

BAB I

PENDAHULUAN

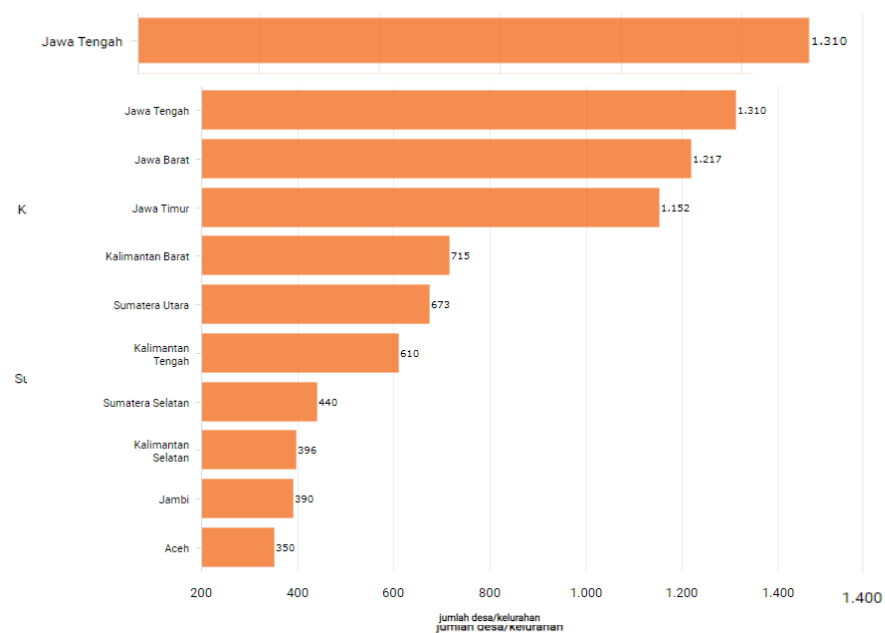
1.1 Latar Belakang

Fenomena muncul pada tahun 2020 yang mengatakan bahwa air minum di Indonesia tercemar limbah tinja. Unicef mengatakan, nyaris 70 persen dari 20.000 sumber air minum dari rumah tangga yang diuji di Indonesia pada sebuah studi baru pencemaran limbah tinja yang ikut mengakibatkan transmisi penyakit diare, yang menjadi pemicu awal kematian balita. Dan secara global, WHO mengatakan setidaknya 2 miliar orang di dunia mengonsumsi air minum tercemar tinja. Dikutip dari situs cekidot.org, UNICEF mengatakan bahwa faktanya setiap tahun total anak di Indonesia yang meninggal karena diare memperoleh 150 ribu jiwa. Tetapi, rumah tangga yang mempunyai fasilitas toilet yang sudah memenuhi syarat seperti sambungan tengki septik yang terhalang dan membersihkan septik paling sedikit 1 kali dalam 8 tahun mencapai kurang dari 8%. Kelanjutannya, limbah tinja tidak terurus dengan sempurna akibatnya terjadi pencemaran terhadap air. Salah satu tantangan yang muncul di masyarakat adalah penyediaan kebutuhan akan air bersih bagi rumah tangga.



Gambar 1.1.1 Kampanye #DihantuTai UNICEF
(Sumber : satuacehnews.com)

Pada tahun 2022, UNICEF merilis kampanye baru bagi sanitasi yang aman. Kampanye tersebut dinamai #DihantuiTai, kampanye ini bermaksud untuk membagikan penjelasan bagi keluarga-keluarga di Indonesia akan sanitasi yang aman dan pengaruh dari pencemaran air yang terjadi disebabkan oleh tinja kepada kesehatan masyarakat, karena kampanye ini berlatar belakang karena kesadaran dan kepedulian masyarakat Indonesia yang masih rendah terhadap sanitasi. #DihantuiTai ini terinsprisasi melalui film dan acara tv yang populer di masyarakat. Pada kampanye ini, tim pemberantas tinja mempunyai tugas untuk mengamankan daerah yang dihantui oleh limbah tinja.



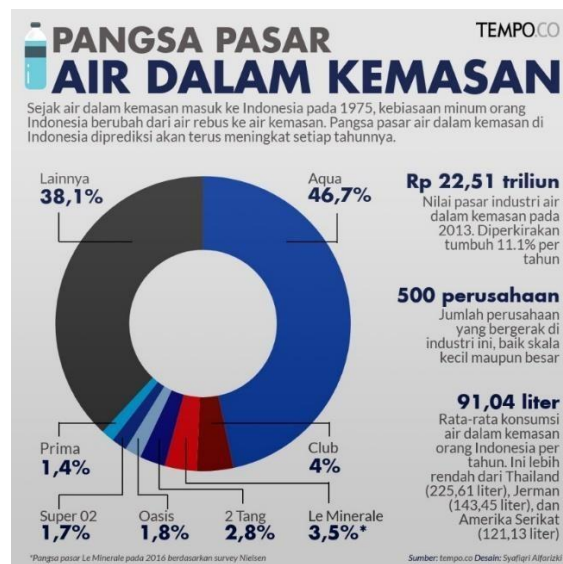
Gambar 1.1.2 Data Desa/Kelurahan yang mengalami pencemaran air (Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021)

Berdasarkan gambar 1.1.2 memperlihatkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sejak 2021 tercatat sebanyak 10.683 desa atau kelurahan yang mengalami pencemaran air. Dikutip dari databoks.co.id pada tahun 2021 tercatat sebanyak 1.217 desa atau kelurahan di Jawa Barat yang terdampak pencemaran air, kemudian ada Jawa Timur dengan 1.152 desa atau kelurahan terdampak lalu disusul dengan provinsi-provinsi yang lainnya. BPS mencatat terdapat sebanyak 6.160 desa atau kelurahan yang mengalami pencemaran air dari limbah rumah tangga, sementara sebanyak 4.496 desa atau kelurahan yang mengalami pencemaran air dari limbah pabrik dan 27 desa atau kelurahan dari sumber-sumber lainnya.

Dikutip dari website news.detik.com pada tahun 2022 akibat fenomena air yang tercemar limbah tinja, seorang perwakilan sementara dari Unicef Robert Gass berpendapat bahwa sanitasi yang aman bisa mengubah kehidupan anak-anak dan membuka kesempatan bagi mereka yang bisa mewujudkan potensi dirinya, tetapi ada begitu banyak anak yang tinggal di daerah-daerah terdampak pencemaran dan hal ini mengancam setiap aspek pertumbuhan mereka. Melalui kampanye yang unicef luncurkan ia berharap akan semakin banyak masyarakat Indonesia yang mau lebih berperan dalam mengelola pengelolaan limbah demi meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan anak serta keluarga.

Fenomena tersebut dapat memunculkan persepsi dari masyarakat tentang air yang aman untuk diminum. Menurut Slameto (2010) menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses yang melibatkan masuknya pesan ke dalam otak manusia, lewat persepsi manusia terus menerus menciptakan hubungan dengan lingkungannya. Menurut Siagian (1995) dijelaskan faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal yaitu nilai-nilai dari dalam diri setiap individu yang diperoleh dengan hal-hal yang diterima oleh dirinya. Adapun faktor internal yang mempengaruhi persepsi diantaranya adalah motif, minat, harapan, sikap, pengetahuan, dan pengalaman. Sedangkan faktor eksternal adalah nilai-nilai dari luar diri setiap individu yang mempengaruhi persepsi misalnya objek dan situasi. Menurut Kospa (2018) dijelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses mental yang menghasilkan pemikiran yang dikeluarkan akibat adanya interaksi antara manusia dengan lingkungannya agar mengenal, menghargai, dan memanfaatkan. Persepsi yang salah dapat memunculkan pemikiran yang kurang tepat sehingga dapat menimbulkan perilaku yang kurang sesuai. Terjadinya sebuah persepsi dikarenakan adanya sebuah komunikasi antara manusia dengan lingkungannya. Persepsi dijelaskan sebagai dasar dari komunikasi, sebab apabila persepsi kita tidak benar, komunikasi yang efektif tak mungkin terjadi. Persepsilah yang memutuskan bahwa kita mengambil satu pesan dan menghiraukan yang lain. Ini adalah persepsi yang menentukan apa efek dari proses komunikasi yang sedang berlangsung. Persepsi inilah yang memungkinkan komunikator untuk memahami dampak dari pesan yang mereka sampaikan kepada komunikan. Karena pesan yang dikirim komunikator harus sampai ke otak komunikan dan diperiksa.

Sedangkan di Indonesia sendiri, perusahaan air minum dalam kemasan terhitung sangat banyak yang bisa kita temui. Dikutip dari website dari sehataqua.co.id pada tanggal 17 maret 2022 dijelaskan berdasarkan definisi dari Standar Nasional Indonesia (SNI) air minum dalam kemasan, juga dikenal sebagai air minum dengan kemasan atau air kemasan, merupakan air yang sudah diolah, dibungkus dalam plastik atau gelas, dan aman untuk diminum. Umumnya, air melewati prosedur tertentu sebelum pengemasan, distilasi, filtrasi, pemurnian atau fluorinasi. Tujuannya adalah untuk menghilangkan bahan-bahan yang tidak baik untuk tubuh dan menjadikannya layak untuk diminum apa adanya. Air Minum Dalam Kemasan merupakan jenis air mineral yang dapat dibungkus (*packaged water*). Air mineral, seperti namanya, yaitu air yang berisi mineral yang larut terhadap air. Mineral ini bisa berupa garam, belerang, atau yang lainnya.



Gambar 1.1.3 Pangsa Air Dalam Kemasan

(Sumber: grafis.tempoco)

Berdasarkan gambar 1.1 3 memperlihatkan pangsa pasar air dalam kemasan pada tahun 2018. Dalam ilustrasi tersebut memperlihatkan pada tahun 2013, nilai pasar industri air dalam kemasan menjangkau hingga Rp. 22,51 triliun dan sebanyak 500 industri yang bergerak dalam penjualan air baik skala kecil maupun besar. Lalu, rata-rata masyarakat Indonesia mengkonsumsi air dalam kemasan mencapai 91,04 liter per tahunnya. Saat ini sebanyak 700 perusahaan yang tercatat dalam Asosiasi Perusahaan AMDK Indonesia (ASPDADIN) dan 85% merupakan industri kecil dan menengah, hanya beberapa digunakan masyarakat, sebagai berikut diantaranya AQUA, Le

Minerale, VIT, Nestle Pure Life, Ades, Club, Ades, Tang. Sedangkan beberapa merek lain masih tergolong tidak biasa ditelinga kebanyakan masyarakat. Salah satu merek air mineral yang paling besar presentase konsumsi oleh masyarakat yaitu Aqua.

Adapun data mengenai Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di Indonesia:

Tabel 1.1.1 Data Top Brand Di Indonesia Tahun 2014 – 2020
Kategori Air Minum Dalam Kemasan

Top Brand Tahun 2014 (%TBI)	Top Brand Tahun 2015 (%TBI)	Top Brand Tahun 2016 (%TBI)	Top Brand Tahun 2017 (%TBI)	Top Brand Tahun 2018 (%TBI)	Top brand Tahun 2019 (%TBI)	Top brand Tahun 2020 (%TBI)
Aqua (75.2%)	Aqua (75.9)	Aqua (73.4%)	Aqua (73.3%)	Aqua (63.9%)	Aqua (61.0%)	Aqua (61.5%)
VIT (3.2%)	VIT (2.6%)	VIT (5.5%)	VIT (6.1%)	Ades (7.6%)	Ades (6.0%)	Ades (7.8%)
Club (3.4%)	Club (5.0%)	Club (3.4%)	Club (4.5%)	Club (3.4%)	Club (5.1%)	Club (6.6%)
Ades (2.2%)	Ades (2.6%)	Ades (3.4%)	Ades (4.1%)	Tang (3.2%)	Le Minerale (5.0%)	Le Minerale (6.1%)

(Sumber: Frontier Consulting Group)

Berdasarkan pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa AMDK yang menjadi *market leader* di Indonesia selama 7 tahun berturut-turut adalah AQUA. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Aqua dapat mempertahankan brandnya. Dengan presentase pangsa pasar terbesar maka bisa disimpulkan konsumen lebih banyak mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan merek Aqua dibanding merek air minum lain.

Dikutip dari website Aqua.com pada tahun 1973 perusahaan ini didirikan oleh Bapak Tirto Utomo yang diberi nama PT Golden Mississippi selaku pelopor perusahaan Air Dalam Kemasan yang pertama di Indonesia. Perusahaan ini pertama kali dibangun di Pondok Ungu Bekasi. Pada 1974, pembuatan pertama aqua dalam bentuk kemasan botol kaca berukuran 950 ml dengan harga per botol aqua Rp. 75. Pada tahun 1988 perusahaan ini menjalin kemitraan strategis dengan Danone Grup. Dilakukan koalisi

strategis antara Tirta Investama dan Danone melalui Danone Asia Holding Pte Ltd yang menjadi *share minority shareholder*. Lalu, selanjutnya perusahaan Tirta Investama, PT Aqua Golden Mississippi dan PT Tirta Sibayakindo bersepakat untuk bersinergi membentuk Grup Aqua. Lalu pada tahun 2000, Aqua Grup mencantumkan logo Danone pada segenap produk Aqua. Karena ditahun selanjutnya Danone menumbuhkan kepemilikan saham di PT Tirta Investama, maka dari itu Danone menjadi pemegang saham mayoritas Group Aqua.

Dikutip dari website Aqua.com pada 2004 Aqua Grup memenangkan penghargaan *superbrands* dan Indonesia *Best Brand Award* dan meluncurkan logo baru Aqua yang masih dipakai hingga saat ini. Aqua juga meluncurkan produk minuman isotonic bernutrisi dengan dua jenis, yaitu *orange lime* dan *passion fruit* produk ini dikenal dengan nama MIZONE pada tahun 2005. Lalu, ditahun yang sama pun Aqua memenangkan penghargaan berupa *The Consumer Packaging Branding*, *Indonesia Best Brand*, dan *Indonesia Golden Award*. Pada tahun 2006 Aqua Grup mendapatkan lagi penghargaan *Best Brand* dan *Indonesia Golden Award*.

Sejak sejarahnya Aqua hingga penghargaan-penghargaan yang pernah diraih tidak menutup kemungkinan sebuah perusahaan pernah mengalami krisis. Dikutip dari news.detik.com pada hari kamis tanggal 13 april 2017. Pada oktober 1977 pendiri Aqua Bapak Tirto Utomo menjantuhkan ultimatum, Tirto mengumpulkan para pimpinan PT Aqua Golden Mississippi di Jakarta Pusat. Agenda hari itu sangat kritis, karena membahas nasib Aqua. Sudah sekian lama kondisi Aqua tak kunjung sehat. Sejak Aqua pertama kali menjual air minum dalam kemasan pada 1 oktober 1974, Aqua tak kunjung mendatangkan untung. Setiap bulannya Tirto (Pendiri dan pemilik Aqua) harus menanggung dari kantongnya sendiri untuk membayar upah karyawan. Pada saat itu, Willy Sidharta yang menjadi karyawan pertama dan mantan Direktur Utama Aqua Tirto merugi lumayan besar. Dikutip dari detikx Willy mengatakan sekitar Rp 5-6 juta setiap bulannya. Segala cara sudah dilakukan Willy dan karyawan Aqua agar bisa menjual air minum kemasan lebih banyak lagi. Sebab mesin produksi air di pabrik Aqua lebih banyak tidak terpakai pada saat itu, Willy yang pada saat itu menjabat sebagai kepala produksi pun tak punya banyak pekerjaan. Willy dengan sukarela ikut membantu untuk menjual Aqua ketimbang tidak ada kerjaan pada saat itu. Ia mengendarai sendiri mobil milik Aqua dan berkeliling dari tempat ke tempat di Jakarta. Terdapat informasi dari bagian penjualan bahwa ada beberapa orang Jakarta

yang tidak mau beli Aqua. Willy membuktikan sendiri dengan cara menawarkan *sample* Aqua gratis tetapi hasilnya dengan diberikan *sample* gratis pun orang-orang masih tidak mau untuk mencoba. Seorang karyawan Aqua yang sudah bekerja di perusahaan selama 41 tahun pun merasakan beratnya berjualan air minum kemasan kala itu. Pada saat itu tak ada warga Jakarta yang biasa beli dan minum “air putih” dalam kemasan. Salim mengatakan “waktu itu kan air dari sumur masih bagus” sebagai seorang supervisor water treatment di pabrik Aqua. Dikutip dari news.detik.com pendiri Aqua Bapak Tirta menyampaikan bahwa ia sudah tidak sanggup lagi untuk terus-terusan menopang hidup Aqua, jika tidak menghasilkan untung juga pada saat itu Tirta akan menutup perusahaan Aqua per Januari 1978.

Krisis yang pernah Aqua alami tidak membuat perusahaan tersebut mati. Buktinya Aqua terus berkembang dari zaman ke zaman. Aqua mendekati sasaran marketnya lewat iklan yang terdapat di televisi. Bila diperhatikan, iklan yang tayang di televisi bisa dikatakan bahwa mangsa pasar aqua adalah masyarakat yang dinamis. Jika diperhatikan lagi lebih dalam, berdasarkan umur dan jenis kelamin, *target audience* pada iklan aqua hampir mayoritas kalangan anak-anak, pria dan wanita sampai keluarga. Perkembangan pesat yang telah dilalui perusahaan ini, sekarang Aqua Grup mempunyai 21 pabrik yang terpencar di Jawa, Bali, Sumatera dan Sulawesi, serta memiliki puluhan ribu karyawan yang berdedikasi, profesional, dan berkualitas. Seluruh pengoprasian bisnis dan produksi Aqua terdapat di kantor pusat yang berlokasi di Cyber 2 Tower, Kuningan Jakarta Selatan. Pabrik pertama Aqua terletak di Pondok Ungu Bekasi yang menjadi awal mula perusahaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) ini beroperasi.

Pada penelitian ini peneliti membahas tentang persepsi masyarakat Jawa Barat yang muncul kepada Aqua setelah adanya kasus air tercemar limbah tinja. Peneliti ingin mengetahui pesan yang masuk dari adanya masalah air minum tercemar limbah tinja yang diterima seseorang melalui persepsi yang dapat menciptakan hubungan dengan lingkungan. Karena peneliti membahas tentang pencemaran air minum yang notabene menyangkut pada kehidupan manusia dan lingkungan, maka dari itu peneliti ingin mengetahui pemikiran yang keluar akibat adanya interaksi antar manusia dengan lingkungan. Karena apabila muncul persepsi yang buruk dari pencemaran air minum tersebut dapat menimbulkan pemikiran yang kurang tepat sehingga muncul perilaku yang kurang sesuai.

Penulis berpacu pada penelitian sebelumnya yang meneliti mengenai kajian persepsi dan perilaku masyarakat terhadap pencemaran air yaitu pada penelitian Laila Rismawati, Bambang Joko Priatmadi, Achmad Syamsu Hidayat dan Eko Rini Indrayatie (2020) yang meneliti pengaruh persepsi masyarakat dan perilaku masyarakat di daerah sungai Martapura dengan studi kasus pencemaran air. Melalui penelitian ini, penulis dapat melihat bagaimana persepsi masyarakat dan perilaku masyarakat yang masih tergolong buruk. Dari persepsi yang buruk ini dapat memunculkan perilaku-perilaku yang bisa mengakibatkan pencemaran lingkungan. Oleh karena itu perlunya perubahan pada persepsi masyarakat untuk membentuk perilaku masyarakat yang sadar akan lingkungan.

Selain penelitian Laila Rismawati, Bambang Joko Priatmadi, Achmad Syamsu Hidayat dan Eko Rini Indrayatie (2020), disini penulis melihat pada penelitian Rhara Dayu Suwendar (2019) yang meneliti tentang persepsi masyarakat terkait kenyamanan tinggal dan pencemaran. Pada penelitian ini penulis juga melihat bagaimana persepsi masyarakat akibat adanya pencemaran, hal yang mengakibatkan masyarakat termasuk kedalam persepsi kategori cukup adalah masyarakat sampai sekarang masih bisa mentoleransi pencemaran yang terjadi pada lingkungan meskipun mereka sudah mengetahui ancaman dari pencemaran.

Pada penelitian ini peneliti ingin menganalisis terkait persepsi masyarakat jawa barat mengenai kasus air tercemar limbah tinja dan mengidentifikasi permasalahan bagaimana persepsi masyarakat pada kasus air minum tercemar limbah tinja? Lalu apa persepsi masyarakat tersebut pada produk air minum Aqua. Timbulnya sebuah persepsi karena adanya kasus tersebut juga bisa memberi dampak bagi Aqua yang bisa merupakan dampak *negative* ataupun menunculkan dampak positif yang dilihat dari masyarakat. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Persepsi Masyarakat Pada Produk Air Minum Aqua (Studi Kasus Air Tercemar Limbah Tinja) “**.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan masalah yang sudah diuraikan, hal inilah yang menjadi salah satu faktor peneliti untuk meneliti seperti apa persepsi masyarakat pada produk air minum Aqua setelah adanya kasus air tercemar limbah tinja. Harus diketahui bahwa penelitian ini lebih memfokuskan kepada persepsi masyarakat pada produk Aqua dan tidak memfokuskan pada penelitian dari produk air minum lainnya.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, oleh sebab itu permasalahan utama yang akan diidentifikasi oleh peneliti adalah bagaimana persepsi masyarakat Jawa Barat pada kasus air minum tercemar limbah tinja? Lalu apa persepsi masyarakat tersebut pada produk air minum Aqua.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti, adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Jawa Barat setelah mengetahui kasus air minum tercemar limbah dan apa persepsi masyarakat tersebut pada produk air minum Aqua.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini bisa disumbangkan kepada Fakultas Komunikasi dan Bisnis jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Telkom, untuk memperkaya pengetahuan mahasiswa lainnya mengenai persepsi.

1.5.2 Manfaat teoritis

Penelitian diperlukan bisa memberi ilmu, pengalaman dan wawasan bagi peneliti mengenai persepsi masyarakat pada produk air minum Aqua (studi kasus air tercemar limbah tinja) dan untuk bisa dijadikan materi referensi pada penelitian mendatang yang berkorelasi dengan kajian persepsi masyarakat.

1.5.3 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi bagi masyarakat dan pemerintah mengenai pencemaran air akibat limbah tinja.

1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 9 bulan dari bulan november 2022 hingga juli 2023 dan rincian waktu bisa dilihat ditabel berikut:

Tabel 1.6.1 Waktu Penelitian

Kegiatan	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023	Apr 2023	Mei 2023	Jun 2023	Jul 2023
Menentukan Topik Penelitian									
Menyusun BAB 1-3 Proposal Penelitian									
Desk Evaluation									
Revisi Desk Evaluation									
Melakukan Pengambilan Data Wawancara									
Mengolah Data dan Analisis Data									
Menyusun BAB 4-5									
Sidang Skripsi									

(Sumber : Olahan Peneliti, 2022)

Penelitian ini dilakukan dengan rentang waktu 9 bulan lamanya untuk menyelesaikan penelitian dikarenakan peneliti ingin memberikan suatu penelitian yang baik dan sempurna dan pastinya ingin membahas persepsi masyarakat pada aqua setelah adanya kasus air minum tercemar limbah tinja secara mendalam dan juga mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang peneliti inginkan. Lokasi penelitian dilakukan di Jawa Barat.