

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kegiatan pariwisata tidak bisa lepas kaitannya dari masalah lingkungan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, didefinisikan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (DPRD.Talaukab.go.id, 2020, para. 1). Meski di tahun 2015 Presiden Joko Widodo (Jokowi) menetapkan pariwisata sebagai *leading sector* yang harus didukung oleh semua sektor, industri ini memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Salah satunya berasal dari sampah. Mantan Menteri Perdagangan dan Menteri Pariwisata dan Industri Kreatif, Mari Elka Pangestu, pernah menyebut sampah sebagai kendala dalam pengembangan pariwisata di Indonesia (Syaifullah, 2017, para. 1). Bahkan, tingkat populernya sebuah tempat wisata berbanding lurus dengan produksi sampah yang dihasilkan (Febrian, 2021, para. 7).



Gambar 1.1 Sampah di Pantai Goa Cemara, Bantul, Yogyakarta

Sumber: *Mongabay.co.id*

Salah satu contoh nyata terjadi di Pantai Goa Cemara, Bantul, Yogyakarta. Dilansir dari *Mongabay.co.id*, pengunjung mendatangi pantai untuk merayakan liburan hari raya bersama keluarga dan kerabat (Wisuda, 2017, para. 3). Terlihat

dengan jelas bahwa sampah bertebaran di sepanjang pantai. Sampah yang berserakan dan tidak segera dibuang ke tempat sampah, dapat terbawa angin atau ombak. Asosiasi Industri Plastik Indonesia (INAPLAS) dan Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, dari 64 juta ton/tahun sampah plastik sebanyak 3,2 juta ton akan berujung di laut (Putri, 2019, para. 4). Di samping itu, sampah yang masuk ke laut akan menjadi makanan ikan dan spesies laut lainnya. Penelitian di tahun 2021 menemukan bahwa 386 spesies ikan dari 555 ikan yang diteliti telah memakan plastik (Andryanto, 2022, para. 1).

Selain membahayakan biota laut, sampah-sampah yang bermukim di laut juga membuat tempat wisata yang semula indah menjadi kotor. Setidaknya hal ini juga terjadi di Taman Nasional Gunung Rinjani pada 2021 lalu. Sebanyak 1,6 ton sampah diangkut oleh warga Perancis bernama Benjamin (Khalid, 2021, para. 2). Dalam swafoto yang diunggah oleh Benjamin melalui akun media sosialnya, terlihat dengan jelas puluhan karung berwarna putih yang berisikan sampah setelah ia pungut bersama dengan beberapa porter.



Gambar 1.2 Warga Perancis yang Memungut Sampah di Gunung Rinjani

Sumber: *Instagram/@benjaminortega*

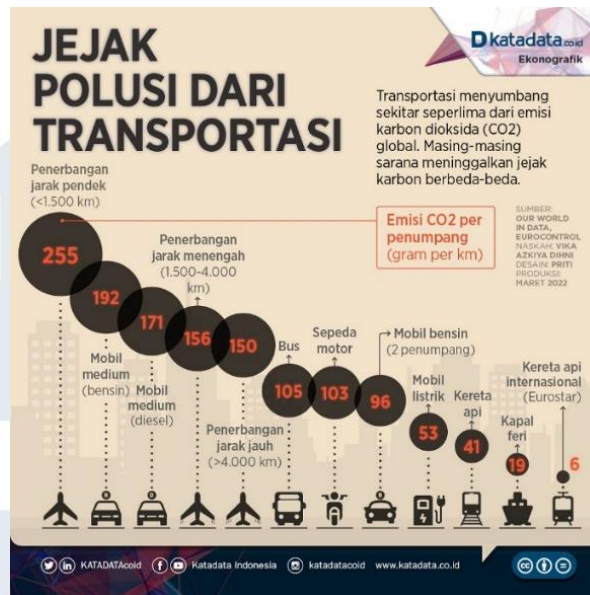
Meskipun kegiatan yang dilakukan oleh warga Perancis ini sangat positif, namun seharusnya ini menjadi teguran terutama untuk wisatawan lokal agar lebih peduli dengan sampah yang dihasilkan. Kehidupan manusia sendiri memang tidak bisa lepas dari sampah. Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), sampah

merupakan suatu materi yang tidak digunakan, tidak terpakai, tidak disenangi, atau sesuatu yang dibuang yang berasal dari kegiatan manusia. Demikian pula dalam Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 mengenai Pengelolaan Sampah yang mendefinisikan sampah sebagai sisa kegiatan sehari-hari manusia dan atau proses alam yang berbentuk padat. Sampah ini termasuk sedotan plastik, kantong plastik, kemasan makanan, dan masih banyak lagi.

Sampah plastik menjadi salah satu contoh sampah yang mengalami peningkatan secara global setiap tahunnya. Menurut data *Science Mag*, pada 1950 produksi sampah dunia ada di angka 2 juta ton per tahun. 65 tahun setelahnya, angka ini meningkat lebih dari 190 kali lipat dengan rata-rata peningkatan sebesar 5,8 ton per tahun (Putri, 2019, para. 2). Sampah-sampah ini akan terus bertambah banyak seiring meningkatnya pertumbuhan penduduk dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Dilansir dari Portal Informasi Indonesia (2021), Bank Dunia memperkirakan tumpukkan sampah bisa mencapai 3,4 miliar ton di tahun 2050.

Selain dari sampah, sektor pariwisata juga memberikan dampak negatif dari emisi karbon atau emisi gas rumah kaca yang dihasilkan. Menurut Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia Nomor 22 tahun 2019 tentang Pedoman Penyelenggaraan Inventarisasi dan Mitigasi Gas Rumah Kaca Bidang Energi, emisi gas rumah kaca merupakan proses pelepasan senyawa gas rumah kaca dari atmosfer pada suatu area tertentu dalam jangka waktu tertentu. Industri pariwisata sendiri berkontribusi sebanyak 8% emisi global dan porsi terbesarnya berasal dari sektor transportasi di area wisata sebanyak 49% (Febrian, 2021, para. 8).

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



Gambar 1.3 Jejak Karbon Sektor Transportasi

Sumber: *katadata.co.id* (2022)

Secara umum, sektor transportasi menyumbang sekitar seperlima emisi karbon dioksida secara global melalui pembakaran bahan bakar yang menghasilkan jejak karbon (Dihni, 2022, para. 1). Diantara beberapa pilihan kendaraan tersebut, pesawat terbang menjadi transportasi yang menghasilkan paling banyak jejak karbon. Sekitar 2,5% emisi karbon dioksida global dihasilkan oleh industri penerbangan (King, 2021, para. 1). Meski angka ini terlihat kecil, namun dampak yang ditimbulkan cukup besar salah satunya adalah perubahan iklim dan pemanasan global yang membuat cuaca tidak stabil serta bencana alam. Menurut Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG), sejak 1980 sampai 2021 kenaikan suhu global dikatakan meningkat dua kali lipat lebih cepat daripada periode sebelumnya dan hal ini mengakibatkan cuaca ekstrem di berbagai wilayah tak terkecuali Indonesia (Purwana, 2021, para. 1).

Emisi karbon juga dihasilkan dari sektor pangan melalui proses produksi makanan. Proses penanaman, produksi, pengolahan, distribusi, konsumsi, dan berujung pada pengolahan sisa organik, menghasilkan jejak karbon yang cukup besar. Menurut Our World in Data, sektor pangan menghasilkan 13,7 miliar metrik ton emisi gas rumah kaca secara global (Bayu, 2021, para. 1). Disebutkan bahwa sapi potong menjadi penyumbang emisi gas rumah kaca terbesar karena per satu

kilogramnya dapat menghasilkan 60 kilogram emisi gas rumah kaca. Penelitian yang dilakukan oleh *Environmental Working Group* (EWG) menyebutkan, 90% emisi karbon dari daging sapi dihasilkan saat proses produksi (Sasetyaningtyas, 2019, para. 9).

Deretan masalah lingkungan yang ditimbulkan dari sektor transportasi, pangan, dan kegiatan wisata di industri pariwisata dapat diminimalisir dengan menerapkan konsep *sustainability* atau berkelanjutan. Perman et al., (1997 dalam Arida, 2019, p. 5) mendefinisikan konsep ini sebagai kondisi dimana sumber daya alam dikelola sedemikian rupa untuk memelihara kesempatan produksi dimasa mendatang. Istilah yang muncul sejak 1798, bisa diterapkan di kehidupan sehari-hari atau saat berwisata misalnya dengan menerapkan gaya hidup minim sampah atau *zero waste lifestyle*. Gaya hidup ini merupakan filosofi yang mendorong siklus hidup sumber daya sehingga produk-produk bisa digunakan kembali. Bea Johnson dari *Zero Waste Home* mempopulerkan 6R yaitu *rethink, refuse, reduce, reuse, recycle, rot* atau dalam bahasa Indonesia menjadi menolak, mengurangi, menggunakan kembali, daur ulang, dan membusukkan agar menjadi pegangan gaya hidup tanpa limbah (Imron, n.d., para. 4). Meski konsep ini lebih menggarisbawahi penggunaan plastik sekali pakai yang sulit terurai, konsep ini juga bisa diterapkan untuk produk non-plastik karena dimaksudkan untuk mengurangi sampah.

Konsep *sustainability* atau berkelanjutan di sektor transportasi bisa diterapkan dengan memilih alternatif kendaraan yang lebih ramah lingkungan seperti sepeda atau kereta api. Menurut *Eurocontrol*, perjalanan menggunakan kereta api dapat menurunkan emisi karbon hingga 84% daripada penerbangan jarak pendek (Dihni, 2022, para. 8). Tentu ini menjadi angin segar bagi para pelancong dalam memilih transportasi yang lebih berkelanjutan meskipun tidak semua daerah bisa dijangkau menggunakan kereta api. Wisatawan yang hendak berwisata setidaknya bisa lebih memprioritaskan penggunaan kendaraan umum yang emisi karbonnya bergantung pada jumlah penumpang.

Tidak hanya transportasi, kuliner juga menjadi hal yang wajib dilakukan saat berwisata. Untuk itu, mengurangi konsumsi daging dan beralih ke pangan lokal



yang proses produksinya lebih sedikit menghasilkan jejak karbon bisa menjadi cara penerapan konsep *sustainability* di sektor pangan. Terakhir, konsep *sustainability* bisa diterapkan di sektor pariwisata dengan ke tempat wisata yang menerapkan konsep *sustainable tourism*. Ini merupakan konsep berwisata yang bukan hanya memberikan dampak positif terhadap lingkungan, tetapi juga dampak sosial, budaya, dan ekonomi. Konsep ini harus memikirkan dampak masa kini serta masa depan, baik untuk masyarakat lokal maupun wisatawan (Kemenparekraf, 2021, para. 6). *Sustainable tourism* diharapkan bisa diterapkan di seluruh destinasi wisata agar semakin memperhatikan dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh industri pariwisata.

Pemilihan topik mengenai lingkungan dan berkelanjutan dipilih sebab sangat relevan dengan target audiens yang ingin dituju oleh penulis yakni usia 18-24 tahun. Menurut sebuah penelitian dari *GlobeScan Healty and Sustainable Living*, generasi Z yang termasuk dalam kelompok usia 17-26 tahun merasa malu ketika beraktivitas dengan gaya hidup yang tidak ramah lingkungan (Hassim, 2021, para. 5). Selain itu, penelitian yang dilakukan di lebih dari 25 negara ini juga menunjukkan, bahwa generasi Z menjadi kelompok yang paling berhasrat dalam mengubah gaya hidup mereka menjadi lebih sehat dan ramah lingkungan.

Tidak sampai disitu, penelitian di Indonesia juga memiliki hasil yang sejalan. Pada 2021, Lembaga Indikator Politik Indonesia melakukan survei yang menjangkau responden usia 17-35 tahun di seluruh provinsi Indonesia baik pedesaan maupun perkotaan. Hasilnya, generasi Z ikut peduli dan mengkhawatirkan isu lingkungan hidup sebesar 82% (Intan, 2021, para. 5). Isu ini terkait dengan perubahan iklim dan cuaca ekstrem, penumpukan sampah dan bahan plastik, kesehatan, penggundulan hutan serta polusi udara. Berbagai permasalahan lingkungan ini menjadi isu kedua yang paling dikhawatirkan oleh generasi Z setelah permasalahan korupsi di Indonesia.

Kedua penelitian ini menunjukkan bahwa isu mengenai lingkungan hidup dan berkelanjutan menjadi topik yang dipedulikan oleh generasi Z. Oleh sebab itu, isu ini harus terus disosialisasikan agar generasi Z dan masyarakat kelompok usia

lainnya semakin sadar dan berperan aktif dalam menjaga keseimbangan lingkungan. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan memanfaatkan media yang ada. Sesuai dengan peran pers menurut Bernard Cohen yang salah satunya menyatakan bahwa media merupakan pembuat kebijaksanaan dan advokasi (Ishwara, 2011, p. 20). Media dengan kekuatannya bisa menyebarkan informasi dan mendapatkan perhatian publik terlebih dibantu dengan kemajuan teknologi. Salah satu contoh kemajuan teknologi yang bisa dimanfaatkan adalah internet.

Menurut laporan tahunan *We Are Social* yang bertajuk *Digital 2022: Indonesia*, pengguna internet di negara ini mencapai 204,7 juta. Mayoritas penduduk Indonesia sebanyak 94,1% mengakses internet menggunakan telepon seluler (Data Reportal, 2022). Dari beberapa alasan yang dipublikasikan, sebesar 80,1% masyarakat Indonesia yang berusia 16-64 tahun menggunakan internet untuk mencari informasi. Salah satu “alat” yang digunakan untuk mencari informasi ini adalah media sosial. Marisa Ressa, pendiri *Rappler.com* mengatakan dalam (Dunham, 2020, p.370) bahwa ia lebih mempercayai media sosial daripada media tradisional. *Instagram* menjadi media sosial kedua yang paling sering digunakan untuk mencari informasi setelah *WhatsApp* (Data Reportal, 2022).

*Instagram* memiliki sifat vertikal yang diterapkan pada fitur foto dan videonya. Foto atau video vertikal ini memiliki rasio 9:16 yang lebih mudah diakses untuk pengguna telepon pintar. Video vertikal sendiri mampu menarik perhatian audiens yang berorientasi seluler karena pengguna tidak perlu memutar telepon, memperbesar gambar, atau memperluas layar jendela (Canella, 2017, p. 2). Sifat video vertikal tersebut mengedepankan kemudahan yang digemari oleh audiens usia 18-24 tahun atau generasi Z. Dilansir dari *Kumparan*, Psikolog Elizabeth T. Santosa mencatat terdapat tujuh karakteristik generasi Z yang lahir di era digital salah satunya adalah berperilaku instan (Syamsiyah, 2017, para. 6). Perilaku instan ini dilihat dari bagaimana generasi Z menjalani hidup termasuk dalam mencari informasi.

Skripsi berbasis karya ini juga mengadopsi konsep *mobile-first mindset* yang ada pada *mobile journalism* atau jurnalisme seluler. Kepemilikan telepon

seluler berdampak pada meningkatkannya akses media sosial dan *mobile journalism* (Westlund 2008 dalam Puspita & Suciati, 2020, p. 133). *Mobile journalism* yang ada sejak tahun 2004, merupakan inovasi baru dalam perkembangan jurnalistik dimana proses pengumpulan dan pendistribusian berita menggunakan telepon seluler (Quinn, 2009, p. 10). Berita tersebut dapat berupa teks, audio, video, atau bahkan kombinasi ketiganya. *Mobile-first mindset* yang ada pada konsep ini, memprioritaskan konten berkualitas yang dapat diakses dengan mudah oleh audiens melalui perangkat seluler dan media sosial (Adornato, 2018, p. 68).

Dapat disimpulkan bahwa cara yang paling tepat untuk menjangkau audiens berusia 18-24 tahun dalam hal informasi adalah memilih topik yang diminati, mengemasnya dalam bentuk luaran yang praktis, serta didistribusikan pada media yang paling sering digunakan. Melalui pendekatan ini penulis membuat karya jurnalistik yang membahas isu lingkungan dan berkelanjutan dalam bentuk video vertikal. Skripsi ini kemudian akan didistribusikan melalui media sosial *Instagram* yang sering digunakan oleh target audiens berusia 18-24 tahun melalui telepon seluler. Karya dengan total durasi 60 menit yang dibagi menjadi 12 episode berdurasi singkat ini diharapkan bisa memberikan informasi dan menjadi wadah sosialisasi kepada masyarakat luas mengenai konsep berkelanjutan untuk menjaga keseimbangan lingkungan.

## **1.2 Tujuan Karya**

Dalam pembuatan karya *mobile journalism EEJO*, terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai penulis melalui karya ini,

1. Membuat karya *mobile journalism* dengan total durasi 60 menit yang terbagi menjadi 12 episode.
2. Membuat karya video vertikal yang didistribusikan melalui media sosial *Instagram* tugas akhir dan media yang dituju yakni *Kompas Travel*.



3. Mendapatkan target 300 pengikut di *Instagram* tugas akhir.
4. Mendapatkan target penayangan minimal 150 jumlah tayang disetiap episodenya.

### **1.3 Kegunaan Karya**

Kegunaan karya yang ingin dicapai oleh penulis melalui karya ini antara lain,

1. Menjadi sumber informasi dan edukasi bagi masyarakat akan dampak lingkungan di sektor pariwisata.
2. Menjadi media pembelajaran mengenai konsep berkelanjutan di kehidupan sehari-hari.
3. Sebagai bentuk karya jurnalistik yang mengemas isu lingkungan dari sektor pariwisata, transportasi, dan pangan dalam bentuk audio visual.
4. Menjadi referensi dalam karya video vertikal dengan tema berkelanjutan.

