



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingginya peningkatan timbulan sampah menjadi salah satu permasalahan lingkungan terbesar di Indonesia. Menurut data statistik, timbulan sampah yang dihasilkan pada tahun 2020 berjumlah 34 juta ton yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional [SIPSN], 2020). Rekosistem merupakan salah satu perusahaan nasional yang berfokus pada pengolahan limbah dan sumber daya yang dapat diperbaharui. Salah satu produk inovatif yang mereka hasilkan untuk membantu penanganan timbulan sampah adalah Rekompos, yaitu komposter yang telah disederhanakan fungsinya untuk kebutuhan rumah tangga.

Namun, penjualan dari produk Rekompos ini mengalami penurunan sejak pertama kali produk diluncurkan dimana awalnya konsumen cukup antusias karena adanya promo pembelian produk, namun setelah promosi berakhir penjualan langsung menurun (David, komunikasi pribadi, September 5, 2021). Menurutnya, ada berbagai faktor yang mempengaruhi penurunan, seperti kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pengelolaan sampah di lingkungan sekitar. Pernyataan tersebut diperkuat oleh data dari Kementerian Lingkungan Hidup (2018), dimana terdapat sekitar 72% masyarakat Indonesia kurang peduli terhadap permasalahan sampah. Selain itu promosi yang dilakukan oleh Rekosistem hanya dilakukan dalam satu platform yaitu media sosial Instagram sehingga promosi menjadi kurang efektif.

Berdasarkan Grafik Komposisi Sampah (SIPSN, 2020) komposisi sampah paling banyak berdasarkan jenisnya yaitu sampah makanan sebesar 40,6% dan berdasarkan sumbernya yaitu berasal dari rumah tangga sebesar 38,2%. Sehubungan dengan hal itu, peningkatan penjualan Rekompos ini juga diperlukan untuk mengurangi timbulan sampah rumah tangga di Indonesia dengan pemilahan dan pengelolaan sampah organik. Peningkatan ini membutuhkan jangkauan

masyarakat yang lebih luas agar promosi mencapai target pasar yang dituju. Semakin banyak rumah tangga yang menggunakan Rekompos, maka permasalahan sampah di Indonesia juga dapat berkurang.

Maka dari itu, penulis mengajukan perancangan media promosi untuk Rekompos. Perancangan media promosi nantinya akan diimbangi dengan pemaparan urgensi dari isu lingkungan yang ada di Indonesia. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kepedulian masyarakat rumah tangga terhadap permasalahan sampah di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media promosi untuk produk Rekompos?

1.3 Batasan Masalah

Target dari perancangan media promosi untuk produk Rekompos adalah:

1) Geografis

Wilayah Jabodetabek.

2) Demografis

a) Usia : 20-40 tahun, usia dewasa awal (Papalia & Matorell, 2021).

b) Jenis kelamin: Pria dan wanita

c) Pendidikan : SMA keatas

d) SES : A dan B

3) Psikografis

Merupakan bagian dari kelompok *Aspirator*. Menurut Yuswohady (2015), *Aspirator* merupakan golongan kelas menengah yang memiliki kepedulian terhadap isu-isu global yang ada, mereka adalah orang-orang yang memiliki kehidupan sosial yang tinggi, serta sudah merasa puas dengan tingkat finansial yang dimilikinya sekarang. Target perancangan promosi ini adalah kelompok *Aspirator* yang memiliki kepedulian sosial terhadap lingkungan yang sudah memiliki pengetahuan dan pemahaman kondisi terkait dengan isu lingkungan. Mereka adalah orang-orang yang

tidak sibuk dan meresahkan keadaan finansialnya, serta memiliki jaringan sosial yang luas untuk menyalurkan aspirasinya.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang media promosi untuk produk Rekompos.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi:

1) Penulis

Sebagai bentuk pembuktian dan pengaplikasian dari hasil pembelajaran selama penulis menjadi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, dan menambah wawasan penulis mengenai sampah organik serta mekanisme dan pentingnya mengompos.

2) Pembaca

Menyebarkan edukasi dan meningkatkan kesadaran untuk lebih bijak dalam mengolah sampah rumah tangga, khususnya dalam memilah dan mengolah sampah organik.

3) Perusahaan

Meningkatkan penjualan produk dari perusahaan, serta semakin berkembangnya dan dikenalnya produk dari perusahaan.

4) Universitas

Menjadi acuan dan bahan pembelajaran bagi peserta tugas akhir selanjutnya, serta menambah materi wawasan mengenai pengolahan sampah organik.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A