



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Sampah merupakan masalah yang pelik bagi banyak negara, tidak terkecuali bagi Indonesia. Dalam UU 18 tahun 2008, pemerintah Indonesia menyatakan pertimbangannya mengenai sampah yang telah menjadi masalah nasional. Sampah organik sendiri telah mencapai angka 74,9 ribu ton/hari (Kementerian Lingkungan Hidup, 2008 c). Sampah organik yang kita anggap paling aman, ternyata memiliki pengaruh buruk terhadap lingkungan serta perekonomian.

Berdasarkan data catatan UNEP (United Nation Environment Programme / UNEP) dalam National Geographic edisi Maret 2016, salah satu jenis sampah organik, yaitu sampah makanan, merupakan penyumbang gas metana terbesar. Dampak gas metana dalam jumlah yang sama mampu memberi efek gas rumah kaca 25 kali buruk daripada CO<sub>2</sub>. Fakta lainnya adalah sebanyak 31% dari makanan yang dihasilkan melalui proses panjang sebelum menjadi sebuah makanan untuk dikonsumsi, berakhir di tempat pembuangan sampah. Banyaknya permintaan terhadap makanan menyebabkan alam sebagai produsen bahan pangan tidak mampu menyaingi hal tersebut dan pada akhirnya yang terjadi adalah kenaikan harga pangan.

Di Indonesia masih jarang ditemui kampanye serupa terkait permasalahan ini. Adapun kampanye dari luar dan pernah masuk ke Indonesia yaitu kampanye “*Think. Eat. Save. Reduce Your Food Print*”. Kampanye ini merupakan program

Lingkungan PBB (UNEP) dan *Food Agriculture Organization* (FAO) yang kemudian diikuti oleh beberapa universitas serta komunitas seperti di Surabaya, Sukabumi, dan Jakarta pada tahun 2013 lalu. Untuk lembaga masyarakat sendiri, baru terdapat bank makanan Indonesia (FOI) yang baru dirintis pada awal tahun 2015.

Berdasarkan data jurnal resmi Kementerian Lingkungan Hidup (2008 c dan d), lingkungan yang bersumbangsih secara dominan dalam kondisi ini adalah lingkungan dalam skala rumah tangga, yaitu sebesar 43,3% dari seluruh total sampah di Indonesia dengan komposisi 58% di antaranya merupakan sampah makanan. Untuk mengkonfirmasi kembali data tersebut penulis mewawancarai lembaga terkait serta melakukan observasi partisipatoris. Penulis mendapati bahwa salah satu sektor yang mampu menjadi agen penggerak perubahan terhadap permasalahan adalah sektor rumah tangga. Pada hal ini faktor utama yang penulis temukan adalah adanya kebiasaan yang diteruskan dari keluarga.

Merujuk pada penggambaran di atas, melalui tugas akhir ini penulis membuat kampanye sosial mengubah kebiasaan membuang makanan pada tingkatan lingkungan rumah tangga. Dalam kampanye yang mengandung informasi sekaligus disajikan dalam bentuk visual yang terintegrasi, harapan penulis selanjutnya adalah berkurangnya skala makanan yang bisa dikonsumsi namun terbuang dalam tingkatan rumah tangga di Indonesia.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah dalam pertanyaan sebagai berikut:

Bagaimana merancang kampanye sosial yang dapat mengubah kebiasaan membuang makanan yang masih layak konsumsi di rumah tangga?

## **1.3. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis membatasi permasalahan melalui beberapa poin berikut:

### **1. Geodemografi**

Batasan wilayah yang penulis gunakan adalah wilayah Jakarta dengan pertimbangan bahwa wilayah ini merupakan wilayah yang pertumbuhannya paling cepat sehingga kampanye apa pun yang dilakukan dapat lebih cepat menyebar ke daerah lainnya. Selain merupakan wilayah terpadat, Jakarta adalah wilayah yang heterogen dengan penduduk yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Kondisi ini memungkinkan penulis untuk mendapatkan data kualitatif dari berbagai perspektif kebudayaan

### **2. Demografi**

Batasan demografi usia yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah usia dalam kategori dewasa awal. Elizabeth B Hurlock dalam bukunya Psikologi Perkembangan (2007), mengategorikan dewasa awal pada umur 18 tahun hingga kurang lebih 40 tahun namun berdasarkan pertimbangan usia perkawinan dan saran

dari lembaga FOI, penulis mempersempitnya pada usia yaitu 25-35 tahun. Pada kelompok usia ini, terdapat tahap awal pembentukan keluarga dan karier yang mulai lebih stabil. Berbagai permasalahan yang sedang menjadi perhatian mereka yaitu seperti ekonomi, lingkungan, dan keluarga. Pada tahap ini manusia terutama wanita mulai menjadi *influencer* dalam keluarga kecilnya.

Batasan demografi jenis kelamin yang menjadi target primer dalam kampanye ini adalah perempuan dengan pertimbangan bahwa kelompok ini memegang peranan dominan dalam rumah tangga dalam pembelanjaan, hingga penentuan sebuah makanan akan diolah kembali, dihidangkan, atau langsung dibuang. Sedangkan target sekunder adalah pria dan wanita di luar kategori target primer, dengan pertimbangan, kelompok ini dapat menjadi penyumbang aktivitas pemborosan makanan dari kapasitas konsumsi pribadi.

Batasan demografi pekerjaan yang penulis gunakan adalah semua pekerjaan namun tetap memegang peranan penting sebagai ibu rumah tangga. Dalam hal ini, seperti halnya masih mengurus pekerjaan rumah, merawat keluarga, memasak, dan pekerjaan-pekerjaan ibu rumah tangga lainnya.

Batasan demografi pendidikan dari target adalah terakhir minimal SMA dengan pertimbangan pada tingkat ini kehidupan mereka telah lebih baik secara ekonomi dan masuk ke dalam kelas sosial dengan gaya hidup urban.

Batasan demografi *social economic status* yang penulis gunakan adalah kepada target dalam golongan menengah atas yang memiliki kapasitas belanja bulanan di angka lebih dari Rp 3.000.000.00,-. Dengan pertimbangan bahwa

kelompok ini mampu dengan mudah membeli kebutuhan mereka sehingga cukup berkontribusi dalam permasalahan.

Dalam batasan demografi sosial ekonomi kelas menengah ini, penulis juga mempertimbangkan kaitannya dengan studi etnografi kelas menengah berdasarkan tingkat pengetahuan, hubungan sosial, serta sumber daya, yang telah dilakukan oleh Yuswohady dalam bukunya yang berjudul *Consumer 3000*. Adapun hasil studi yang penulis pertimbangkan sesuai dengan target adalah segmen *expert*. Segmen ini merupakan salah satu dari delapan bagian keseluruhan jenis kelas menengah Indonesia yang memiliki karakter secara umum terbuka dalam berpikir serta memiliki wawasan yang luas, tidak terlalu banyak dipengaruhi lingkungan sosial, dan memiliki kemampuan finansial, daya beli, dan konsumsi yang tinggi (hlm. 117-121).

### 3. Psikografis

Pada batasan psikografis, penulis menggunakan konsep dari psikologi ekonomi dan konsumen oleh Hawkins, dkk dalam Hartanto, dkk. (2005) yang menggunakan aktivitas, minat, dan opini sebagai instrumen dalam memfokuskan kajian psikografisnya. Dalam instrumen aktivitas, target batasan dari kampanye ini adalah orang-orang yang sering berbelanja, memiliki sedikit pengetahuan tentang cara mengolah dan menyimpan makanan sisa, dan memilih untuk membuang makanan tersebut. Serta ditujukan pula bagi orang-orang yang tidak mampu mengontrol jumlah masakan yang sesuai untuk kebutuhan mereka, sehingga sering memasak secara berlebih.

Dalam instrumen minat, batasan yang penulis gunakan adalah orang-orang yang memikirkan kesejahteraan keluarga (*family oriented*) dan cukup menjaga lingkungan hidupnya. Sedangkan dalam instrumen opini, penulis menggunakan batasan kepada target dalam kategori open  *minded*. Orang-orang dalam kategori ini masih memiliki  *awareness* tapi akses informasinya terbatas. Hal lain yang menjadi pertimbangan penulis adalah bahwa target dalam batasan ini memiliki kebutuhan yang sejalan dengan tujuan utama kampanye ini serta masih memiliki kemungkinan untuk berubah.

Batasan psikografis lainnya yang penulis gunakan adalah karakter konsumen kelas menengah menurut Yuswohady (2012) dalam kategori *critical value consumer*. Target dengan karakter ini merupakan target yang sangat kritis dalam menimbang nilai, menginginkan manfaat sebesar mungkin dengan harga yang semurah mungkin (hlm. 25)

#### 4. Batasan topik

Pada penelitian ini, pendekatan terhadap topik makanan terbuang yang penulis gunakan terdapat pada kategori sampah makanan yang sebenarnya dapat dihindari (*avoidable food waste*). Pendekatan ini penulis gunakan atas pertimbangan terhadap sumber permasalahan yang ada dan efektivitas dari solusi yang telah didiskusikan bersama dengan pihak LSM. Berdasarkan batasan tersebut, maka penelitian ini hanya akan membahas mengenai terbuangnya makanan yang masih layak konsumsi karena beberapa hal. Beberapa penyebab tersebut adalah membeli terlalu banyak, masak terlalu banyak, atau bahkan tidak menyimpannya

dengan benar. Selanjutnya, penulis akan menyebutnya pendekatan ini sebagai '*food waste*'.

Skala rumah tangga yang dibahas pada penelitian ini adalah istilah rumah tangga biasa berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS). Rumah tangga biasa adalah seseorang atau sekelompok orang yang mendiami sebagian atau seluruh bangunan fisik/sensus, dan biasanya makan bersama dari satu dapur. Yang dimaksud dengan makan dari satu dapur adalah mengurus kebutuhan sehari-hari bersama menjadi satu. Adapun kategori yang masuk ke dalam penelitian ini adalah orang yang tinggal bersama istri dan anaknya, orang yang menyewa kamar atau sebagian bangunan sensus dan mengurus makannya sendiri, keluarga yang tinggal terpisah di dua bangunan sensus, tetapi makannya dari satu dapur, asal kedua bangunan sensus tersebut masih dalam satu segmen.

#### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan dari penelitian ini adalah rumah tangga di Indonesia mampu mengubah kebiasaan membuang makanan yang masih bisa dikonsumsi di lingkungan rumah tangga melalui kampanye sosial.

#### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

Adapun manfaat tugas akhir yang penulis harapkan adalah sebagai berikut

##### **1.5.1. Manfaat bagi penulis**

Melalui tugas akhir ini, manfaat yang diharapkan adalah penulis mampu menerapkan keilmuan yang telah pelajari selama masa perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara secara terintegrasi. Selain hal tersebut, penulis dapat



memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Multimedia Nusantara.

### **1.5.2. Manfaat bagi orang lain**

Melalui tugas akhir ini, orang lain mampu mengurangi serta mengontrol sampah makanan di lingkungan rumah tangganya masing-masing, sekaligus dapat menumbuhkan kebiasaan untuk berkreaitivitas dalam mengolah makanan yang masih layak di konsumsi.

### **1.5.3. Manfaat bagi universitas**

Melalui tugas akhir ini, manfaat bagi Universitas adalah menambah kajian literatur yang bertemakan kampanye sosial sekaligus menunjukkan hasil dari implementasi prinsip 5C (*caring, credible, compenten, competitive, customer delight*) yang diterapkan kepada mahasiswa.

