

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Zat B3, yang juga dikenal sebagai zat berbahaya dan beracun, yang merujuk pada zat- zat yang memiliki sifat, konsentrasi, dan jumlah yang dapat menyebabkan kerugian atau pencemaran terhadap lingkungan, kesehatan, serta kelangsungan hidup manusia dan makhluk hidup lainnya. Limbah B3 dapat terbentuk di sektor-sektor yang berbeda, termasuk industri, sektor pariwisata, bidang kesehatan, dan rumah tangga. Contoh zat B3 yang mudah dikenali dan umumnya digunakan meliputi bahan kimia seperti amonia, asam asetat, asam sulfat, asam klorida, asetilena, formalin, metanol, natrium hidroksida, dan gas nitrogen. Limbah B3 juga termasuk dalam kategori sampah non-organik yang dapat menyebabkan kerusakan pada ekosistem. Di Indonesia, limbah B3 yang dihasilkan dari industri manufaktur yang berkontribusi besar terhadap kerusakan lingkungan yang meluas. Beberapa industri yang menghasilkan limbah B3 yaitu Industri infrastruktur, industri pertanian, serta sektor energi dan pertambangan.

Karena karakteristiknya yang berbahaya dan beracun, pengelolaan limbah B3 harus dilakukan dengan hati-hati, sehingga setiap individu atau perusahaan yang menghasilkan limbah B3 harus bertanggung jawab dalam penanganan limbah tersebut. Pengelolaan limbah B3 meliputi langkah-langkah seperti penyimpanan, pengumpulan, pengangkutan, penggunaan, pengolahan dan pembuangan. Agar pengelolaan limbah B3 dapat dilakukan dengan tepat dan dapat dipantau dengan mudah. Oleh karna itu setiap kegiatan pengelolaan limbah B3 harus mendapatkan izin yang diberikan oleh Bupati/Walikota, Gubernur, atau Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saat ini, Indonesia menghasilkan sejumlah besar limbah B3 yang bersifat berbahaya dan beracun. Menurut data yang disampaikan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), limbah B3 yang dihasilkan di Indonesia mencapai 60 juta ton. Jumlah limbah B3 yang tinggi ini memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Namun, laporan dari KLHK

menunjukkan bahwa hanya sekitar 13,26 juta ton atau sekitar 22,5% dari limbah B3 tersebut yang telah dimanfaatkan. Persentase ini masih cukup rendah, menandakan bahwa pemanfaatan limbah B3 belum optimal. Maka dari itu, Indonesia harus memfokuskan penanganan limbah B3 di setiap daerah untuk mencapai tingkat pemanfaatan yang lebih maksimal.

Upaya pemerintah dalam untuk mengatasi permasalahan limbah di daerah yang menjadi fokus, setelah menghasilkan identifikasi sepuluh titik utama di Indonesia yang menjadi sumber limbah. Nusa Tenggara Barat menduduki peringkat pertama dalam hal ini, diikuti oleh Jawa Barat, Banten, Sumatera Utara, Jawa Timur, Riau, Sulawesi Utara, Sulawesi Tengah, Jawa Tengah, dan Sulawesi Selatan. Saat ini, Jawa Barat memiliki jumlah limbah terbesar kedua di Indonesia. Menurut data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Provinsi Jawa Barat menghasilkan sekitar 1,7 juta ton sampah setiap tahunnya. Lima wilayah di Jawa Barat yang menjadi paling banyak menghasilkan limbah terbesar adalah Kabupaten Sukabumi, Kota Bogor, Kabupaten Ciamis, Kabupaten Sumedang, dan Kota Sukabumi.

Berbagai langkah telah diimplementasikan untuk menangani limbah B3, antara lain pengangkutan, penyimpanan, pengumpulan, pemanfaatan, dan pengolahan limbah tersebut, termasuk juga penimbunan dan pengelolaan. Perusahaan-perusahaan yang menghasilkan limbah B3 harus mengatur cara untuk mengelola limbah, agar tidak menyebabkan pencemaran lingkungan atau efek negatif pada kesehatan manusia. Namun, tidak semua perusahaan memiliki kapasitas untuk mengatasi limbah B3 sendiri. Karena itulah, layanan pengelolaan limbah B3 menjadi sangat penting dan diperlukan. Perusahaan yang menyediakan layanan transportasi limbah B3 umumnya tidak mampu melaksanakan proyek secara mandiri. Secara prinsip, perusahaan tersebut menjalin kontrak kerja sama dengan pabrik tekstil atau perusahaan terkait yang menghasilkan limbah B3. Saat ini, banyak instansi besar di sektor produksi tekstil dan berbagai lembaga yang menghasilkan limbah B3 membutuhkan layanan perusahaan pengangkutan limbah B3. Selain itu, Mohammad Affan, Pelaksana Tugas Direktur Utama BGR, menyatakan bahwa perseroan melihat jasa logistik untuk limbah B3 sebagai salah satu pasar logistik yang memiliki

potensi yang besar. Informasinya, pendapatan dari jasa transportasi limbah atau unit usaha yang disebut Waste Integrated Solution (WIS) mengalami peningkatan yang signifikan sebesar 678,28 persen pada tahun 2017 dibandingkan dengan tahun 2016. Menurut laporan dari portal berita UniversalEco.id, tercatat bahwa Jawa Barat saat ini menjadi incaran yang diminati oleh berbagai investor untuk pengembangan sektor industri, mulai dari kawasan Bekasi hingga Cikarang.

PT. Cahaya Alam Siliwangi, merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang Jasa Angkutan Limbah Berbahaya dan Beracun di Indonesia, khususnya di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, telah aktif sejak tahun 2018. Perusahaan ini telah menjalankan layanan pengangkutan limbah berbahaya dan beracun dari instansi tekstil dan lembaga lain di wilayah Kabupaten Bandung dan sekitarnya, termasuk Jawa Barat. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin meningkat, PT. Cahaya Alam Siliwangi menyadari pentingnya strategi pemasaran yang efektif. Meskipun saat ini perusahaan masih mengandalkan metode promosi tradisional seperti Word of Mouth dan e-mail, upaya untuk menghadirkan kehadiran digital yang lebih kuat dan menyediakan informasi terperinci kepada calon pelanggan akan dipertimbangkan. Dengan peningkatan tersebut, diharapkan PT. Cahaya Alam Siliwangi dapat mempercepat penjualan jasa mereka dan memberikan perkembangan terkini mengenai kegiatan perusahaan kepada calon pelanggan secara lebih efektif.

Dalam menghadapi tantangan ini, langkah yang tepat untuk bersaing dalam era teknologi yang sangat bergantung pada platform digital adalah dengan memiliki sebuah situs *website* yang berisi profil perusahaan. Ini merupakan solusi yang cocok bagi PT Cahaya Alam Siliwangi mengingat besarnya skala usaha yang dijalankan, sehingga menggunakan media *website* menjadi pilihan yang lebih baik. Melalui situs *web*, perusahaan dapat memperkenalkan diri dengan baik dan membangun citra perusahaan yang kuat, yang menjadi faktor kunci dalam persaingan dengan pesaing lainnya. Menurut *Global Web Index*, 62% pelanggan hanya mengunjungi situs *web* untuk mempelajari merek atau produk. Dengan demikian, memiliki situs *web* PT Cahaya Alam Siliwangi dapat

memenuhi kebutuhan informasi pelanggan dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan uraian singkat latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, penulis termotivasi untuk mengusulkan judul Perancangan *Website* PT Cahaya Alam Siliwangi. Melalui platform digital ini, diharapkan PT Cahaya Alam Siliwangi dapat memperkuat citra positif perusahaan di mata target pasar dan menyediakan akses yang mudah bagi calon pelanggan untuk mendapatkan informasi yang komprehensif mengenai layanan perusahaan. Tujuan utamanya adalah untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap PT Cahaya Alam Siliwangi serta berperan aktif dalam meningkatkan kegiatan di sektor Jasa Pengangkutan Limbah B3 secara keseluruhan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang akan dibahas adalah:

- a. Keterbatasan sarana informasi, PT Cahaya Alam Siliwangi hanya mengandalkan email, *WhatsApp*, dan metode *Word of Mouth* untuk berkomunikasi dengan calon pelanggan, sementara tidak memiliki kehadiran di media sosial atau platform digital lainnya. memberikan informasi yang akurat pada calon pelanggan.
- b. Rendahnya kesadaran masyarakat mengenai limbah B3, tingkat pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang limbah B3 masih kurang, yang dapat mempengaruhi upaya perusahaan dalam memberikan informasi tentang limbah dan menarik minat pelanggan.
- c. Kekurangan media informasi yang informatif, diperlukan media informasi yang lebih lengkap dan mudah diakses untuk memberikan informasi kepada calon pelanggan secara komprehensif tentang PT Cahaya Alam Siliwangi dan layanan yang mereka tawarkan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana merancang desain website yang menarik dan juga informatif untuk PT Cahaya Alam Siliwangi agar memberikan kemudahan perusahaan lain yang ingin bekerjasama dan juga dapat menjangkau khalayak sasaran yang luas?”

1.4 Ruang Lingkup

Berikut fokus penelitian yang dilakukan pada program studi Designpreneur Desain Komunikasi Visual (DKV):

- a. Perancangan *website* PT Cahaya Alam Siliwangi dan *social campaign* sebagai strategi promosi PT Cahaya Alam Siliwangi.
- b. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bandung.
- c. Penelitian ini dilakukan pada awal September 2022
- d. Untuk perusahaan yang membutuhkan jasa angkut limbah B3 dan masyarakat yang membutuhkan informasi akan bahayanya limbah B3.
- e. Karena ingin memecahkan permasalahan terkait media digital yang ditargetkan untuk menjadi sarana informasi yang informatif serta memenuhi kebutuhan strategi promosi yang diperlukan PT Cahaya Alam Siliwangi.
- f. Dengan memanfaatkan *website* sebagai sarana informasi dan promosi, serta memberikan Informasi mengenai bahaya limbah B3. Strategi promosi ini juga melibatkan penggunaan media sosial sebagai komunikasi yang mudah diakses oleh target audiens, baik perusahaan maupun masyarakat umum, dan juga untuk mendukung upaya promosi perusahaan.

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menghasilkan rancangan *website* sebagai media informasi dan promosi serta memberikan informasi tentang limbah sebagai strategi promosi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya limbah B3 bagi lingkungan dan masyarakat. Perancangan *website* tersebut ditujukan kepada khalayak sasaran, baik perusahaan

maupun masyarakat umum, melalui media sosial yang mudah diakses, serta didukung oleh berbagai media pendukung lainnya.

1.5.2 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan pemahaman dalam menerapkan teori-teori yang dipelajari dalam perkuliahan baik di dalam maupun di luar perkuliahan.

b. Bagi Akademis

Dengan menambah wawasan dari civitas akademika terhadap ilmu Desain Komunikasi Visual dalam desain *website*, dan memberikan informasi yang dapat menjadi alat referensi bagi yang melakukan penelitian serupa.

c. Bagi Bisnis

Penggunaan *website* sebagai sarana Informasi yang dijadikan sebagai strategi promosi untuk mengenalkan perusahaan dan juga meningkatkan kepekaan masyarakat terhadap bahaya limbah B3.

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

A. Data Primer

a) Metode Wawancara

Wawancara merupakan interaksi yang bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai pemikiran, konsep, pendirian, dan pengalaman dari narasumber atau mendapatkan sebuah informasi yang terkait dengan suatu kejadian yang tidak dapat diamati secara langsung oleh peneliti. Narasumber dipilih sesuai dengan tujuan dari penelitian. (Soewardikoen, 2019; 59). Pada penelitian ini, wawancara akan dilakukan kepada direktur PT Cahaya Alam Siliwangi dan Karyawan perusahaan PT Cahaya Alam Siliwangi. Kedua narasumber berperan sebagai sumber data dan inspirasi bagi perancangan *website* untuk PT Cahaya Alam Siliwangi.

b) Metode Observasi

Dalam konteks penelitian visual, observasi merupakan mengamati dan mencatat gambar atau imaji sebagai objek pengamatan. Melalui pengamatan tersebut, gambar dilihat lalu diteliti dan diolah menjadi persepsi dalam otak yang kemudian dirangkai menjadi informasi. Gambar memiliki peran sebagai medium yang dapat “dibaca” karena mengandung unsur-unsur visual yang memiliki arti suatu pesan yang dapat dibaca. (Soewardikoen, 2019:49). Observasi akan dilakukan dengan mengamati visual dari *website* perusahaan lain dari yang kurang baik hingga paling baik.

B. Data Sekunder

a) Metode Studi Pustaka

Membaca akan memperkuat perspektif dan meletakkan dalam konteks, maka semakin banyak membaca hasil pemikiran akan semakin luas referensi yang dimiliki oleh peneliti. Teori memiliki peran penting sebagai alat analisis dan panduan dalam perancangan penelitian, sehingga diperlukan teori yang relevan dan dapat diintegrasikan dengan baik. (Soewardikoen, 2019: 17-21). Sumber teori yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan pokok permasalahan dan dijadikan sebagai pedoman dalam penelitian ini

1.6.2 Metode Analisis Data

Metode yg dilakukan buat menganalisis data dalam penelitian ini merupakan Matriks Perbandingan, yaitu matriks yg terdiri berdasarkan kolom & baris pula masing-masing mewakili 2 dimensi yg berbeda, bisa berupa konsep atas gugusan informasi. Prinsip matriks sendiri masih ada dalam objek visual yg dibandingkan menggunakan secara sejajar sebagai akibatnya akan terlihat perbedaannya (Soewardikoen, 2013:60). Analisis Matriks dipakai dalam proses perbandingan objek

visual penelitian menggunakan persaingannya. Data-dat yg dibandingkan diantaranya website & media sejenis..

1. Analisis Visual

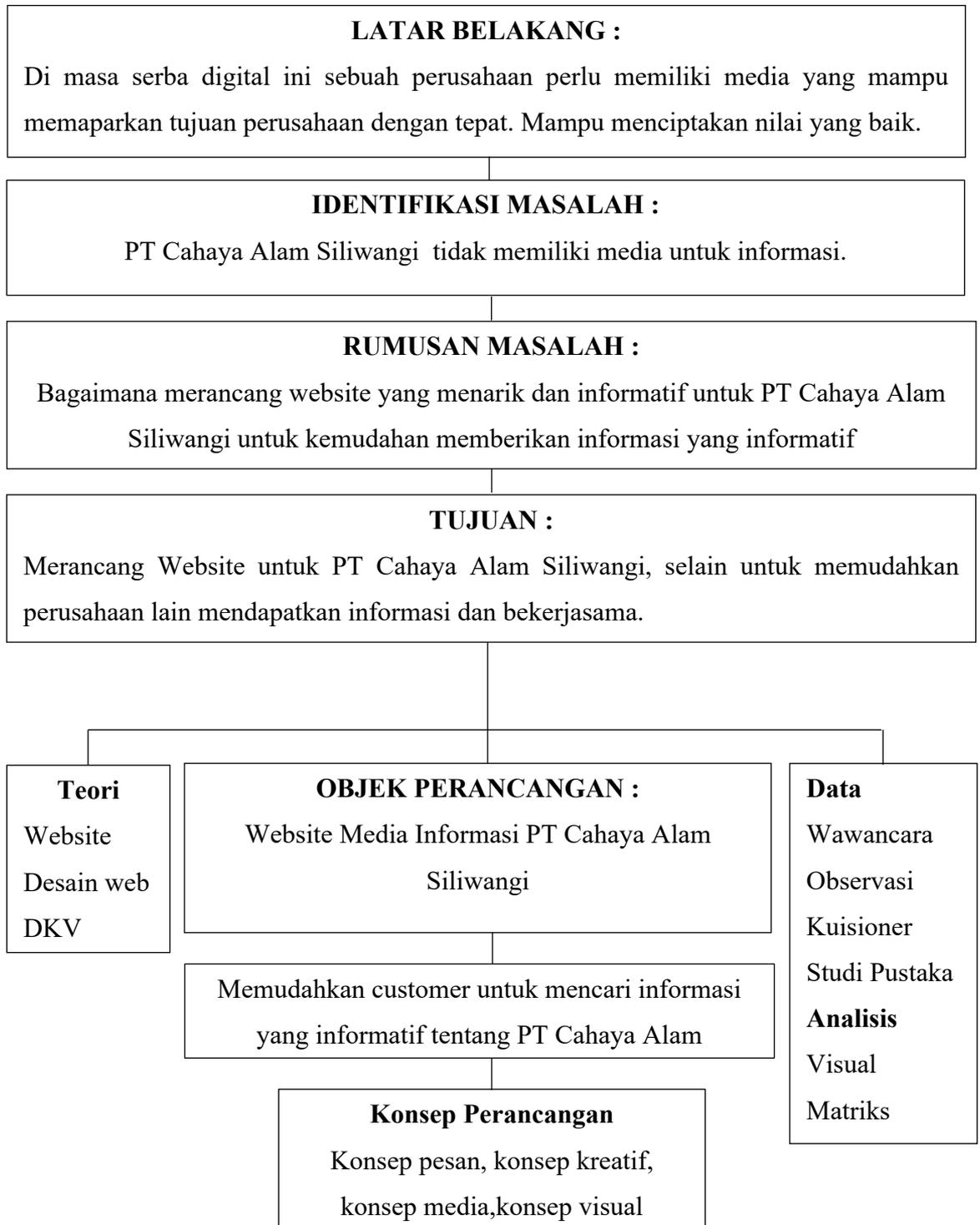
Tahap penafsiran dan interpretasi gambar membutuhkan proses pengamatan yang berbeda dengan melihat secara umum (Soewardikoen, 2021:89). Metode ini melibatkan analisis visual dari tampilan-tampilan platform sejenis yang telah ada.

2. Analisis Matriks

Analisis matriks merupakan Teknik analisis yg bisa disebut “Principal Component Analysis”. Teknik ini mengkuantifikasi data & Menyusun data yg disusun pada diagram matriks, buat menerima lebih poly indikator generik yg akan menandakan disparitas & memberi kejelasan pada jumlah akbar tentang warta terkait (Aribah, 2018).

1.7 Kerangka Penelitian

Tabel 1 Kerangka Penelitian



(Sumber: Dokumen Pribadi)

1.8 Sisitematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode pengumpulan dan analisis data dari perancangan website untuk PT Cahaya Alam Siliwangi.

BAB II DASAR PEMIKIR

Memuat teori-teori yang relevan dengan topik permasalahan serta kerangka teori dan asumsi dari perancangan website untuk PT Cahaya Alam Siliwangi.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

memuat data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini serta hasil analisis dan penarikan kesimpulan dari data-data tersebut sebagai acuan dari perancangan website untuk PT. Cahaya Alam Siliwangi.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Menjelaskan konsep dari perancangan website untuk PT Cahaya Alam Siliwangi seperti konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, dan konsep visual serta memuat hasil dari rancangannya.

BAB V PENUTUP

Akan memuat kesimpulan dan saran pada saat sidang.