

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkatan angka limbah sampah yang tinggi. Menurut data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyatakan bahwa jumlah timbunan sampah di Indonesia mencapai 40 juta ton pada tahun 2016, lalu pada tahun 2020 jumlah timbunan sampah mencapai 67,8 juta ton. Jumlah timbunan sampah akan terus bertambah seiring dengan jumlah penduduk (Anugrah, 2020). Salah satu alasan terjadinya penumpukan limbah sampah diakibatkan dari produksi sampah yang berlebihan oleh masyarakat Indonesia, menurut KLHK sebanyak 270 juta penduduk Indonesia yang perharinya menghasilkan sekitar 185.753 ton sampah per harinya (Setiawan, 2021).

Produksi sampah yang berlebihan di Indonesia diakibatkan karena kurangnya kemauan dan kesadaran dari masyarakat untuk mengurangi jumlah sampah yang dihasilkan, hal ini dibuktikan dengan data yang didapatkan dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN), bahwa hanya sebanyak 14,5% masyarakat dari seluruh kabupaten/kota di Indonesia yang melakukan upaya pengurangan produksi sampah (SIPSN, 2022). Berdasarkan penelitian Universitas Diponegoro bersama Yayasan Bintari, masyarakat generasi menengah skeptis terhadap pengelolaan sampah di Indonesia (Setiadi, 2020). Selain itu data yang didapatkan dari SIPSN Indonesia menunjukkan bahwa pada tahun 2019 - 2021 terus terjadinya peningkatan jumlah sampah (SIPSN, 2022). Oleh karena itu salah satu cara untuk mengupayakan penurunan produksi sampah di Indonesia adalah untuk menerapkan gaya hidup *zero waste*. Tujuan utama *zero waste* adalah mengurangi dan mengeliminasi sampah melalui pengurangan, penolakan, penggunaan kembali dan, pemulihan produk yang dapat mengancam kesehatan lingkungan atau manusia, sehingga mencapai nol sampah (Imron, 2021). Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua komunitas Nol Sampah Indonesia, gaya hidup *zero waste* lebih tepat untuk

diajarkan kepada anak-anak pada usia dini. Dikarenakan anak dapat membentuk suatu kebiasaan gaya hidup yang dapat diterapkannya hingga dewasa nanti.

Dengan demikian diperlukannya solusi jangka panjang dalam menyelesaikan permasalahan tersebut, salah satunya yaitu dengan mendidik generasi muda mengenai prinsip *zero waste*. Menurut Siti Nurbaya selaku dari Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan menyatakan apabila permasalahan produksi sampah di Indonesia terus terjadi, maka pada tahun 2050 jumlah sampah yang ada di Indonesia diperkirakan untuk meningkat sebanyak dua kali lipat, dari jumlah sampah yang dicatat pada tahun 2020, yaitu sebanyak 67,8 ton (Sucipto, 2020). Dampak dari timbunan sampah yang berlebihan akan merusak lingkungan hidup melalui pencemaran udara, tanah, dan air, selain itu juga dapat secara tidak langsung menyebabkan berbagai macam penyakit berbahaya di dalam masyarakat, dan bencana seperti banjir (Aini, 2020).

Oleh karena itu penulis memutuskan untuk merancang suatu kampanye untuk memperkenalkan, dan mendidik gaya hidup *zero waste* kepada masyarakat generasi muda khususnya yang berumur 7-12 tahun. Perancangan bertujuan untuk membentuk suatu karakter atau kebiasaan dalam menerapkan gaya hidup *zero waste* pada kehidupan sehari-hari di generasi yang akan mendatang.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana cara merancang media kampanye untuk memperkenalkan dan mendidik gaya hidup *zero waste* untuk anak usia 7-12 tahun?

1.3 Batasan Masalah

Bedasarkan rumusan masalah yang telah ditemukan, penulis juga menetapkan batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1) Demografis

Target primer jenis kelamin yang menjadi batasan masalah perancangan adalah jenis kelamin laki-laki dan perempuan, dengan batasan usia yaitu 7-12 tahun. Menurut Rita Eza Izzaty, seorang psikolog perkembangan anak, umur 7-12 tahun, merupakan umur ideal anak untuk mempelajari

hal baru, hal ini dikarenakan anak mampu berpikir secara logis mengenai objek atau kejadian (Ramanda et al, 2019). Berdasarkan juga data dari wawancara penulis kepada Linda Maysya selaku psikolog anak, mengatakan bahwa anak berusia 7-12 tahun merupakan umur yang tepat dalam pembentukan suatu karakter, atau kebiasaan. SES anak dari batasan masalah yaitu B hingga A. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, kelas ekonomi menengah ke atas yang berhuni dalam perkotaan merupakan masyarakat yang rentan untuk memproduksi banyak sampah di dalam rumah tangga (KOMPAS.com, 2018). Target sekunder yang menjadi batasan masalah adalah orang tua anak, dengan batasan usia dewasa muda, yaitu 25-35 tahun (Depkes RI, 2009), SES orang tua anak B hingga A, dan jenis kelamin orang tua adalah laki-laki atau perempuan. Orang tua memberikan peran yang besar dalam pembentukan suatu kebiasaan atau kepribadian dari anak dimasa dewasa nantinya, melalui dorongan keluarga (Samsudin, 2019).

2) Geografis

Urban, wilayah dengan tingkat kepadudukan yang tinggi seperti Jabodetabek khususnya DKI Jakarta yang dicatat sebagai salah satu kota penghasil sampah tertinggi di Indonesia (Hanifah, 2019).

3) Psikografis

Anak-anak yang memiliki ketertarikan dalam menjaga kebersihan lingkungan dan terbuka terhadap ajaran atau pendidikan baru.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang media kampanye untuk memperkenalkan dan mendidikan gaya hidup *zero waste* untuk anak usia 7-12 tahun.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Tugas akhir ini memiliki beberapa manfaat, diantara lainnya yaitu:

1) Manfaat bagi penulis

Menjadi lebih mengetahui dan memahami mengenai gaya hidup bebas sampah *zero waste*. Lebih memahami mengenai kondisi serta

permasalahan sampah yang ada di Indonesia. Menerapkan metode-metode yang digunakan seperti *graphic design by advertising*, atau *graphic design solution* berdasarkan Robin Landa, dalam pengumpulan data hingga pada perancangan.

2) Manfaat bagi pengguna

Dapat mempelajari bagaimana cara untuk menerapkan gaya hidup bebas sampah *zero waste*, untuk diterapkan pada kehidupan sehari-hari. Meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai permasalahan sampah di Indonesia dan pentingnya hidup bebas sampah (*zero waste*). Pengguna jadi mengerti dan mendapatkan referensi mengenai perancangan kampanye.

3) Manfaat bagi universitas

Menambahkan suatu laporan karya yang dapat digunakan sebagai referensi oleh mahasiswa, ataupun orang lain di masa depannya. Memperoleh suatu karya desain sesuai dengan ketentuan universitas dan nilai 5C Kompas Gramedia.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA