

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Plastik adalah material yang ada saat ini banyaklah digunakan, bahkan saat ini hampir tidak ada produsen yang tidak menggunakannya untuk memenuhi berbagai keperluan. Akibatnya bila plastik tersebut sudah tidak digunakan, akan menimbulkan penumpukan limbah plastik. Di Indonesia, volume limbah plastik sudah mencapai angka yang mengkhawatirkan, didasarkan pada data dari Badan Pusat Statistik tahun 2021, limbah plastik yang ada di Indonesia mencapai jumlah 66 juta ton di setiap tahunnya. (KKP 2022)

Kota Bogor dengan area yang tidak begitu luas, menghasilkan limbah plastik dengan volume besar, Yosep menyebutkan, “Kota Bogor dapat menghasilkan sampah organik dan anorganik 600 ton per hari, dan diantara sampah non organik, sampah plastik merupakan yang paling banyak.” (Radar Bogor 2022) Pemerintah Kota Bogor sendiri sudah memberlakukan kebijakan Kota Bogor Tanpa Kantong Plastik (Botak) pada pasar tradisional, Walikota Bogor Bima Arya menyebutkan “Tahapan awal kita pilih di Pasar Kebon Kembang, utamanya pasar kering yang diprioritaskannya lalu dengan cara bertahap terhadap pasar basah.” (detiknews 2021) Plastik sekali pakai adalah salah satu jenis plastik, contoh dari plastik sekali pakai diantaranya kantung plastik, sedotan plastik, gelas plastik, dan masih banyak lagi. Penggunaan dan produksinya yang praktis membuat produsen dan masyarakat menggunakan plastik tersebut tanpa melihat dampaknya pada lingkungan.

Dampak dari plastik sekali pakai pada lingkungan adalah menambah volume limbah plastik, limbah plastik yang terus bertambah ini akan membuat tanah tidak subur, mencemari air dan tanah, penyumbatan aliran sungai sehingga bisa menyebabkan banjir, partikel-partikelnya bakal membunuh berbagai macam hewan pengurai, layaknya cacing hingga bisa mengganggu keberlangsungan rantai makanan.

Dinas Lingkungan Hidup Kota Bogor sendiri sudah melakukan kampanye dari tahun 2012 dengan mengeluarkan kebijakan plastik berbayar sebagai upaya dalam penanggulangan volume limbah plastik yang terus meningkat di Kota

Bogor, selain itu DLH Kota Bogor juga sudah mengeluarkan kebijakan Peraturan Walikota Bogor Nomor 61 Tahun 2018 mengenai pengurangan sampah plastik. Selain berbagai kebijakan dan peraturan yang sudah dikeluarkan, DLH Kota Bogor juga bekerja sama dengan lembaga swadaya masyarakat Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik, untuk meresmikan Pasar Bebas Plastik yang menyasar pedagang tradisional dan masyarakat.

Pasar Bebas Plastik sendiri merupakan kampanye DLH Kota Bogor dalam upaya pengurangan limbah plastik sekali pakai, bekerja sama dengan LSM Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik, dengan menerapkan pelarangan penggunaan kantong plastik pada dua pasar di Kota Bogor, yakni Pasar Kebon Kembang dan Pasar Baru, berdasarkan wawancara dengan Sarah Rauzana dari GIDKP, kampanye Pasar Bebas Plastik berhasil mengurangi limbah kantong plastik sebesar 40%. Untuk pasar lainnya di Kota Bogor seperti Pasar Anyar dan Pasar Induk Warung Jambu belum ada pelarangan penggunaan kantong plastik, selain itu juga pada kampanye sebelumnya hanya menghimbau untuk tidak menggunakan kantong plastik sedangkan dalam kampanye ini adalah plastik sekali pakai itu sendiri, yang mencakup bukan hanya kantong plastik tapi juga sedotan plastik, gelas plastik, botol plastik dan lain sebagainya, sehingga apabila kampanye ini dilakukan, akan mendukung kampanye Pasar Bebas Plastik dalam mengurangi limbah plastik, pada kategori lainnya.

Dengan kampanye dan sosialisasi yang sudah dilakukan, masih terdapat kekurangan seperti kurangnya kesadaran masyarakat akan bahaya plastik sekali pakai, perihal demikian didukung dengan hasil dari wawancara serta kuesioner yang mengemukakan bahwasanya sebanyak 46.6% target sasar mengetahui bahaya plastik sekali pakai pada lingkungan sedangkan 23.3% tidak mengetahui bahayanya, dan 30.1% ragu-ragu. Ditambah media visual yang digunakan masih terbatas dengan hanya menggunakan media poster dan infografis sebagai media visualnya, sehingga dirasa belum efektif, hal ini terbukti dengan banyaknya pengunjung pasar yang belum membawa kantong belanja sendiri.

Kekurangan pada kampanye sebelumnya membuat hasil dari tujuan kampanye terhambat, efektivitas kampanye juga berkurang, sehingga dibutuhkan kampanye yang memiliki kualitas visual dan penyampaian pesan yang lebih baik.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

Didasarkan pada uraian yang ada di latar belakang masalah, peneliti mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Kesadaran masyarakat akan bahaya plastik sekali pakai pada pasar pasar tradisional masih kurang.
2. Media visual yang digunakan pada kampanye sebelumnya masih terbatas, yakni hanya menggunakan media poster dan infografis.

1.2.2. Rumusan Masalah

Didasarkan pada identifikasi masalah yang ada di atas, ditemukan rumusan masalah seperti berikut:

1. Bagaimana perancangan strategi kreatif pesan kampanye edukasi plastik sekali pakai?
2. Bagaimana perancangan visual dan media kampanye edukasi plastik sekali pakai?

1.3. Ruang Lingkup

1.3.1. Luas Wilayah dan Lokasi Implementasi

Perancangan, wawancara, dan penelitian akan dilakukan di daerah Bogor. Dengan mengambil sampel beberapa warga yang tinggal di Bogor, serta pedagang dan pembeli pada Pasar Anyar, dan Pasar Warung Jambu.

1.3.2. Target Penelitian

Mereka yang bekerja pada bidang lingkungan hidup dipilih sebagai target penelitian, agar informasi yang didapatkan bisa dipercaya. Termasuk didalamnya Dinas Lingkungan Hidup.

1.3.3. Target Audiens

Yang dipilih sebagai target audiens primer adalah orang tua atau konsumen pasar tradisional dengan jenis kelamin perempuan serta laki-laki dengan kisaran usia dengan rentang 40-50 tahun. Kemudian untuk data sekunder target audiens yang dipilih adalah masyarakat umum yang tinggal di Bogor.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk:

1. Terancangnya pesan strategi kreatif kampanye edukasi plastik sekali pakai.
2. Terancangnya visual dan media kampanye edukasi plastik sekali pakai.

1.5. Metode Penelitian

Metode penelitian yang bakal dipergunakan pada riset maupun penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif, menurut dari Saryono (2010), metode penelitian kualitatif sendiri adalah penelitian yang dipakai teruntuk mengkaji, mendapatkan, mendeskripsikan, serta menjelaskannya kualitas atau keistimewaan dari adanya pengaruh sosial yang tidaklah bisa untuk diukur, dijelaskan, maupun juga dipaparkan dengan pendekatan kuantitatif. dengan cara membuat rumusan masalah, menentukan landasan teori, melakukan pengumpulan data, menganalisis data, merancang kampanye dan yang terakhir menarik kesimpulan.

Penelitian ini masuk ke dalam metode penelitian kualitatif karena terdapat objek-objek visual seperti poster, video iklan, dan kualitas pengaruh sosial yang tidaklah lagi bisa dijelaskannya dengan metode penelitian kuantitatif.

1.5.1. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan pengumpulan data yang diperlukan pada riset ataupun penelitian ini terdapat beberapa cara, berikut ini merupakan berbagai macam teknik yang dipergunakan pada saat mengumpulkannya data yang dibutuhkan:

1. Observasi : Observasi adalah suatu teknik yang dilakukan untuk pengumpulannya data yang memiliki karakteristik khusus dibandingkan dengan teknik lainnya(Sugiyono, 2018:229). Pada penelitian ini observasi dilakukan di tempat pembuangan akhir, dan kantor Dinas Lingkungan Hidup Kota Bogor, dan pasar tradisional. Untuk mendapatkan data mengenai volume limbah plastik, mobilisasi kampanye, dan *insight* target audiens.
2. Wawancara : Wawancara ialah sebuah pertemuan diantara dua individu guna saling bertukar pesan maupun informasi serta juga gagasan dengan cara melaluinya tanya jawab untuk memberikan makna dalam sebuah topik secara terkhusus (Sugiyono, 2019). Wawancara yang ada pada riset maupun penelitian ini dilakukan terhadap pegawai Dinas Lingkungan Hidup Kota Bogor,

melakukan wawancara dengan ahli, dan target audiens. Untuk mendapatkan data mengenai masalah plastik sekali pakai

3. Kuesioner : Kuesioner ialah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukannya dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan maupun juga penjelasan secara tertulis terhadap para responden(Sugiyono, 2017:142). Kuesioner dibagikan kepada 70 warga Kota Bogor dengan rentang usia 40-50 tahun. Untuk mendapatkan data mengenai pengetahuan masyarakat Kota Bogor tentang plastik sekali pakai.

1.5.2. Metode Analisis Data

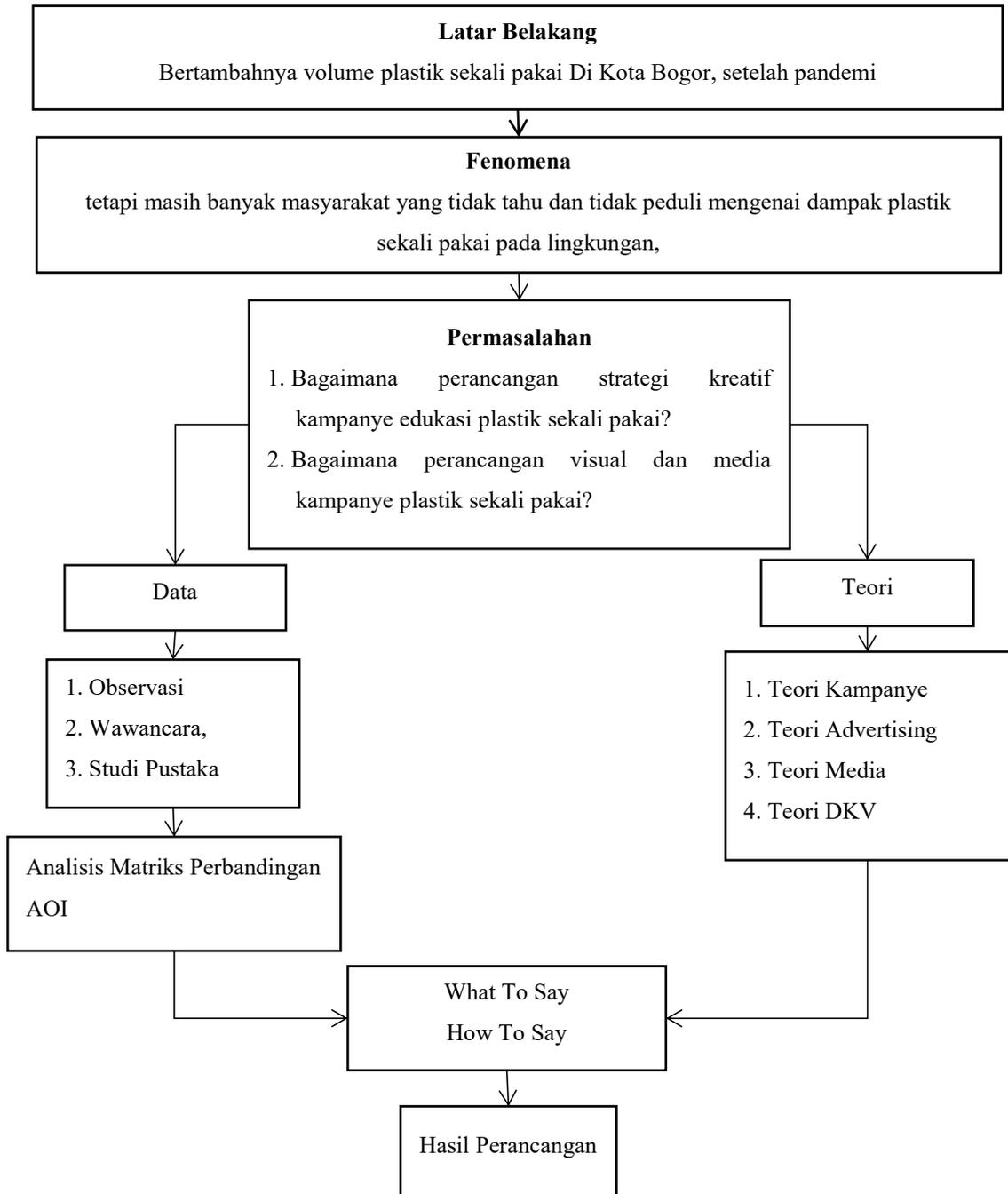
Analisis menggunakan beberapa metode, sehingga bisa ditarik kesimpulan dari data yang sudah diperoleh dan dikumpulkan. Berikut ini beberapa analisis data yang dipergunakan:

1. Analisis Matriks Perbandingan : Dengan menjabarkan elemen-elemen pada sampel visual dan membandingkannya antara sampel visual yang satu dengan yang lain. Metode analisis ini dipergunakan untuk menganalisis data mengenai poster pada kampanye plastik yang sudah dilakukan oleh beberapa organisasi.
2. AOI : Dengan mengumpulkan *Activity*, *Opinion*, dan *Interest* dari target audiens melalui kuesioner yang dibagikan dengan sosial media, yang kemudian ditarik kesimpulan untuk mendapatkan insight target audiens. Metode analisis ini digunakan untuk menganalisis data mengenai aktifitas, opini, dan ketertarikan target audiens yang menggunakan plastik sekali pakai.

1.5.3. Metode Perancangan Media

Dalam merancang media yang akan digunakan dalam perancangan ‘Kampanye Edukasi Plastik Sekali Pakai pada Pasar Tradisional dan Masyarakat Di Kota Bogor’ ini, digunakan strategi komunikasi *Facet Model of Effects*. *Facet Model of Effects* sendiri Menurut Sandra Moriarty, Nancy mitchell, dan William Wells. iklan dianggap efektif bila menciptakan 6 dari 6 tipe respon, Iklan yang efektif mengacu pada iklan yang responsif karena dapat menimbulkan enam jenis tanggapan, yaitu persepsi, emosi, kognitif, asosiasi, persuasi, dan perilaku(Moriarty dkk, 2009).

1.6. Kerangka Penelitian



Bagan 1

Bagan Kerangka Penelitian

Sumber : Rasyid, 2023

Dalam mendapatkan hasil perancangan diperlukan rumusan masalah yang diambil dari fenomena yang terdapat pada latar belakang, kemudian diperlukan juga data observasi, wawancara, dan studi pustaka yang berupa teori pada jurnal dan buku.

1.7. Pembabakan

Pada penulisan penelitian tugas akhir ini, sistematika yang ada di dalam penulisan yang dipergunakan yakni seperti berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini adanya latar belakang dari penelitian, fenomena-fenomena yang berkaitan dengan topik penelitian seperti volume limbah plastik di Indonesia yang bertambah, kemudian permasalahan dan rumusan masalah, ruang lingkup penelitian yang menjelaskan cakupan topik, tujuan, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka penelitian yang memetakan permasalahan, dan yang terakhir ada pembabakan yang memberikan gambaran tiap bab.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Di dalam bab kedua ini dijelaskannya terkait dengan landasan teori yang mendasari penelitian, seperti elemen-elemen penting yang menyusun komunikasi kampanye yang efektif, elemen pada sinematografi, dan typeface atau beberapa jenis font yang biasa digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Di dalam bab ini terdapat uraian data, uraian data berisi sampel visual, transkrip wawancara, dan hasil kuisisioner.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Di dalam bab ini terdapat berbagai cara analisis yang digunakan seperti analisis konten visual, analisis matriks perbandingan, matriks analisis SWOT.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdapat penarikan kesimpulan dari berbagai analisis yang dilakukannya pada setiap aspek, serta juga saran.