

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia memiliki peranan yang paling dominan dalam lingkungan karena manusia melakukan berbagai aktivitas untuk pemenuhan kebutuhannya. Usaha pemenuhan kebutuhan tersebut, dilakukan secara terus-menerus bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup yang lebih baik lagi. Segala bentuk kegiatan manusia dalam pemenuhan kebutuhan mulai dari sandang, pangan, dan papan bersentuhan langsung dengan pemanfaatan aspek ekologis. Namun dominasi inilah yang terkadang menyebabkan keseimbangan ekosistem terganggu. Pemanfaatan sumber daya berlebihan dan perilaku manusia mengakibatkan terjadinya pencemaran, sehingga dapat berdampak langsung pada semakin menurunnya kualitas lingkungan hidup.

Konsumsi pangan dilakukan sebagai bentuk usaha pemenuhan kebutuhan jasmani, untuk itu manusia mengolah bahan baku pangan menjadi makanan yang layak untuk dikonsumsi. Indonesia sebagai negara penghasil minyak kelapa sawit terbesar di Asia Tenggara. Laju pertumbuhan populasi penduduk dan pola konsumsi masyarakat menjadi salah satu pengaruh yang membuat industri ini meningkat. Fadhil Hasan selaku Direktur Eksekutif Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia dalam wawancaranya kepada situs berita *nasionalisme.co* (2015), mengindikasikan Indonesia mengalami kenaikan konsumsi minyak goreng sawit sebesar 0,8 ton pada tahun ini dengan rata-rata konsumsi setiap tahunnya

mencapai 5,5 ton. Tingkat rasio konsumsi untuk rumah tangga sebanyak 75% dan sisanya untuk industri.

Menurut data yang bersumber dari hasil Survey Sosial Ekonomi Nasional, tahun 2009 sampai 2013 rata-rata konsumsi minyak goreng per kapita rumah tangga menunjukkan kenaikan yang cukup signifikan yaitu 2,38%. Dengan tingginya konsumsi minyak goreng, ternyata tidak diimbangi dengan solusi penanganan limbahnya. Fenomena yang terjadi adalah banyaknya masyarakat lingkungan rumah tangga membuang minyak goreng bekas maupun sisa-sisa makanan berminyak ke bak cuci piring, lubang toilet, dan tidak sedikit orang yang memilih membuangnya ke selokan rumah karena kurangnya akses informasi mengenai dampak buruk dari kebiasaan tersebut.

Masalah pembuangan limbah minyak goreng di lingkungan rumah tangga mungkin belum sepenuhnya menjadi perhatian. Minimnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat akan efek dan bahaya yang ditimbulkan membuat kebiasaan tersebut masih terus dilakukan. Dampak utama yang secara langsung dapat dirasakan adalah minyak yang terbuang melalui pipa ke saluran-saluran air akan memicu penggumpalan. Hal tersebut dapat menyebabkan penyumbatan pipa maupun jalur keluarnya air ke muara yang lebih besar. Suhu lebih dingin di bawah tanah membuat minyak cepat menggumpal menjadi zat yang lebih padat dan mengeras pada dinding-dinding saluran pipa. Selain penyumbatan, pencemaran air akibat aktivitas ini menyebabkan turunnya kualitas air, karena minyak tidak dapat terurai dengan baik di air.

Tentunya permasalahan minyak goreng bekas ini membutuhkan penanganan dan pengolahan lebih lanjut. Sehingga pengetahuan masyarakat yang berkaitan tentang pengolahan serta solusinya perlu disosialisasikan. Maka dari itu dengan peran serta media visual sebagai salah satu kebutuhan informasi, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya lingkungan rumah tangga dalam usaha mengurangi limbah yang terbuang ke saluran air. Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, penulis bermaksud untuk membuat Tugas Akhir yang berjudul **“Perancangan Kampanye Sosial “SIDALANG” (Simpan Saring Daur Ulang) Minyak Bekas di Lingkungan Rumah Tangga”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang tersebut maka perumusan masalah yang akan diangkat adalah:

1. Bagaimana merancang kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya penanganan limbah minyak goreng bekas di kalangan rumah tangga?
2. Bagaimana meningkatkan kepedulian masyarakat untuk mengolah limbah minyak jelantah?

1.3. Batasan Masalah

Dalam perancangan ini diperlukan adanya batasan permasalahan secara spesifik agar tujuan perancangan dapat tercapai. Perancangan ini memiliki beberapa fokus

batasan permasalahan yaitu mengenai target audiens serta batasan pada perancangan Tugas Akhir.

1.3.1. Target Audiens

1. Demografis

Secara demografis perancangan ini mempunyai target audiens dengan jenis kelamin perempuan. Target primer usia antara 22-40 tahun yang merupakan ibu rumah tangga dengan tingkat pendapatan rata-rata rumah tangga menengah-menengah kebawah. Target sekundernya antara 15-21 tahun yaitu anak perempuan dalam rumah tangga yang sudah mempunyai tanggung jawab membantu aktivitas membersihkan rumah.

2. Geografis

Cakupan wilayah Kampanye Sosial SIDALANG adalah Kota Tangerang dan sekitarnya. Sesuai dengan pengamatan awal yang dilakukan bahwa wilayah Kota Tangerang paling banyak memiliki pemukiman dengan rata-rata usia diatas 5 tahun.

3. Psikografis

Ditinjau dari segi psikografis, segmentasinya adalah individu dalam keluarga yang biasa bersentuhan langsung dengan aktivitas dapur dan memiliki minat dan kebiasaan memasak setiap hari.

1.3.2. Perancangan Media

Media visual yang dipilih dalam ruang lingkup perancangan Tugas Akhir ini adalah berupa Poster, *Leaflet*, dan beberapa media promosi acara yaitu *Banner*, *X-Banner*, *Merchandise*, dan media pendukung *Social Media*.

1.3.3. Periode Kampanye

Periode waktu ditentukan untuk memberikan pembagian waktu yang jelas pada pelaksanaan kampanye sosial, untuk itu waktu yang ditentukan untuk pelaksanaan Kampanye Sosial SIDALANG adalah 9 bulan. Dimulai dari bulan April-Desember 2016.

1.4. Tujuan Perancangan

Sebuah perancangan memiliki tujuan untuk mengarahkan pesan supaya dapat tersampaikan kepada target audiens. Adapun tujuan perancangan ini terdiri dari tujuan umum dan tujuan khusus.

1. Tujuan Umum

Secara umum perancangan Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pengolahan limbah minyak goreng bekas. Selain itu untuk merancang media visual utama yang menginformasikan tentang pentingnya pengolahan minyak goreng bekas di kalangan rumah tangga sesuai dengan prinsip AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, and Action*).

2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus penyusunan laporan ini adalah sebagai prasyarat kelulusan tingkat S1 Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Universitas Multimedia Nusantara.

1.5. Metodologi Pengambilan Data

Perencanaan tugas akhir ini membutuhkan beberapa data pendukung. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode kualitatif yaitu dengan melakukan Observasi, Studi Pustaka, Survei, dan Interview.

1. Observasi

Observasi dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang konkrit tentang fenomena yang terjadi pada lingkungan sosial, dalam hal ini khususnya lingkungan perumahan yang menjadi target perancangan. Observasi juga dilakukan untuk mengeksplorasi perilaku atau interaksi tertentu yang terjadi di masyarakat.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka secara umum dilakukan untuk mendapatkan landasan teoritis yang mendukung teori-teori yang berkaitan dengan perancangan, namun tidak menutup kemungkinan untuk melengkapi data sekunder lain dalam perancangan. Pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui dokumen tertulis maupun lisan yang dipublikasikan secara fisik maupun digital.

3. Survei

Metode pengumpulan data dengan survei berkontribusi dalam memberikan masukan dari target audiens terhadap perancangan. Survei dilakukan dengan menggunakan Kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data untuk mengetahui tingkat kesadaran masyarakat untuk mengolah langsung minyak goreng bekas.

4. Wawancara

Perolehan data melalui wawancara melengkapi data-data dari hasil survei dan studi pustaka. Pemilihan sumber mewakili pendapat ahli untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam perancangan. Proses wawancara dilakukan dengan dua narasumber ahli yaitu Siswandi Asian selaku pelaksana proyek bidang dan Wilda Yanti selaku narasumber ahli bidang lingkungan.

1.6. Metodologi Perancangan

Metodologi perancangan memiliki beberapa tahapan yang harus dilakukan demi memperoleh hasil yang maksimal baik dari segi perencanaan maupun perancangannya. Adapun tahapan perancangan Tugas Akhir ini adalah:

1. Identifikasi Masalah

Tahap perencanaan diawali dengan pencarian materi dan mengeksplor lebih lanjut mengenai topik dari tema yang menjadi fokus perancangan. Kemudian

dengan penambahan data-data faktual dan isu-isu terkini, maka dibuat latar belakang yang akan menjadi dasar dari pelaksanaan perancangan pada tahap selanjutnya.

2. Rumusan Masalah

Selanjutnya setelah mempunyai landasan yang terdapat pada latar belakang, maka ditentukan perumusan masalah utama yang menjadi pokok permasalahan dan melalui perancangan ini akan dicari solusinya.

3. Batasan

Kemudian batasan ditentukan agar perancangan memiliki segmentasi yang jelas dan fokus pada ruang lingkup tertentu untuk dilakukan penelitian.

4. Tujuan Perancangan

Tahap berikut adalah dengan menentukan tujuan perancangan yang menjadi penentuan arah perancangan nantinya yaitu merancang kampanye sosial yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengolah minyak goreng bekas secara langsung.

5. Studi Pustaka

Proses perancangan membutuhkan landasan teoritis untuk dijadikan acuan. Tahap ini dilakukan dengan melakukan studi terhadap sumber-sumber kepustakaan relevan terhadap teori-teori yang dibutuhkan untuk perancangan.

6. Analisis

Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis. Analisis dilakukan dengan melakukan penelitian-penelitian yang dapat menghasilkan serangkaian data untuk di analisa lebih lanjut. Tahap ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, studi komparatif dan survei.

7. Konsep Kreatif

Tahapan konsep kreatif dilakukan untuk mencari dan mengeksplor ide untuk perancangan. Pada tahap ini digunakan alat bantu berupa *mindmap* untuk merangkum secara keseluruhan data yang diperoleh dan mencari konsep utama perancangan.

8. Strategi Kampanye

Perancangan kampanye sosial membutuhkan sebuah strategi baik dari segi penyampaian maupun konsep keseluruhannya. Berangkat dari konsep dasar yang telah ditentukan sebelumnya maka dibuat strategi kampanye yang meliputi perencanaan baik dari segi bentuk kampanye dan komunikasi yang digunakan.

9. Strategi Media Kampanye

Penentuan strategi selanjutnya adalah menentukan bagaimana menghasilkan komunikasi yang dituangkan ke dalam bentuk media dan perencanaan medianya. Tahap ini meliputi langkah perencana secara visual yang matang, baik dari tahap pemilihan media, *layout*, hingga karya yang telah di

digitalisasi. Selanjutnya menentukan jadwal pendistribusian media kampanye untuk memberikan tinjauan terhadap penempatan dan periode media kampanye sosial.

10. Revisi

Tahapan revisi diperlukan untuk menguji kembali setiap media dan elemen yang ada apakah telah sesuai baik secara *digital* maupun hasil *print out*.

11. Karya Final

Tahap akhir karya dilakukan setelah melakukan revisi dan pemilihan karya final yang akan digunakan pada rangkaian acara kampanye sosial ini.

UMN

1.7. Skematika Perancangan

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL SIDALANG

