



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, metode yang digunakan penulis adalah dengan menggunakan metode kualitatif. Metode pertama yaitu wawancara, melakukan wawancara dengan beberapa pihak, yaitu dengan Yolla selaku ketua Beli Yang Baik (BYB) Tangerang, Reza Cordova selaku peneliti Oceanografi (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI)). Kedua yaitu studi pustaka, dan yang terakhir yaitu studi eksisting, yang dilakukan dengan membedah dan mempelajari beberapa kampanye dari WWF dan Greenpeace.

3.1.1. Wawancara

Proses wawancara ini dilakukan oleh penulis dalam tujuan untuk melengkapi data, berikut ini adalah beberapa narasumber yang penulis wawancarai

3.1.1.1. Wawancara Dengan Syifa Yolla Mardiana

Wawancara dilakukan dengan saudari Syifa Yolla Mardiana selaku ketua dari gerakan kampanye Beli yang Baik (BYB) yang diselenggarakan oleh Earth Hour wilayah Tangerang, guna mendapatkan informasi mengenai pengalaman kampanye Beli Yang Baik. Proses wawancara berlangsung di Sumarecon Mall Serpong, pada jam 11.00.

Yolla mengatakan bahwa gerakan kampanye Beli Yang Baik merupakan salah satu gerakan kampanye yang diselenggarakan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman dan merubah perilaku masyarakat mengenai pentingnya membeli barang “yang baik”, yang dimaksud dengan barang “yang baik” disini

adalah memilih dan membeli barang-barang yang tidak hanya baik bagi diri sendiri namun juga baik untuk alam dan lingkungan.

Orgaisasi *Earth Hour* wilayah Tangerang ini merupakan bagian dari *Earth Hour* Indonesia dan *Earth Hour* Indonesia ini merupakan bagian dari WWF, oleh karena ini kampanye Beli Yang Baik ini diawali dari WWF. Yolla juga mengatakan bahwa kampanye Beli Yang Baik ini merupakan kampanye global atau internasional, yang diadaptasi oleh *Earth Hour* Indonesia ke beberapa regional *Earth Hour* salah satunya adalah *Earth Hour* Tangerang. Di Indonesia sendiri regional yang sudah menjalankan kampaye Beli Yang Baik baru ada di lima kota. Kampanye Beli yang Baik dari *Earth Hour* Tangerang ini merupakan kampanye terbaru dari *Earth Hour* sendiri yang sebelumnya *Earth Hour* Sudah berhasil melakukan kampanye mengenai hemat energi atau *switch off*.

Program kampanye Beli Yang Baik memiliki target dua tahun menjalankan kampaye kemudian melakukan evaluasi. Program kampanye Beli Yang Baik ini memiliki beberapa cara, yaitu dengan sosialisasi langsung ke masyarakat, mengadakan *event* seperti lomba atau *challenge* dan melalui sosial media. *Earth Hour* Tangerang sendiri memiliki target primer yaitu anak muda dan sekunder yaitu masyarakat secara umum. Kampanye Beli Yang baik ini merupakan kampanye yang dilakukan sepanjang tahun dan memiliki satu kampanye besar sebagai puncak.

Dari beberapa kampanye *Earth Hour* yang pernah dijalankan, Yolla mengatakan bahwa hal yang membuat suatu kampanye memiliki sedikit minat dan respon dari masyarakat dikarenakan adanya ketidaktepatan dalam pemilihan

waktu dan tempat. Sebaliknya yang menjadikan suatu kampanye mejadi sukses dan berhasil dikarenakan adanya pengenalan terlebih dahulu ke masyarakat yang nantiya baru diadakan kampanye secara besar-besaran, masyarakat yang sudah mengenal apa isi dari kampanye yang dijalankan akan lebih berpartisipasi dibandingkan dari yang tidak mengetahui sama sekali, pengenalan bisa dari sosiaisasi langsung dan juga melalui sosail media. Yolla menambahkan bahwa hubungan relasi, dukungan, dan perizinan dari pemerintah berpengaruh besar terhadap partisipasi masyarakat dan terhadap kampanye yang sedang dijalankan.



Gambar 3. 1 Wawancara Bersama Saudari Yolla

3.1.1.2. Wawancara Dengan Reza Cordova

Wawancara yang dilakukan dengan Reza Cordova selaku peneliti Oceanografi LIPI guna mendapatkan informasi mengenai mikroplastik, proses wawancara berlangsung di Pusat Penelitian Oceanografi LIPI, pada jam 12.30.

Reza Cordova menjelaskan bahwa mikroplastik memiliki dua sumber yaitu sumber primer dan sekunder, sumber primer merupakan mikroplastik yang di ciptakan oleh pabrik atau produsen dengan ukuran yang memang kecil

contohnya *microbead*, *facial scrub*, *spa body spray*, kemudian ada juga plastik campuran dari *fertilizer* campuran pupuk plastik tersebut memang diciptakan sebagai tempat penempelan dari bakteri, sehingga lebih cepat kalau di pertanian. Sementara mikroplastik sekunder merupakan mikroplastik yang tercipta dari adanya abrasi atau pelapukan dari plastik besar. Mikroplastik memiliki ukuran kurang dari 5 mili, namun Reza mengatakan bahwa ada beberapa peneliti yang menyatakan bahwa mikroplastik merupakan plastik yang memiliki ukuran kurang dari satu micron, atau memiliki ukuran yang lebih kecil dari pada virus.

Dampak dari mikroplastik itu sendiri terbagi dua, yaitu dampak langsung dan tidak langsung. Dampak langsung yang diciptakan dari mikroplastik merupakan, ketika mikroplastik masuk kesalam tubuh, baik biota maupun bio manusia, mikroplastik dapat mengganggu saluran pencernaan, seperti *clogging* atau penyumbatan yaitu yang seharusnya menyerap sari-sari makanan menjadi tertutup, juga menyebabkan selalu merasa kenyang. Dampak tidak langsung yang diakibatkan oleh mikroplastik adalah, mikroplastik dapat menjadi tempat penempelan atau media biagi polutan polutan lain, dimulai dari polutan organik seperti minyak atau pestisida sampai polutan seperti logam berat.

Bahan Beracun Berbahaya tersebut hanya melekat dan tidak terikat, sehingga dengan adanya gesekan polutan tersebut akan terlepas. Sehingga ketika masuk kedalam tubuh baik biota maupun biomanusia polutan yang melekat pada mikroplastik tersebut akan terlepas didalam tubuh dikarenakan didalam pencernaan tubuh terdapat gerakan peristaltik (gerakan) dan juga terdapat enzim

atau asam lambung, dua hal tersebut yang dapat menyebabkan terlepasnya polutan yang melekat pada mikroplastik.

Ketika Bahan Beracun Berbahaya (B3) tersebut masuk kedalam tubuh, nantinya akan di ikat oleh *gugus sulfhidril* yang kemudian akan di simpan oleh hati, namun didalam hati juga memiliki batasan, sehingga jika sudah penuh Bahan Beracun Berbahaya tersebut akan disimpan pada tempat yang lain. Selama Bahan Beracun Berbahaya tersebut berada didalam hati, hati akan mencari cara terbaik untuk mengeluarkan zat tersebut agar tidak membahayakan bagi tubuh.

Sementara jika pada mikroplastik tidak terjadi seperti itu, ketika mikroplastik masuk kedalam tubuh, mikroplastik dapat menutup (*clogging*) yang seharusnya dapat menyerap gizi pada makanan, hal tersebut juga yang menjadikan mahluk hidup akan merasa selalu kenyang, kemudian mikroplastik dapat merobek saluran pencernaan seperti usus dan lambung

Reza Cordova juga mengatakan bahwa polusi mikroplastik ini tidak hanya berada pada perairan melainkan pada semua elemen di muka bumi, seperti air, tanah, sampai udara sekalipun. Menurut beberapa kajian mikroplastik juga sudah terdapat pada dasar laut hingga kedalaman 4000 m bahkan pada palung laut sekalipun sudah terdapat mikroplastik, ikan ikan laut dalam sekalipun sudah kedapatan memakan plastik. Beliau menambahkan bahwa mikroplastikik sudah terdapat di segala tempat, baik tempat bersih sekalipun tempat kotor.

Daerah di Indonesia yang paling banyak terdapat mikroplastik merupakan daerah daerah yang memilik penduduk banyak, dikarenakan banyaknya jumlah penduduk berbanding lurus dengan banyaknya sampah di wilayah tersebut. Hal

itu yang menjadikan kota-kota besar di Indonesia seperti Surabaya, Semarang, Medan, Makassar dan khususnya Jakarta yang memiliki jumlah mikroplastik paling banyak diantara kota-kota yang lain. Namun memang Indonesia tidak memiliki jumlah mikroplastik sebanyak negara-negara maju lainnya seperti Jerman atau Belgia.

Jumlah mikroplastik di negara-negara tersebut banyak, dikarenakan kemungkinan kebutuhan sekunder di sana lebih banyak, dan juga karena pengolahan sampah pada negara lain sudah jauh lebih baik dibanding dengan Indonesia, mikroplastik yang berada di sana juga dari plastik yang berbeda. Jika di Indonesia mikroplastik yang paling banyak berasal dari plastik *sachet*, di negara-negara tersebut bisa jadi dari poliester baju, tergantung dari negara tersebut dan plastik apa yang sering diproduksi. Namun Reza Cordova menegaskan bahwa dengan jumlah mikroplastik yang lebih sedikit bukan berarti kita hanya diam saja dan tidak berbuat apapun.

Menurut Reza upaya yang paling *simple* dalam menanggulangi mikroplastik ini adalah mengurangi sampah, harus ada kesadaran bahwa apa yang dibuang nantinya akan kembali lagi kepada kita sendiri. Hal pertama yang dapat dilakukan yaitu mengedukasi atau merubah pola pikir masyarakat, hal itu merupakan bagian yang sangat penting, dikarenakan jika dari masyarakat saja masih tidak mengerti atau tidak teredukasi dengan baik mengenai masalah ini, masalah ini tidak akan pernah selesai. Kesadaran dari masyarakat merupakan bagian yang sangat *essential* bagi masalah ini, kemudian juga pihak-pihak lain

harus bekerja sama membantu “memerangi” masalah ini, pihak pihak seperti pemerintah, industri, akademisi, dan juga masyarakat harus bergerak beriringan.

Di Indonesia sendiri, diperkirakan pada tahun 2040 keatas diprediksikan bahwa produk pangan dari laut akan lebih banyak dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia, sementara pada tahun 2050 diprediksikan jumlah bio masa ikan akan lebih sedikit dibandingkan jumlah bio masa plastik, hal itu bisa saja terjadi jika kita tidak berbuat apa apa.



Gambar 3. 2 Wawancara Dengan Bapak Reza Cordova

3.1.2. Studi Pustaka

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang (2018) mengatakan bahwa kecamatan kosambi memiliki jumlah warga sebanyak kurang lebih 162.000 yang mana 84.000 laki-laki dan 78.000 perempuan, kecamatan kosambi ini terdiri dari beberapa desa salah satunya yaitu desa dadap.

Reza Cordova mengatakan bahwa sampah sampah yang terdapat pada telukjakarta berasal dari sembilan sumber sungai yaitu diantaranya adalah sungai Dadap, Marunda, Angke, Kali Item, Koja, Ciliwung, Kali Bekasi, dan Pluit. setiap harinya sebanyak 8 ton sampah plastik mengalir ke teluk jakarta. dari sembilan sungai tersebut salah satu yang paling banyak menghasilkan sampah plastik ialah berasal dari Sungai Dadap (Kompas.com, 2019)

Menurut dari laporan GTV iNews, pada tanggal 25 Januari 2020 kemarin, Kampung Dadap terendam banjir hingga 1 meter, warga terpaksa mengungsi menggunakan perahu nelayan. Warga kampung dadap ini juga mayoritas merupakan nelayan dikarenakan lokasi pemukiman mereka yang dekat dengan laut. (Buletin iNews, 2020). Kampung Dadap ini memang kerap mengalami banjir, bukan hanya karena sampah yang menumpuk, namun dikarenakan lokasi wilayah yang juga dekat dari pesisir yang menjadikan perkampungan ini juga kedapatan mengalami banjir rob. (Tempo.co, 2020)

3.1.3. Studi Eksisting

Disini penulis melakukan studi eksisting kepada beberapa kampanye diantaranya adalah kampanye guna mempelajari bagaimana membuat kampanye yang berhasil di masyarakat.

3.1.3.1. *World Wide Fund for Nature (WWF)*

World Wide Fund for Nature atau yang biasa dikenal dengan sebutan (WWF) merupakan lembaga organisasi yang berfokus pada bidang konservasi dan sumber daya alam, WWF sudah melakukan banyak kampanye sosial yang berhasil di

masyarakat. Salah satunya adalah kampanye yang berisi tentang sampah plastik, berikut ini merupakan salah satu dari banyaknya kampanye WWF yang berhasil.



Gambar 3. 3 Kampanye WWF
 (<https://wwf.panda.org/?328836/out-of-the-plastic-trap,2018>)

Tabel 3. 1. Studi Eksisting WWF

Indikator	Strategi yang digunakan
<i>Competitive Frame</i>	<i>New Communication</i>
<i>Communication objective</i>	<i>Reminding</i>
	Memiliki tujuan untuk mengingatkan target <i>audience</i> mengenai dampak dan ancaman yang ditimbulkan dari sampah yang ada di lautan
<i>Social product</i>	<i>Social Idea</i>
	Membuka pandangan dan pemikiran target <i>audience</i> mengenai

<i>Social benefit</i>	<i>Rational</i>
	Memiliki pesan yang rasional mengenai dampak plastik kepada lingkungan laut.
Tujuan pesan	<i>Think / Understand dan See / Hear</i>
	Memberikan pengetahuan kepada target <i>audience</i> mengenai apa yang terjadi kepada produk plastik setelah dibuang dan memberikan pengetahuan mengenai berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk penguraian jenis-jenis sampah plastik yang biasa digunakan, serta meningkatkan kesadaran target <i>audience</i> .
Strategi Pesan	<i>Information dan Emotion</i>
	Menyampaikan informasi dengan menggunakan gambaran nyata sehingga melibatkan emosi target <i>audience</i>

3.1.3.2. National Geographic

National Geographic merupakan lembaga yang memiliki fokus terhadap ekosistem, flora dan fauna, budaya, dan kemanusiaan berikut ini merupakan salah satu dari kampanye National Geographic. National Geographic juga sering mengadakan kampanye dengan berbagai macam topik pembahasan, salah satunya adalah mengenai plastik dan berikut adalah salah satu kampanye dari National Geographic mengenai plastik.



Gambar 3. 4 Kampanye National Georaphic
 (<https://www.nationalgeographic.com/environment/planetorplastic/>,2019)

Penulis melakukan studi eksisting berdasarkan beberapa indikator, yaitu:

Tabel 3. 2. Studi Eksisting National Geographic

Indikator	Strategi yang digunakan
<i>Competitive Frame</i>	<i>New Communication</i>
<i>Communication objective</i>	<i>Reminding</i>
	Mengingatkan target <i>audience</i> mengenai fakta yang ada
<i>Social product</i>	<i>Social Practice</i>
	Mengajak target <i>audience</i> untuk melakukan tindakan yaitu memilih antara planet dan plastik
<i>Social benefit</i>	<i>Rational</i>
	Memberikan manfaat yang rasional kepada target <i>audience</i> yaitu berupa pengetahuan mengenai sampah plastik

Indikator	Isi Kampanye
Tujuan pesan	<i>See/Hear</i> dan <i>Act/Do</i>
	Meningkatkan kesadaran target <i>audience</i> mengenai masalah plastik dan membuat target <i>audience</i> memilih atau bertindak mengenai apa yang akan target <i>audience</i> lakukan untuk menghadapi masalah plastik ini.
Strategi Pesan	<i>Information, emotion</i> dan <i>Influence</i>
	Menginformasikan kepada target <i>audience</i> mengenai keadaan saat ini, menghidupkan emosi atau perasaan dari target <i>audience</i> dan mempengaruhi target <i>audience</i> untuk melakukan suatu tindakan.

3.1.3.3. Greenpeace

Greenpeace merupakan lembaga organisasi lingkungan yang memiliki fokus kepada masyarakat, lingkungan, yang sudah memiliki banyak cabang diseluruh dunia, Greenpeace kerap mengadakan berbagai kampanye bahkan sampai kampanye protes kepada beberapa perusahaan. Berikut ini merupakan salah satu contoh kampanye Greenpeace, yang memiliki topik pembahasan plastik.



Gambar 3. 5 Kampanye Greenpeace
 (<https://cmsnow24.wordpress.com/2012/09/24/26/>,2012)

Tabel 3. 3. Table Studi Eksisting Greenpeace

Indikator	Strategi yang digunakan
<i>Competitive Frame</i>	<i>New Communication</i>
	Menggunakan gambar yang menggambarkan seolah-olah sampah adalah biota laut.
<i>Communication objective</i>	<i>Reminding</i>
	Mengingatkan target akan banyaknya plastik yang sudah mendominasi kehidupan laut
<i>Social product</i>	<i>Social Idea</i>
	Memberikan gagasan dan pengetahuan kepada masyarakat/ target <i>audience</i>

<i>Social benefit</i>	<i>Rational dan Emotional</i>
	Memberikan informasi yang jelas sesuai kenyataan dan memimbulkan rasa emosional target <i>audience</i> mengenai kejadian yang sebenarnya.
Tujuan pesan	<i>Think / Understand dan See / Hear</i>
	Memberikan pengetahuan kepada target <i>audience</i> mengenai keadaan plastik dilaut dan memberikan pengetahuan mengenai berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk penguraian jenis jenis sampah plastik yang biasa digunakan, serta meningkatkan kesadaran target <i>audience</i> .
Strategi Pesan	<i>Information dan emotion</i>
	Menginformasikan kepada target <i>audience</i> mengenai keadaan yang sebenarnya dan membangun emosi dari target <i>audience</i> .

3.2. Metodologi Perancangan

Dalam perancangan kampanye ini penulis menggunakan metode perancangan kampanye menurut Ostergaard. Proses yang dilakukan untuk merancang kampanye ini meliputi.

1. Identifikasi Masalah

Mencaritahu titik masalah sehingga menjadi lebih mudah untuk melakukan perancangan kampanye

2. Perancangan

Melakukan *brainstorming*, *mindmapping* dan sketsa untuk membuat kampanye mengenai *microbead*.

3. Pelaksanaan

Menjalankan praktik kampanye sesuai dengan strategi pelaksanaan kampanye.

2. Evaluasi

Melakukan evaluasi, sehingga rancangan menjadi semakin bagus dan menambahkan hal-hal yang masih kurangan.

3.3. Mikroplastik

Mikroplastik merupakan partikel plastik kecil berukuran kurang dari 5 mm. belum ditetapkan secara umum ukuran terkecil dari mikroplastik namun rata-rata penelitian menggunakan ukuran minimal 300 μm . Mikroplastik juga terbagi menjadi dua ukuran yaitu ukuran besar 1-5 mm dan ukuran kecil kurang dari 1 mm. (*Microplastic In fresh water resources*, 2015). Mikroplastik yang paling banyak dijumpai di laut Indonesia merupakan mikroplastik sekunder, yaitu mikroplastik yang terbentuk dari proses pelapukan atau pecahan plastik yang lebih besar sehingga terbentuk menjadi plastik yang lebih kecil.



Gambar 3. 6 Mikroplastik

(<https://www.beritasatu.com/megapolitan/518608-mikroplastik-dalam-tinja-bagaimana-konsumen-ikan-di-indonesia.html>,2018)

Mikroplastik yang telah berada di perairan seperti sungai dan laut akan menyerap Bahan Berbahaya dan Beracun (B3) seperti pestisida, logam berat, minyak, racun sampai *detergent*. Racun dan bahan kimia berbahaya lainnya dapat menempel pada mikroplastik, sehingga menjadi bahan yang berbahaya jika dikonsumsi oleh biota laut, dengan ukuran mikroplastik yang sangat kecil sehingga kerap dianggap oleh hewan laut sebagai makanan, dan hal tersebut dapat menjadikan masuknya mikroplastik kedalam rantai makanan (Sasetyaningtyas, 2019).

Reza Cordova mengatakan bahwa dampak dari mengkonsumsi mikroplastik plastik bagi lingkungan dan manusia, jika mikroplastik masuk kedalam tubuh mikroplastik dapat merobek sistem pencernaan seperti usus dan lambung dikarenakan mikroplastik tidak dapat dicerna. Memang mikroplastik dapat dikeluarkan kembali bersama kotoran, namun masih ada juga mikroplastik yang tertinggal dan mikroplastik yang tertinggal tersebut dapat masuk kedalam pembuluh darah yang dapat menyebabkan gangguan sistem syaraf pusat, gangguan sistem pencernaan, dan perlaman mati. (Ahmad Nurhasim, 2018)

Riset Ecological Observation and Wetlands Conservation (Ecoton) mengatakan bahwa dari 40 sampel feses manusia yang telah diteliti semuanya positif mengandung mikroplastik. Andreas Agus Kristanto Nugroho dari Ecoton mengatakan bahwa mikroplastik dapat memecah kembali menjadi nanoplastik, nano plastic ini dapat masuk kedalam peredaran darah dengan sangat mudah

Menurut Agung Kurniawan yaitu Dosen Universitas Negeri Malang mengatakan bahwa mikroplastik yang terdapat pada feses manusia sebelumnya

telah masuk kedalam saluran pencernaan lewat makanan dan dikeluarkan kembali oleh tubuh dikarenakan tubuh menganggap mikropastik sebagai bahan yang tidak bermanfaat. Namun menurut Agung walaupun mikroplastik telah dikeluarkan melalui feses bukan berarti tidak ada zat beracun yang diserap oleh tubuh dan masuk kedalam darah, sehingga eliau mengatakan bahwa harus digencarkan kampaye kepada masyrakat sehingga masyrakat tergerak dan mengurangi bahan dasar mikropalstik yaitu plastik. (Mongabay, 2019).