

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Masalah pemanasan global sudah tidak asing lagi dalam hidup sehari – hari, salah satu penyebab pemanasan global yaitu emisi gas rumah kaca. Emisi gas rumah kaca sendiri dapat berasal dari berbagai sektor antara lain sektor limbah, rumah tangga, komersial, transportasi, penggunaan listrik, pembangkit listrik hingga pertanian dan kehutanan. Sektor yang paling banyak menyumbang emisi gas rumah kaca yaitu penggunaan listrik sebanyak 49% dan diikuti oleh sektor transportasi, rumah tangga dan komersial sebanyak 33% (Dikutip dari [lingkunganhidup.jakarta.go.id](http://lingkunganhidup.jakarta.go.id)).

Berdasarkan data pada Dinas Lingkungan Hidup Jakarta (2019), emisi GRK provinsi DKI Jakarta pada tahun 2018 mencapai 57.554.400 ton CO<sub>2</sub>e dan mengalami penurunan sebanyak 9.518.583 ton CO<sub>2</sub>e (sekitar 2,8%). Sedangkan pada PerGub DKI Jakarta No. 131 Tahun 2012 menyatakan komitmen Gubernur untuk menurunkan 30% emisi GRK pada tahun 2030. Pada tahun 2015, Presiden Joko Widodo telah menandatangani Perjanjian Paris yang berkomitmen bahwa Indonesia akan menurunkan 29% emisi GRK secara mandiri pada tahun 2030.

Tidak banyak masyarakat yang mengetahui mengenai aksi penurunan emisi GRK yang telah ditetapkan dan dijalankan oleh pemerintah, padahal berdasarkan artikel pada dinas lingkungan hidup, pemerintah sudah melakukan penanaman pohon yang bertujuan untuk mengimbangi emisi gas rumah kaca, namun masyarakat kurang mengetahui usaha – usaha tersebut. Oleh karena kurangnya

pengetahuan masyarakat tentang aksi ini, membuat masyarakat kurang berkontribusi dalam aksi penurunan emisi gas rumah kaca. Kampanye sosial dipilih sebagai media yang akan digunakan penulis, dikarenakan kampanye sosial dapat tersebar ke masyarakat secara massal dan cepat. Kampanye sosial juga memiliki kekuatan untuk merubah pandangan masyarakat terhadap suatu hal serta dapat merubah kebiasaan masyarakat.

Hal ini mendorong penulis untuk membuat perancangan kampanye sosial membuat taman vertikal sebagai salah satu solusi yang dapat dilakukan masyarakat guna mengurangi emisi GRK di Jakarta. Taman vertikal sendiri dapat digunakan untuk pendingin ruangan secara alami dan dapat menggunakan barang-barang bekas sebagai media instalasinya, sehingga dapat menghemat penggunaan listrik dan juga membantu mengurangi sektor limbah dengan reuse. Hambatan yang dapat terjadi dalam perancangan kampanye sosial ini terletak pada segi kemampuan masyarakat untuk mengurus taman vertikal tersebut serta biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan taman vertikal. Dengan perancangan kampanye sosial ini, diharapkan masyarakat berminat untuk berpartisipasi dalam aksi penurunan emisi GRK melalui pembuatan taman vertikal sehingga target penurunan emisi GRK sebanyak 29% pada tahun 2030 dapat tercapai.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: Bagaimana perancangan kampanye sosial yang efektif dengan memanfaatkan media yang tepat sehingga dapat meningkatkan

*awareness* masyarakat terhadap fungsi taman vertikal untuk mengurangi emisi GRK di Jakarta?

### **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam perancangan kampanye sosial ini, antara lain :

#### **1.3.1. Demografis**

Gender: laki-laki dan perempuan

Usia : 35-45 tahun

Memiliki tempat tinggal berupa rumah kontrakan maupun rumah pribadi

Strata sosial menengah hingga menengah atas

Pendidikan minimal SMA

#### **1.3.2. Geografis**

Tinggal di DKI Jakarta

Memiliki 2 musim yaitu hujan dan kemarau

Beriklim tropis

#### **1.3.3. Psikografis**

Suka bercocok tanam namun memiliki lahan yang sempit

Tertarik dengan nuansa asri atau alam

Hemat dan berhati - hati dalam penggunaan uang

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

Berdasarkan Rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu merancang visualisasi kampanye sosial yang menarik dengan

tujuan meningkatkan *awareness* masyarakat sehingga mau berpartisipasi dalam aksi penurunan emisi GRK di Jakarta melalui pembuatan taman vertikal serta dapat memanfaatkan media yang tepat agar dapat menjangkau masyarakat dengan lebih efektif.

## **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

### **1. Manfaat Bagi Penulis**

Penulis dapat menggunakan ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara dalam perancangan kampanye sosial ini serta dapat mempelajari lebih dalam mengenai manfaat dari taman vertikal dan pengaruh emisi GRK pada lingkungan.

### **2. Manfaat Bagi Orang Lain**

Dengan adanya hasil dari tugas akhir ini, diharapkan masyarakat dapat menyadari pentingnya bekerja sama dalam menurunkan emisi GRK untuk kehidupan yang lebih baik.

### **3. Manfaat Bagi Universitas Multimedia Nusantara**

Hasil dari tugas akhir ini dapat digunakan untuk bahan pembelajaran bagi mahasiswa-mahasiswi di Universitas Multimedia Nusantara selanjutnya yang tertarik dengan topik permasalahan lingkungan khususnya masalah emisi gas rumah kaca (GRK) hingga gaya hidup yang *sustainable*.