

ABSTRAK

Cina menghadapi tantangan serius dalam pengelolaan limbah makanan yang mencapai puluhan juta ton setiap tahunnya diperparah oleh faktor budaya *mianzi* (gengsi) yang mendorong kebiasaan memesan makanan berlebihan. Untuk mengatasi masalah kompleks ini, evaluasi efektivitas Kampanye “Bersihkan Piringmu” dilakukan, yang mana kampanye ini berevolusi dari inisiatif akar rumput yang dipelopori oleh jurnalis Xu Zhijun menjadi kebijakan nasional yang didukung Undang-Undang Anti Sampah Makanan (2021). Tujuan penelitian adalah menganalisis bagaimana kampanye ini mampu mentransformasi perilaku masyarakat. Kerangka pemikiran yang digunakan adalah *Green Social Movement* dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik studi pustaka dan analisis konten. Hasil temuan menunjukkan bahwa kampanye ini efektif karena berhasil merekonstruksi norma sosial (*mianzi*), membentuk sikap positif melalui edukasi, dan memperkuat kontrol perilaku melalui regulasi hukum yang tegas serta inovasi teknologi. Simpulan temuan penelitian ini yakni bahwa keberhasilan kampanye ini terletak pada sinergi antara pendekatan *top-down* pemerintah dan partisipasi *bottom-up* masyarakat, didukung oleh kerangka hukum yang kuat yang menciptakan perubahan perilaku konsumsi yang sistemik dan berkelanjutan.

Kata kunci : Efektivitas Kampanye, Limbah Makanan, Transformasi Perilaku, *Green Social Movement*, *Theory of Planned Behavior*

ABSTRACT

China faces a serious challenge in managing food waste, which amounts to tens of millions of tons annually, exacerbated by the cultural factor of mianzi (saving face or prestige) that encourages the habit of over-ordering foods. To address this complex issue, the effectiveness of the “Clean Your Plate Campaign” is evaluated, a campaign evolved from a grassroots initiative pioneered by journalist Xu Zhijun into a national policy supported by the Anti-Food Waste Law (2021). The study aims to analyze how this campaign has transformed public behavior. The analytical framework combines the Green Social Movement theory and the Theory of Planned Behavior (TPB). This study employs a qualitative method with literature review and content analysis techniques. The findings indicate that the campaign is effective by reconstructing social norms (mianzi), fostering positive attitudes through education, and strengthening perceived behavioral control via stringent legal regulations and technological innovations. In conclusion, the campaign's success lies in the synergy between the government's top-down approach and the public's bottom-up participation, supported by a robust legal framework, which creates a systemic and sustainable shift in consumption behavior.

Keywords: Campaign Effectiveness, Food Waste, Behavioral Transformation, Green Social Movement, Theory of Planned Behavior