebanyak-banyaknya orang untuk berkontribusi bagi kehijauan lingkungan
- Ingin memberikan edukasi & campaign lewat media sosial mengenai cinta lingkungan

## Frustrations

- Minimnya kesadaran lingkungan sekitar akan pentingnya menjaga kehijauan lingkungan
- Minimnya wadah / ruang di Indonesia yang bergerak khusus untuk mengatasi pencemaran lingkungan

## Bio

Tania Wijaya merupakan seorang digital content creator yang mempunyai rasa kepedulian sangat tinggi terhadap masalah lingkungan. Tania ingin berkontribusi dengan aksi nyata untuk membawa perubahan yang baik bagi lingkungan khususnya di daerah perkotaan. Tidak hanya menggunakan media sosial sebagai hiburan saja, Tania ingin memanfaatkan platform tersebut untuk mengajak dan mengedukasi masyarakat agar tetap cinta lingkungan.

## Preferred Channels

### Social Media



### Mobile



### Email



### Traditional Ads



Business Partner Firmographic



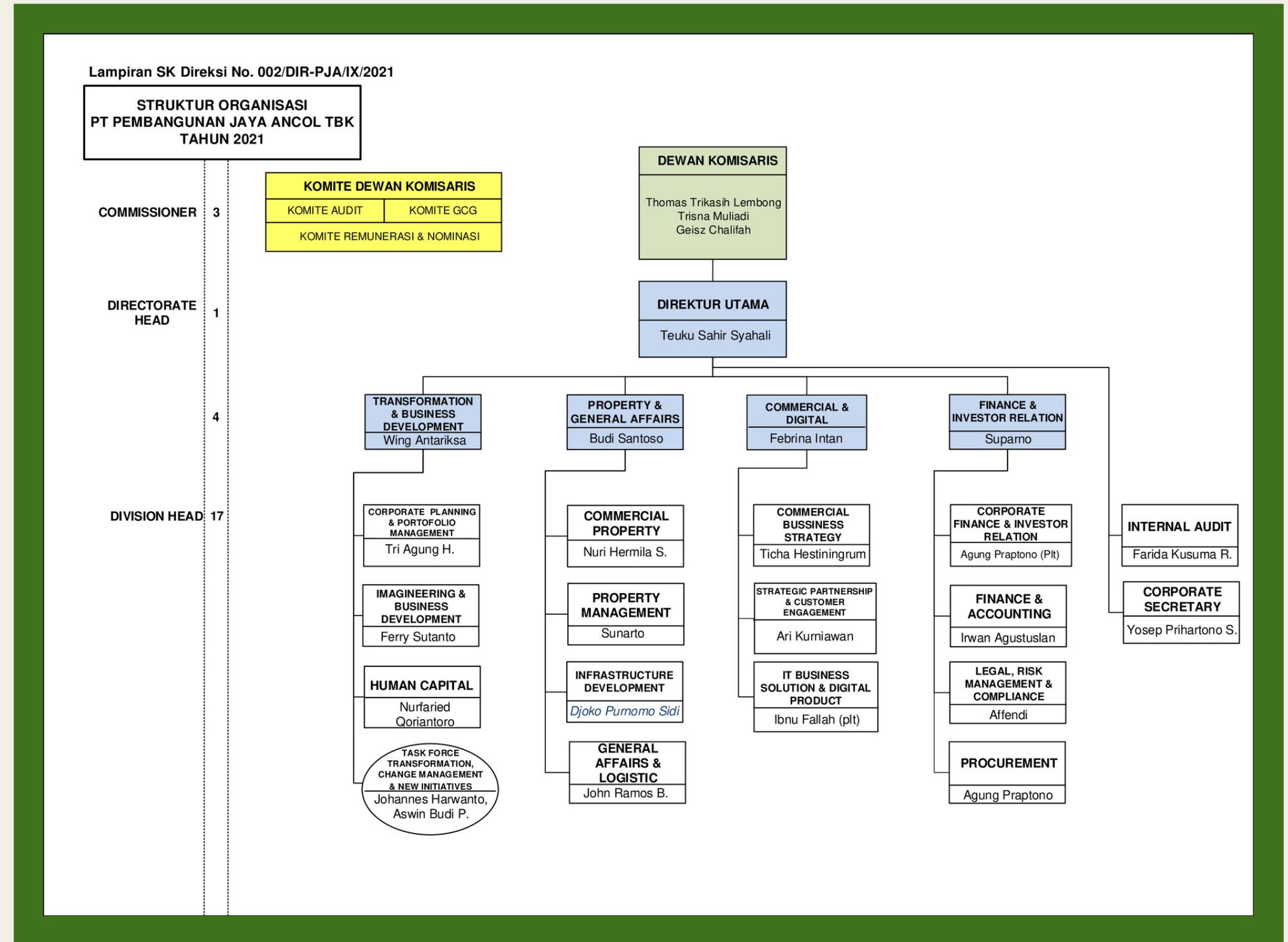
PT Pembangunan Jaya Ancol



- Industri: Recreational Facilities and Services (Public Company)
- Lokasi: Jakarta, Indonesia
- Ukuran: 1001-5000 employees (Large Company)



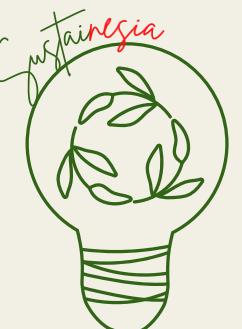
## • Struktur Organisasi:



- Performa: Taman Impian Jaya Ancol sudah menjadi destinasi pariwisata yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia sejak tahun 2000-an untuk berekreasi. Namun, karena adanya pandemi, Ancol pun sempat mengalami kerugian dan penurunan angka pengunjung selama masa PSBB/PPKM. Tetapi, Ancol berhasil untuk bangkit kembali dan menerima penghargaan Indonesian Customer Protection Award (ICPA) 2020 dengan predikat emas atau gold untuk layanan dan perlindungan konsumen, sebagai apresiasi manajemen perusahaan yang mampu menyelenggarakan program perlindungan konsumen.

Sustainesia's

Social Media  
current situation





@sustainesiaofficial

Followers: 1.500

Engagement Rate: 3.5%

Average Engagement/post: 55

Average Post: 5/month

Most used hashtag: #Sustainesia #Sustainableliving

Followers: 0

Total Post: 0

@sustainesiaofficial



# *Research on Competitors*



# Competitor 1



1 Jan - 21 Nov 2021



## Performance Based

- **Followers:** 22,4K
- **Engagement Rate:** 0.9%
- **Avg. Engagement/post:** 203
- **Avg. Post:** 11.88/month

## Communication Based

- **Most used hashtag:** #rekosistem  
#AturSampahDariRumah  
#SetorSampah #Redrop  
#Rekompostory #plasticfreejuly  
#EarthDay #HariBumi  
#AturSampahAnorganik



# Competitor 1



1 Jan - 21 Nov 2021



## Performance Based

- Followers: 1087K
- Total Post: 57

## Format Based

- Image: 41
- Videos: 8
- Documents: 8

Sumber:

<https://www.linkedin.com/company/rekosistem/>



# Competitor 2



1 Jan - 21 Nov 2021



# plasticpay



## Performance Based

- Followers: 11,016K
- Engagement Rate: 1.59%
- Avg. Engagement/post: 175
- Avg. Post: 11.5/month

## Communication Based

- Most used hashtag: #plastic  
#circulareconomy #sdgs  
#collaboration #environment  
#recycle



# Competitor 2



1 Jan - 21 Nov 2021



# plasticpay



## Performance Based

- Followers: 94
- Total Post: 1

## Format Based

- Image: 1
- Videos: 0
- Documents: 0

Sumber:

<https://www.linkedin.com/company/plasticpay/about/>

# SWOT Sustainesia



## Strengths

- Aktif dalam memposting berbagai informasi mengenai Sustainesia di berbagai media sosial.
- Aktif dalam memposting hari-hari besar di media sosial Sustainesia secara teratur.
- Memiliki Feed Instagram yang menarik dan rapi.
- Sering membuat konten interaktif pada Instagram Sustanesia sehingga followers dapat merasa adanya kedekatan antara brand dengan mereka.

## Weaknesses

- Belum memiliki banyak followers, sehingga belum banyak orang yang mengetahui Sustainesia.

## Opportunities

- Adanya feedback yang diberikan oleh followers Instagram Sustainesia terhadap konten interaktif yang diberikan
- Banyak masyarakat yang sudah mulai peduli untuk menjaga lingkungan sehingga tertarik untuk mengikuti media sosial Sustainesia

## Threats

- Kompetitor juga aktif dalam menggunakan sosial media
- Engagement kompetitor lebih tinggi dibandingkan produk Sustanesia
- Produk yang ditawarkan kompetitor memiliki kesamaan dengan yang ditawarkan Sustainesia

# Social media listening



Banyak sekali masyarakat yang antusias dan senang akan kehadiran Plasticpay yang dapat mempermudah pendaur ulangan sampah botol plastik, serta memberikan reward berupa poin kepada mereka. Namun, titik penyebaran lokasinya dianggap masih kurang banyak.



Banyak sekali masyarakat yang juga antusias untuk mendaur ulang sampah botol plastik melalui Rebox (Rekositem) yang nantinya dapat ditukar menjadi RekoPoints. Namun, sama halnya dengan Plasticpay, titik lokasi penyebaran Rebox juga dianggap masih kurang banyak sehingga masyarakat yang tinggal cukup jauh dari lokasi harus mengirim sampah melalui jasa ekspedisi.

# Social media listening

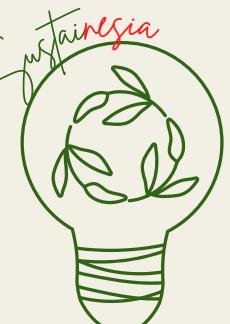




# Opportunities

- Adanya peluang bagi industri *Reverse Vending Machine* ini untuk terus berkembang di masa depan melalui feedback-feedback yang diberikan oleh masyarakat terhadap kompetitor.
- Sustainesia hadir dengan inovasi baru yaitu untuk turut menjual merchandise berupa *fabric tote bag* dan *fabric mask* di Vending Machine kami.
- Sustainesia juga telah hadir di beberapa titik lokasi yang kami anggap dapat terjangkau oleh masyarakat luas sehingga masyarakat tidak perlu kesulitan lagi ketika ingin mendaur ulang sampah botol plastik.

# Social Media GOALS





## Aim Using Social Media & Mobile Marketing

- Social media & mobile marketing lebih *personalized*, sehingga strategi dan taktik marketing kita bisa menjangkau target market yang tepat (eco-friendly).

## Business Objectives

- Membangun Sustainesia sebagai *brand* baru dan mendapatkan dukungan target market sebanyak 10% selama 2 bulan (Maret - April 2022).



## Social Media S.M.A.R.T Goals:

- Meningkatkan *awareness* dalam bentuk **jumlah *followers* Instagram** sebanyak 10% dari jumlah *followers* di Instagram **selama 2 bulan** (Maret - April 2022).
- Membangun *awareness* pada akun **LinkedIn** baru Sustainesia dengan mengumpulkan sebanyak **105 *followers* baru** (Maret - April 2022).
- Meningkatkan *engagement rate* Instagram **Sustainesia** sebanyak **2%** setiap bulannya (Maret - April 2022).
- Meningkatkan *brand mention* sebanyak **10%** selama **2 bulan** (Maret - April 2022).



# Campaign: #smallstepmatters

Sustainesia sebagai brand lokal dalam industri *green products* yang berkomitmen untuk peduli terhadap isu lingkungan. Salah satunya isu terkait sampah plastik di Indonesia.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sampah plastik di Indonesia mencapai 64 juta ton per tahun. Dari jumlah tersebut, sekitar 3,2 juta ton di antaranya terbuang ke laut. Sementara itu, kantong plastik yang terbuang ke lingkungan sebanyak 85.000 ton.

# #smallstepmatters

1

## Meningkatnya perilaku belanja online

- Mayoritas warga Jabodetabek melakukan belanja *online* yang cenderung meningkat. Dari yang sebelumnya hanya 1 hingga 5 kali dalam satu bulan, menjadi 1 hingga 10 kali selama PSBB/WFH.



Plastik yang tebal  
Ditambah dengan bubble wrap.

2

## Kesadaran masyarakat belum dibarengi dengan aksi nyata

- Hanya separuh dari warga yang memilah sampah untuk didaur ulang. Hal ini berpotensi meningkatkan sampah plastik dan menambah beban tempat pembuangan akhir selama PSBB/WFH.

- Peneliti Pusat Penelitian Oseanografi LIPI,  
Intan Suci Nurhati.

# Campaign Objective



Meningkatkan **aksi nyata** masyarakat dalam membantu proses pengumpulan sampah botol plastik sebanyak 20% dari 2 *vending machine* Sustainesia yang berbeda untuk didaur ulang selama **2 bulan (Maret 2022 - April 2022)**.



# Detailed Campaign Flow

# layanan vending machine

Melalui kampanye #smallstepmatters, Sustainesia menghadirkan layanan vending machine yang berfungsi khusus untuk mengumpulkan botol plastik bekas dalam mencapai *campaign objective* #smallstepmatters.

Botol plastik bekas tersebut bisa dimasukan melalui lubang kecil yang telah disediakan.



Botol plastik yang telah dikumpulkan akan dibawa ke tempat pengolahan & rumah produksi untuk dijadikan merchandise.





Fabric totebags akan  
disediakan di kotak ini &  
dapat diambil melalui  
kotak besar yang terletak  
di bawah display

Sustainnesia



# produk totebags

Botol plastik yang sudah diolah  
dijadikan merchandise totebags  
dengan design yang unik & kekinian  
untuk mendukung program  
mencegah penggunaan plastik.

# produk

## Weekly Challenge (5 Maret - 21 April 2022)

1

Challenge ini diadakan sebagai bridging campaign challenge utama dari Sustainesia yang berpartnership dengan Ancol dan juga social media objective dari Sustainesia.

2

Pada 5 Maret 2022, Sustainesia mengajak target audience untuk mengikuti *weekly challenge* dengan membuat video terunik menggunakan vending machine Sustainesia dalam bentuk Instagram Story dan mention @sustainesiaofficial.

3

Target audience membuat Instagram Story dan tag @sustainesiaofficial. Sustainesia akan repost Story dari target audience yang mengikuti Weekly Challenge.

4

Pemenang dengan story terunik akan diumumkan setiap minggunya dan pemenang akan mendapatkan hadiah tiket masuk Ancol.

# Sustainable with Sustainesia Challenge

#smallstepmatters merupakan highlight dari campaign yang dilaksanakan oleh Sustainesia

Pada challenge ini, akan terpilih 2 pemenang :

- Juara pertama mendapatkan Free trip selama 3 hari 2 malam ke Pulau Seribu & Free access ke semua tempat yang ada di Ancol.
- Juara kedua akan mendapatkan Free access ke semua tempat yang ada di Ancol selama 6 bulan.

Sustainesia akan membuat challenge yang mengusung konsep hunting vending machine mulai tanggal 13 Maret 2022 sampai dengan 29 April 2022

5  
Pada tanggal 30 April 2022, Sustainesia akan mengundi orang-orang yang sudah mengikuti challenge tersebut dan mengumumkan pemenangnya melalui Instagram.

2

Orang yang mengikuti challenge ini harus menemukan vending machine Sustainesia di Ancol dan mengumpulkan minimal 5 sampah botol plastik ke dalam vending machine tersebut

1

3

Sustainesia akan merepost story tersebut dan dimasukan ke dalam highlight Instagram @sustainesiaofficial.

4

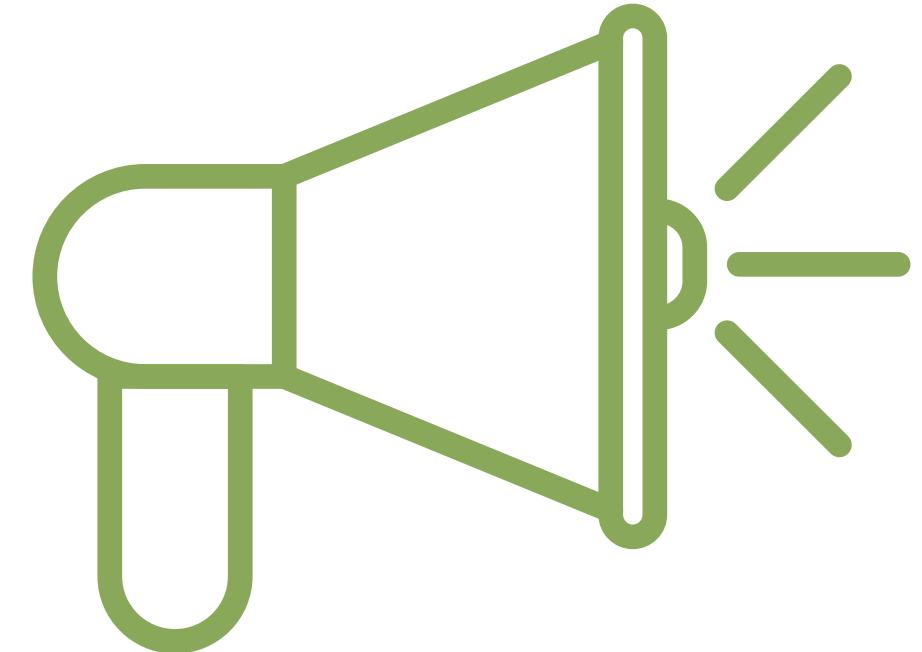
Orang tersebut akan membuat story di Instagram mengenai challenge tersebut dan mention @sustainesiaofficial dengan menggunakan hashtag #smallstepmatters.

## Sustainable with Sustainesia Challenge



*Metrics:* KPI





## Brand Awareness

- Followers growth, Instagram reach, LinkedIn follow, brand mention.
- Website Traffic, Interaction per visit.



## Brand Engagement

- Jumlah like, jumlah komentar, jumlah UGC, jumlah share.

# How To Connect with Audience



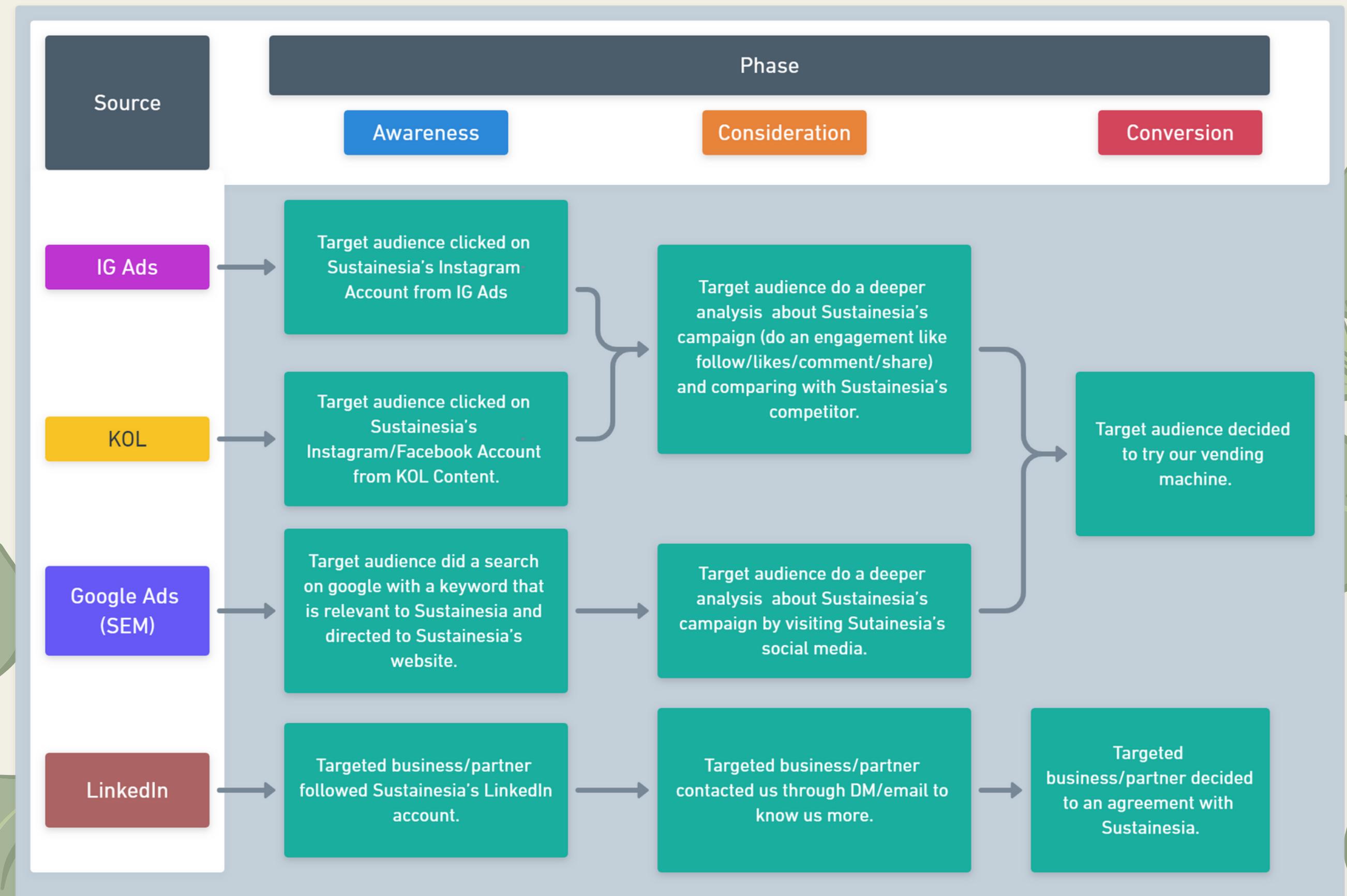


Berdasarkan *consumer persona*, langkah dan taktik yang kami tentukan untuk dapat mendekati dan terhubung dengan konsumen Sustainesia adalah dengan pendekatan melalui konten-konten yang **kreatif dan edukatif** mengenai **kelestarian lingkungan di Indonesia** yang **berkaitan dengan orang-orang di kota**. Konten-konten yang dibuat juga yang **sesuai dengan minat orang muda dan dewasa muda**, serta berupa **ajakan-ajakan** untuk membuat langkah kecil untuk peduli dengan lingkungan melalui aktif menggunakan Sustainesia.



# Consumer Journey





Sumber: <https://whimsical.com/consumer-journey-sustainesia-AMg1sqaiU1EtzMctS9ycZE>



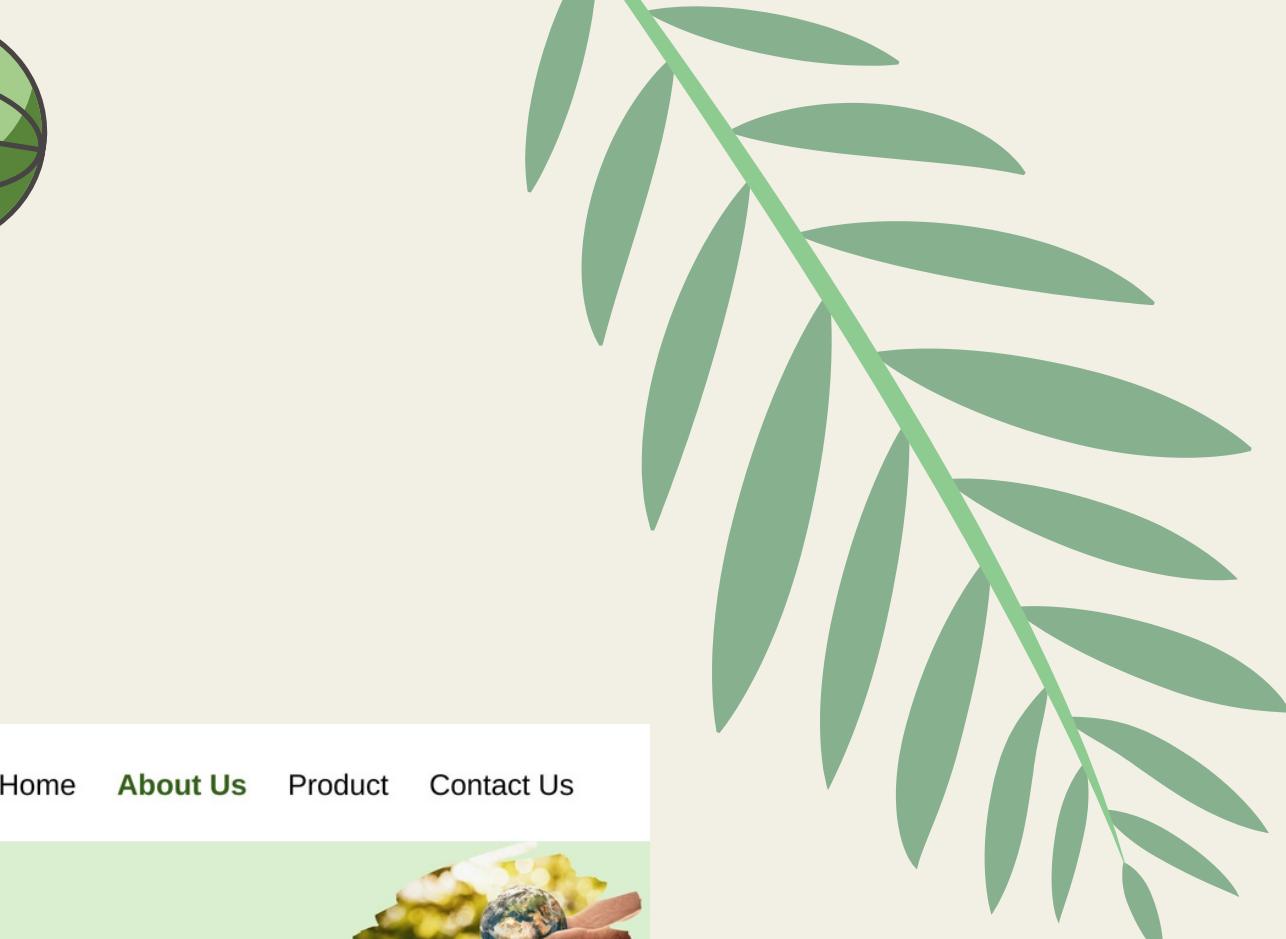


Sustainesia menggunakan website untuk menampilkan informasi-informasi yang berhubungan dengan produk sustainesia itu sendiri, seperti definisi produk, fungsi produk, partner, visi dan misi, kontak Sustainesia, dan yang lainnya.





# Website



 **Sustainesia**

Home About Us Product Contact Us



**Hello Smart Pople**

Welcome to Sustainesia, Teknologi smart waste yang diciptakan untuk memberikan dampak baik bagi lingkungan!



Sustainesia (didirikan tahun 2021) merupakan brand lokal yang berbasis green industry dan berfokus pada peningkatan lingkungan hijau dengan mengolah limbah plastik & menghasilkan produk ramah lingkungan.

[About Us](#)

Copyright @2021 SUSTAINESIA. All rights reserved

 **Sustainesia**

Home **About Us** Product Contact Us

**About Us**



Sustainesia merupakan brand lokal yang berdiri sejak 2021 yang berbasis green industry dan berfokus pada peningkatan lingkungan hijau dengan mengolah limbah plastik & menghasilkan produk ramah lingkungan.

**Visi**

Menjadikan Indonesia sebagai green country dengan melakukan aksi cinta lingkungan dari berbagai aspek dalam kehidupan setiap harinya..

**Misi**

1. Menginspirasi masyarakat Indonesia untuk turut berpartisipasi dalam gerakan cinta lingkungan
2. Menghadirkan spot vending machine yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia untuk mengumpulkan botol plastik bekas
3. Terus berinovasi dalam menghadirkan produk ramah lingkungan untuk seluruh masyarakat Indonesia

Copyright @2021 SUSTAINESIA. All rights reserved



Home About Us **Product** Contact Us

## Our Product

*Sustainesia*  
Vending Machine



Sustainesia menghadirkan layanan vending machine yang berfungsi untuk mengumpulkan botol plastik bekas. Botol plastik bekas tersebut bisa dimasukan melalui lubang kecil yang telah disediakan.



Totebags akan disediakan di kotak ini & dapat diambil melalui kotak besar yang terletak di bawah display

Botol plastik yang telah dikumpulkan akan dibawa ke tempat pengolahan & rumah produksi untuk dijadikan merchandise



Botol plastik yang sudah diolah dijadikan merchandise totebags. Sedangkan, fabric masks diproduksi untuk meningkatkan penggunaan masker tidak sekali pakai dengan berbagai model yang trendy & kekinian.

Copyright @2021 SUSTAINESIA. All rights reserved

*Sustainesia*

Home About Us **Product** **Contact Us**

## Get in touch with us

Tokopedia Tower  
Lantai 34 Tokopedia Tower Ciputra  
World 2, Jl. Prof. DR. Satrio No.3,  
Karet Semanggi, Kecamatan  
Setiabudi, Kota Jakarta Selatan,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12950



+6287744990033



Sustainesiaofficial@gmail.com



@Sustainesiaofficial



Sustainesiaofficial



@Sustainesiaofficial

Copyright @2021 SUSTAINESIA. All rights reserved





Instagram

Sustainesia menggunakan Instagram untuk menggaet target market berusia 18-35 tahun (Green Doorco, 2019) karena platform ini cukup populer di kalangan tersebut. Instagram Sustainesia akan menampilkan konten-konten yang berhubungan dengan Sustainesia, seperti konten informative, educational, interactive, challenge, dan yang lainnya yang bisa meningkatkan engagement dan brand mention (Sustainesia's Social Media Objective). Sesuai dengan purpose dari penggunaan media sosial Instagram yang salah satu purpose-nya adalah untuk menciptakan pembicaraan atau conversation. (Aofund.org, 2021)





# Instagram

## Our Logo

font: Kaligrafi yang memiliki filosofi bahwa Sustainesia akan selalu terhubung & terintegrasi dengan alam.

Bohlam: Menggambarkan Sustainesia yang akan selalu memiliki ide & inovasi terbaru.

Tali: Melambangkan Sustainesia yang akan selalu kuat & kokoh.

Daun: Tiga daun melingkar melambangkan kesinambungan sempurna.

Unsur bendera Indonesia, energi, cinta

Hijau sumber kehidupan, alam, kedamaian, rasa aman

# Sustainesia

## TAUKAH ANDA?

Bawa Indonesia merupakan negara yang meyumbang plastik terbesar kedua di dunia

Apa saja dampak (-) yang dapat ditimbulkan dari sampah plastik?

### Sustainesia Vending Machine

Sustainesia menghadirkan layanan vending machine yang berfungsi untuk mengumpulkan botol plastik bekas. Botol plastik bekas tersebut bisa dimasukan melalui lubang kecil yang telah disediakan.

Totebags akan disediakan di kotak ini & dapat diambil melalui kotak besar yang terletak di bawah display

Botol plastik yang telah dikumpulkan akan dibawa ke tempat pengolahan & rumah produksi untuk dijadikan merchandise

Tingkat pencemaran laut di Indonesia saat ini cukup mengkhawatirkan.

Upaya apa yang bisa kita lakukan?



# Carousel post instagram untuk “Upaya yang bisa kita lakukan?”

Selalu membawa Produk Eco-Friendly untuk mencegah penggunaan plastik



## Mengurangi penggunaan Microbeads

Microbeads merupakan partikel plastik padat yang biasanya terdapat di sabun mandi, pasta gigi dan beberapa produk kecantikan seperti scrub wajah. Maka dari itu, sebelum membeli produk lebih baik memperhatikan komposisinya terlebih dahulu.

## Daur Ulang

Salah satu kontribusi besar untuk mengurangi sampah yang ada di laut adalah dengan memilah kemasan yang bisa dipakai kembali dan tidak. Sustainesia hadir dengan vending machinennya untuk mengajak kalian semua ikut berpartisipasi dalam memainkan peran penting agar lautan kita bisa lebih baik lagi! Yuk pakai Sustainesia!





Sustainesia menggunakan LinkedIn untuk mencari dan menggaet perusahaan vendor dan organisasi bisnis lainnya yang sesuai dengan salah satu target *campaign* Sustainesia. Melihat sesuai kegunaan atau *purpose* dari LinkedIn, yaitu *networking*. (Aofund.org, 2021)



# Editorial Plan





2022														
March 2022							CW	DAY OF WEEK	Pillar	Approach	Channel	Feature	Type post	
M	T	W	T	F	S	S								
28	1	2	3	4	5	6		TUESDAY	1	Lifestyle	Trivia	IG	Feed	Single Pos
7	8	9	10	11	12	13				Product	Announcement		Story: Repost Feed	
14	15	16	17	18	19	20		WEDNESDAY	2	Product	Informative		Feed	Carousel
									1	Promotion	Trivia		Reels	Single Pos
								THURSDAY	3	Promotion	Announcement	IG	Story	Single Pos
													Story: Reposting Answers	Single Pos
Maret'22									>		<			



1 Maret 2022 -  
30 April 2022

Link: [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1XjXls9-vz40m8RwGyUHOzEBJUW0xeFyXXe0\\_0Cmt4o/edit#gid=723571788](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1XjXls9-vz40m8RwGyUHOzEBJUW0xeFyXXe0_0Cmt4o/edit#gid=723571788)

Promotion & Advertisements





## #smallstepmatters

Sustainesia berkomitmen mengajak masyarakat untuk peduli terhadap isu lingkungan. Salah satunya isu terkait sampah plastik di Indonesia.

Berdasarkan data dari **Badan Pusat Statistik (BPS)**, sampah plastik di Indonesia mencapai **64 juta ton per tahun**. Dari jumlah tersebut, sekitar **3,2 juta ton** di antaranya terbuang ke laut. Sementara itu, kantong plastik yang terbuang ke lingkungan sebanyak **85.000 ton**.

### Get In Touch With Us

 @sustainesiaofficial  @sustainesiaofficial

## Behind #smallstepmatters



**Belanja Online Meningkat**  
96% paket dibungkus dengan plastik yang tebal dan ditambah dengan bubble wrap.



**Kurangnya Aksi Nyata**  
Kesadaran masyarakat belum dibarengi dengan aksi nyata.

### Get In Touch With Us

 @sustainesiaofficial  
 @sustainesiaofficial



### Vending Machine

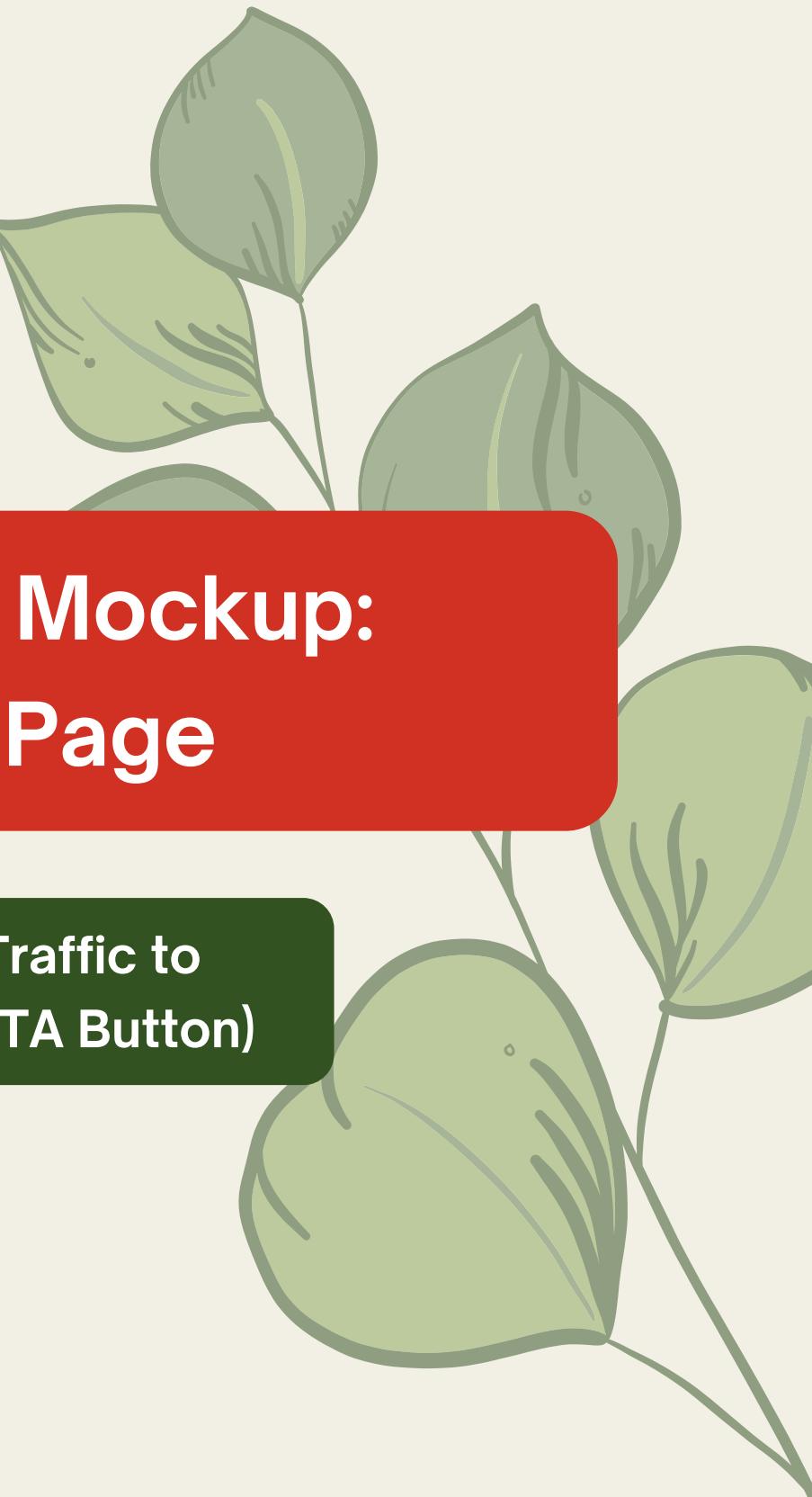
Mengajak masyarakat mengimplementasi aksi nyata peduli lingkungan melalui inovasi vending machine.

#smallstepmatters

Innovations

## Google Ads Mockup: Landing Page

Goals: Drive Traffic to Social Media (CTA Button)





#smallstepmatters  
with Smart Waste

Sustainesia  
SWIPE UP

How to use  
*Sustainesia*  
with @cintaruhamaamelz

SWIPE UP

## Instagram Ads Mockup

Goals: Drive Traffic to  
Social Media (Swipe Up)



Influencer





# Annabella (@justannabella)



86,2K followers | Micro Influencer



1.009 Posts    86,2K Followers    1.394 Following

Annabella she/her  
@anykind.id @annaveganfooddiary  
Vegan for everything / practicing mindfulness /  
cruelty-free beauty & eco fashion lover 🌱 /  
#noshampoo  
chuffed.org/fundraiser/annabella

Followed by catwomanizer, andreasabinaryo and 10 others

Follow Message Email

Recent posts preview

Sustainesia memilih Annabella sebagai salah satu *influencer* untuk diajak bekerja sama karena followers dari @justannabella dirasa cocok dan sesuai dengan target audiens Sustainesia yaitu orang yang mempunyai gaya hidup *sustainable* & menyukai *ECO-Friendly product*. Selain itu, gaya hidup yang diterapkan oleh @justannabella juga menjadi sorotan banyak masyarakat karena ia menerapkan #NoShampoo dan bertekad untuk tidak menggunakan bahan-bahan yang mengandung kimia dan yang menurutnya dapat merusak kandungan alami yang ada di rambut ataupun tubuhnya. Nantinya, untuk mendukung campaign #smallstepmatters dalam rangka merayakan Earth Day, Anna akan mengajak followersnya untuk tidak menggunakan plastik selama satu hari penuh pada tanggal 22 April 2022 melalui Story Instagram pribadinya dan kerja sama tersebut akan kami melalui Instagram @sustainesiaofficial untuk meningkatkan awareness.



# Cinta Ruhama Amelz (@cintaruhamaamelz)



52,5K followers | Micro Influencer



745 Posts 52,5K Followers 6.184 Following

**Cinta Ruhama Amelz (Tara) she/her**  
Always learning about sustainable living, self love, play dress up+makeup, experiment with art. Former Magazine Editor-in-Chief. Equality is ❤️ . linktr.ee/cintaruhamaamelz

Followed by sustaination, catwomanizer and 5 others

Follow Message Email

Recent posts: Hello!, Selfie, Artwork, Underwater photo

Cinta termasuk salah satu *influencer* yang sangat mengedepankan sustainable living. Hal ini dirasa cocok dan selaras dengan visi dan misi Sustainesia yang juga mendukung sustainable living. Selain itu, Cinta juga sering membagikan dan merekomendasikan produk yang zero waste kepada followersnya dan dijadikan highlight. Hal tersebut juga membuat followersnya turut aktif dalam berinteraksi dengannya untuk menanyakan mengenai rekomendasi produk dan *tips & trick*. Sebagai bentuk kerjasama dengan Cinta, Sustainesia akan membuat video tutorial bersama Cinta tentang bagaimana cara untuk mendonasikan sampah botol plastik ke dalam *vending machine* Sustainesia.



# Angela Gilsha (@angelagilsha)

3M followers | Mega Influencer



Angela Panari 33  
#Minimalist #Plantmom #Sustainability  
✨@weightlossbyangelgilsha✨  
Bentuk Management: 08119347788  
Social Media: 081219200719 (Aldy)  
[See Translation](#)

Followed by [nasyamarcella](#), [eri.carl](#) and 5 others

Following ▾ Message Email ▾

530 Posts 3M Followers 802 Following

Selain terkenal sebagai seorang aktris, Angela Gilsha juga turut bekerja aktif sebagai seorang *influencer* di Instagramnya. Melalui Instagramnya, Angela sering membagikan konten mengenai hobinya dalam menanam dan mengurus tanaman, serta gaya hidupnya yang mendukung *sustainability*. Dengan total *followers* yang menyentuh 3 juta, Angela dirasa cocok untuk bekerja sama dengan Sustainesia karena dapat membantu untuk meningkatkan *awareness* terhadap Sustainesia. Dalam hal ini, Sustainesia akan mengadakan *live session* di Instagram bersama Angela Gilsha yang akan membicarakan topik seputar Sustainable living dengan mengimplementasikan *campaign* #smallstepmatters. Nantinya, akan ada *sharing session* juga bersama *followers* Sustainesia dan Angela Gilsha tentang bagaimana #smallstepmatters dapat memberikan dampak yang besar bagi bumi dan lingkungan.

Thank you

Sustainesia

#smallstepmatters

