

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN**

#### **3.1 Metodologi Penelitian**

Penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif dalam penelitian dan pengumpulan data untuk perancangan. Metode kualitatif merupakan metode merupakan metode yang berfokus pada pengamatan yang mendalam. Penggunaan metode kualitatif berfokus pada humanisme atau individu manusia. McCusker, K., dan Gunaydin, S. (2015) mengungkapkan bahwa tujuan penggunaan metode kualitatif dalam penelitian adalah untuk memahami bagaimana penerimaan suatu komunitas atau beberapa individu. Pengambilan data menggunakan metode kualitatif dilakukan melalui wawancara dan observasi.

##### **3.1.1 Wawancara**

Wawancara akan dilakukan penulis bersama pengelola sampah di Kawasan TWA Hutan Mangrove Angke untuk mengetahui secara langsung kondisi kawasannya, sistem pengelolaan sampah yang selama ini dilakukan, serta dampaknya kepada tumbuhan di sana. Penulis juga melakukan wawancara kepada organisasi yang berpartisipasi dalam menjaga lingkungan alam. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui motivasi dibalik kegiatan membersihkan sampah dan daya tarik yang sesuai untuk mengajak masyarakat ikut peduli dengan lingkungan di zaman sekarang ini.

Target wawancara penulis yang terakhir adalah dengan ahli sampah untuk mengetahui cara pengelolaan sampah yang benar, dampak sampah ke lingkungan, sistem pengelolaan sampah di tempat pembuangan akhir, dan harapan bagi masyarakat dan pengelolaan sampah.

Wawancara dengan yang berkaitan dilakukan secara tatap muka dan video call menyesuaikan ketersediaan dan keinginan narasumber.

### **3.1.1.1 Wawancara bersama Jati, pengelola sampah di TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk**

Pak Jati merupakan konservator yang sudah bekerja di Kawasan TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk dari tahun 2000. Selain perannya sebagai konservator yakni memberikan edukasi mengenai hutan mangrove kepada pengunjung dan peneliti, beliau juga membantu proses pengelolaan sampah di TWA Hutan Mangrove. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 17 September 2022 secara tatap muka.



**Gambar 3.1** Wawancara bersama Pak Jati

Pak Jati membagikan pengalamannya mengenai sistem pengolahan sampah disini. Sampah di Kawasan TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk biasanya dikumpulkan lalu dipisahkan sesuai dengan jenisnya oleh pihak pengelola sampah.

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 3.2** Tempat Pemilahan Sampah

Beliau juga mencoba mengolah sampah plastik menjadi pupuk dengan cara melebur sampah plastik. Hasil dari pengolahan tersebut nantinya akan digunakan sebagai pupuk untuk tanaman di kawasan tersebut.



**Gambar 3.3** Alat yang digunakan untuk mengolah sampah plastik

Selain sampah plastik, Pak Jati juga mencoba mengolah limbah dan pohon bambu dengan cara disuling dan disaring. Hasil dari pengolahan tersebut nantinya akan dijadikan cairan pengganti

obat hama, dan disemprotkan pada tanaman untuk mencegah daun dari tanaman di sana digerogeti serangga.



**Gambar 3.4** Alat yang digunakan untuk pengolahan limbah

Tetapi sayangnya, Pak Jati menyatakan bahwa sistem pengolahan ini terhenti semenjak tahun 2017. Untuk sementara, sampah plastik yang dipisahkan akan dijual dan sampah limbah akan dibakar.

Menurut Pak Jati, 80% penumpukan sampah di Kawasan TWA Hutan Mangrove dikarenakan sampah yang terbawa pasang air laut lalu tersangkut pada akar – akar pohon mangrove saat air laut mulai surut, sampah juga bisa berasal dari bawaan sungai dari berbagai daerah yang bermuara di laut. Selain dari laut, 20% sampah datang dari pengunjung yang kurang bertanggung jawab. Padahal sudah ada aturan untuk tidak membuang sampah sembarangan dan larangan untuk membawa makanan/minuman masuk ke dalam Kawasan, tetapi banyak pengunjung yang menyelundupkan makanan/minuman dari luar. Pak Jati merasa karena tidak ada sanksi yang serius maka pengunjung tidak merasa jera.

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 3.5** Papan larangan membuang sampah sembarangan

Selama ini, hanya pak Jati dan pihak pengelola sampah yang mengumpulkan sampah setiap harinya di Kawasan tersebut, hanya pihak – pihak yang sedang memiliki program membersihkan sampah di sekitar Kawasan tersebut yang membantu beliau dan pihak pengelola sampah. Menurut Pak Jati, penumpukan sampah paling banyak pada bulan penghujan seperti pada bulan Desember setiap tahunnya, dan juga setiap akhir minggu.

Dari wawancara, diketahui juga bahwa sampah limbah dan sampah plastik yang berlebihan sangat membahayakan karena dapat menyebabkan kematian pohon mangrove. Selain membahayakan untuk pohon mangrove, sampah juga merusak estetika dari TWA Hutan Mangrove tersebut.

Pak Jati mengatakan bahwa pohon mangrove di kota Jakarta sudah sangat langka dan Sebagian besar hanya terawatt di Kawasan tersebut, padahal hutan mangrove memiliki manfaat yang sangat banyak. Selain menahan abrasi air laut, pohon mangrove juga bisa membuat tanah baru dari tumpukan lumpur yang tersangkut di akarnya. Pohon mangrove juga sumber oksigen yang baik, pohon

mangrove bisa menyerap air, bahkan limbah, dan mengubahnya menjadi oksigen. Ditambah pohon mangrove tidak tumbuh dalam waktu singkat, pohon mangrove membutuhkan 20 tahun untuk bisa sebesar yang ada di Kawasan tersebut sekarang.

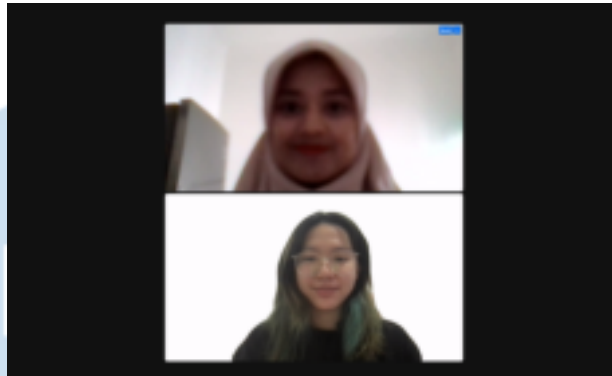
Pak Jati berpendapat bahwa masyarakat masih membutuhkan edukasi yang lebih lagi mengenai pembuangan sampah yang benar dan ketegasan dari pihak pemerintahan mengenai sanksi atas membuang sampah sembarangan. Selama ini, hanya pak Jati dan pihak pengelola sampah yang mengumpulkan sampah setiap harinya di Kawasan tersebut, hanya pihak – pihak yang sedang memiliki acara membersihkan sampah di sekitar Kawasan tersebut yang membantu beliau dan pihak pengelola sampah.

### **3.1.1.2 Wawancara bersama Restu Hapsari, Content creator komunitas PilahSampah**

Wawancara selanjutnya dilakukan bersama kak Restu Hapsari selaku content creator di komunitas PilahSampah. Penulis melakukan wawancara bersama kak Restu pada tanggal 4 Oktober 2022 secara daring menggunakan aplikasi Zoom.

Kak Restu bertanggung jawab dalam merancang konten di Instagram Pilah Sampah. Komunitas Pilah Sampah adalah komunitas yang menyediakan fasilitas untuk masyarakat mengumpulkan sampah rumah tangganya yang sudah dipilah. Komunitas ini dibentuk pada bulan Juni tahun 2020 oleh Nadhya Maulina.

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 3.6** Wawancara bersama Kak Restu Hapsari

Komunitas ini dibentuk atas pengalaman Nadhya, selaku founder Pilah Sampah. Beliau mengalami beberapa kendala yang disebabkan oleh sampah seperti banjir, rumahnya yang beraroma tidak sedap, ataupun penyakit karena sampah. Oleh karena itu, Nadhya bertekad untuk membentuk komunitas ini untuk memberikan edukasi tentang pentingnya memilah sampah kepada masyarakat mengenai pentingnya memilah sampah. Komunitas Pilah Sampah menyediakan wadah bagi masyarakat untuk mengumpulkan sampah yang nantinya diberikan kepada pihak daur ulang sampah yang bekerja sama dengan Komunitas Pilah Sampah. Pilah Sampah memilih untuk mengedukasi proses pemilahan sampah karena Nadhya, yang juga bekerja sebagai kementerian lingkungan hidup, ingin menyalurkan kebiasaan memilah sampah dengan baik.

Menurut Kak Restu, permasalahan sampah ini sudah sangat mengganggu lingkungan dan berbahaya untuk masyarakat. Berdasarkan pengalamannya, sudah ada beberapa TPA yang longsor dan menyebabkan sampah akhirnya terbuang pula ke sungai. Menurut kak Restu hal tersebut bisa membahayakan masyarakat karena air sungai yang masih digunakan untuk kehidupan sehari – hari masyarakat, tercemar dengan tumpukan sampah. Kak Restu menyatakan bahwa salah satu tujuan Pilah Sampah ini adalah mengurangi penggunaan TPA. Kak Restu merasa dengan memilah sampah, sampah tidak perlu dibuang ke TPA melainkan didaur ulang.

Contohnya seperti sampah botol plastik yang bisa didaur ulang menjadi bahan baku lagi daripada dibiarkan menumpuk di TPA.

Selain pemilahan sampah, Pilah Sampah juga mengedukasi mengenai cara mengelola sampah lain seperti sampah organik, sampah tekstil, dan sampah lain yang tidak diterima oleh pihak Pilah Sampah. Salah satunya adalah metode lubang biopori, dimana sampah organik dibuang ke dalam lubang sepanjang 80 hingga 100 cm kedalam tanah dan diberi tutup berpori, sampah organik kemudian diurai tanah. Sampah tekstil atau baju disalurkan ke pihak yang menerima baju bekas layak dipakai untuk didaur ulang menjadi karpet atau barang lainnya. Sebisa mungkin pihak Pilah Sampah tidak akan menyalurkan sampah ke TPA, kecuali jenis sampah residu.

Dalam perjalanannya, komunitas Pilah Sampah juga melalui beberapa kendala seperti sulitnya mengajak masyarakat untuk berkontribusi dalam visi misi Pilah Sampah. Hal ini dikarenakan masyarakat untuk tidak terbiasa memilah sampah. Oleh karena itu, Pilah Sampah mengajak masyarakat untuk mulai untuk menghimbau untuk mengumpulkan kemasan plastik untuk diberikan kepada pemulung atau ke pihak yang bisa mendaur ulang sampah. Lalu selain itu, masyarakat juga bisa berkontribusi dalam permasalahan ini dengan mulai mengurangi penggunaan kantong plastik untuk berbelanja. Pilah Sampah juga menggunakan fitur Instagram seperti video reels untuk mengedukasi. Konten dibuat relatable dengan kondisi masyarakat dan lingkungan sekarang ini.

Menurut kak Restu, Sosial media bisa menjadi media yang cocok untuk masyarakat mengenai hal ini, ditambah dengan bantuan influencer untuk menginfluence perilaku masyarakat. Selain sosial media, pendekatan bisa dilakukan kepada sebuah komunitas seperti ibu pkk atau komunitas lain di dalam masyarakat.



### **3.1.1.3 Wawancara bersama Natharine Averina, pengunjung TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk**

Penulis melakukan wawancara bersama Natharine Averina, salah satu pengunjung TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk. Natharine atau nama singkatnya, Arin, merupakan mahasiswa berusia 20 tahun yang juga bekerja sebagai influencer di sosial media seperti Instagram dan Tiktok. Wawancara dilakukan pada tanggal 8 Oktober 2022 secara daring menggunakan aplikasi Whatsapp.



**Gambar 3.7** Wawancara bersama Arin

Arin mengunjungi dan bermalam di TWA Hutan Mngrove Angke Kapuk pada tanggal 1 Oktober lalu bersama dengan keluarganya. Arin paling banyak menggunakan sosial media seperti Instagram dan Youtube untuk mencari informasi, berita, atau tempat yang sedang ngetren. Arin juga lebih menyukai konten yang memiliki banyak visual, tetapi tetap mencantumkan informasi yang jelas.

Arin menemukan TWA Hutan Mangrove Angke dari Agoda, dan merasa penasaran dengan keberadaan hutan mangrove ditengah kota Jakarta. Arin sudah mengeksplor hampir semua bagian dari TWA

tersebut. Arin juga mencoba berbagai kegiatan yang disediakan fasilitas disana seperti jogging dan naik perahu dayung. Menurut Arin TWA Hutan Mangrove ini merupakan tempat yang bagus dan jarang ditemukan di kota – kota besar seperti Jakarta. Tetapi sayangnya, ia merasa bahwa tempat ini kurang terawat. Salah satunya adalah jalan setapak bambu disana yang kondisinya cukup mengesankan dan permasalahan sampahnya. Menurut Arin, sampah disana cukup bisa di notice dan terbilang cukup berserakan. Sebagai influencer, Arin merasa hal tersebut adalah hal yang mengkhawatirkan dan bisa mempengaruhi kualitas negara Indonesia apabila dilihat turis mancanegara. Di sisi lain, sampah yang berserakan pun sudah sampai mengganggu pemandangan.

Menurut Arin, jumlah tempat sampah yang disediakan pihak TWA Hutan Mangrove Angke sudah cukup, tetapi kesadaran dari pengunjungnya yang kurang, serta sanksi pelanggaran yang kurang tegas. Arin juga menyatakan bahwa tempat sampah didalam Kawasan TWA Hutan Mangrove belum begitu efektif karena bukti sampah yang masih berserakan, Selain sampah, Arin juga merasa jalan setapak yang dibuat dari bambu banyak yang rusak dan memerlukan renovasi, serta sampah bambu rusak yang perlu dibersihkan karena mengganggu pemandangan disana, selain sampah lain. Arin menyatakan bahwa permasalahan sampah di TWA Hutan Mangrove ini membutuhkan kesadaran dari masyarakat dan peran pemerintahan dalam pengelolaannya.

#### **3.1.1.4 Wawancara bersama Richca Davine, pengunjung TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk**

Penulis melakukan wawancara bersama Richca Davine, salah satu pengunjung Taman Wisata Alam Hutan Mangrove Angke Kapuk. Richca Davine merupakan lulusan S1 jurusan ilmu komunikasi, berusia 22 tahun dan bekerja di perusahaan Agung

Sedayu Group sebagai Marketing Communication. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 1 November 2022 secara daring melalui *Google Meeting*.



**Gambar 3.8** Wawancara bersama Richca

Media yang paling sering digunakan Richca untuk mencari informasi dan hiburan adalah social media Instagram dan Tiktok., dan konten yang paling disukai oleh Richca adalah konten berisi informasi yang menarik yang disajikan dalam bentuk reels atau yang lewat di *for you page* (fyp) TikTok. Richca menyukai konten yang memiliki gambar dan teks yang seimbang dan sesuai, tetapi Richca tidak masalah dengan visual yang banyak.

Richca mengetahui tentang TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk dari postingan temannya di Instagram. Richca merasa bahwa foto temannya *aesthetic* lalu menanyakan lokasinya. Salah satu tujuan Richca mengunjungi TWA Hutan Mangrove adalah karena kesukaannya pada tempat yang memiliki nuansa alam dan rasa penasaran dengan lokasinya yang *aesthetic*, rindang, dan banyak pohon ditengah kota Jakarta. Saat di lokasi Richca lebih banyak berfoto mengeksplor sebagian besar lokasi wisata disana, tetapi Richca tidak menaiki wahana yang tersedia. Secara keseluruhan Richca menyukai fasilitas yang disediakan seperti wahana dan tempat istirahat berupa kafe, tetapi kendala yang dirasakan adalah udara

panas dan keberadaan sampah yang merusak estetika TWA Hutan Mangrove tersebut.

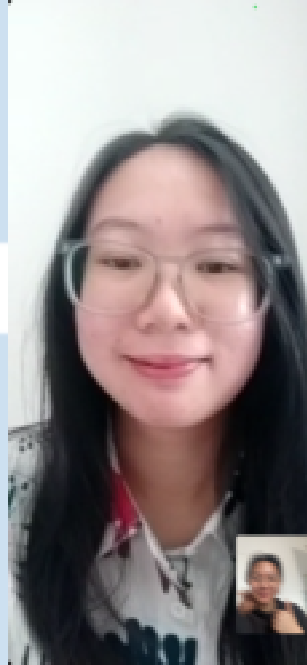
Richca bisa menyadari keberadaan sampah hampir di semua daerah wisata, tetapi sampah yang paling banyak ditemukan adalah sampah yang tersangkut di akar pohon-pohon Mangrove dan di daerah penginapan. Richca sangat menyayangkan bahwa sampah di lokasi bukan hanya sampah yang terbawa arus laut, tetapi sampah juga datang dari pengunjung. Richca juga mengungkapkan bahwa keberadaannya cukup mengganggu dan membahayakan kehidupan pohon mangrove di lokasi.

Menurut Richca, jumlah tempat sampah di lokasi masih kurang dan hal tersebut yang menyebabkan pengunjung membuang sampah sembarangan. Tetapi Richca juga mengungkapkan bahwa hal tersebut tidak bisa dijadikan sebuah alasan untuk masyarakat membuang sampah sembarangan karena masyarakat harusnya bisa melakukan hal lain untuk mencegah hal tersebut, seperti mengumpulkan sampah terlebih dahulu dan membuangnya saat menemukan tempat sampah, singkatnya kesadaran masyarakat tentang hal ini masih sangat kurang. Menurut Richca tempat sampah sebenarnya pasti efektif, tetapi Kembali ke kesadaran masyarakat yang harus ditingkatkan. Richca merasa hal yang perlu ditingkatkan dari lokasi TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk adalah menambah wahana yang *friendly* untuk anak-anak dan memperbanyak kegiatan yang melibatkan aksi pengunjung, terutama edukasi mengenai sampah.

### **3.1.1.5 Wawancara bersama Helena Wiarawan Tandean, pengunjung TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk**

Penulis melakukan wawancara bersama Helena Wirawan Tandean, salah satu pengunjung Taman Wisata Alam Hutan Mangrove Angke Kapuk. Helena merupakan mahasiswa berusia 21.

Wawancara ini dilakukan pada tanggal 23 November 2022 dan dilakukan secara daring melalui whatsapp.



**Gambar 3.9** Wawancara bersama Helena

Helena mengunjungi lokasi tersebut bersama pasangannya pada tanggal 20 November 2022. Helena paling banyak menggunakan social media Instagram dan Youtube untuk mencari informasi dan hiburan. Helena lebih menyukai konten informasi yang *colorful*, memiliki banyak gambar dan foto, dan bisa menarik perhatian dan berkesan.

Helena mengetahui tentang TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk dari rekomendasi pacarnya. Rekomendasi tersebut datang dari rasa bosan sang pacar dengan daerah wisata mall. Helena mengeksplor semua daerah yang bisa dikelilingi di lokasi, dimulai dari Kawasan burung, kafe, area camping, pulau rusa, pembibitan, dan water park. Helena cukup terkejut bisa menemukan tempat wisata alam seperti TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk. Helena mengungkapkan bahwa lokasi tersebut terasa sejuk dan pemandangannya bagus. Memang

tidak banyak yang bisa dilakukan disana, tetapi menurut Helena lokasi tersebut nyaman untuk menjernihkan kepala.

Tetapi Helena merasa masih banyak hal yang perlu dibenahi di TWA Hutan Mangrove Jakarta, seperti air yang keruh dan sampah yang berserakan. Helena merasa keberadaan sampah disana cukup mengganggu karena mudah dinotice dan banyak, mengingat bahwa lokasi tersebut merupakan tempat konservasi. Sampah tersebut berdampak pada kondisi perairan di lokasi, salah satunya adalah di daerah tempat kamping air terlihat berminyak karena makanan.

Helena merasa penyebaran tempat sampah di lokasi belum merata, memang ada beberapa spot yang bersih dari sampah. Tetapi untuk kinerja tempat sampah, menurutnya belum maksimal. Dari pihak TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk belum ada usaha yang cukup dalam menghimbau masyarakat untuk membuang sampah di tempatnya, baik di lokasi ataupun di social medianya. Menurut Helena, sebagai tempat konservasi, TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk juga harus mengedukasi tentang apa yang bisa kita lakukan sebagai pengunjung dan masyarakat. Helena merasa TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk sekarang hanyalah sekedar tempat wisata, bukan tempat perlindungan alam.

#### **3.1.1.6 Kesimpulan Wawancara**

Dari wawancara yang sudah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa sampah adalah hal yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan kita sehari – hari. Oleh karena itu permasalahan sampah akan terus ada, dan yang dibutuhkan adalah alternatif dari solusi yang selama ini sudah dijalankan. Salah satunya kesadaran dari masyarakat akan dampak penting dari sampah yang dibuang sembarangan, berserakan, atau menumpuk, serta kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi dalam upaya pengelolaan sampah diluar dari pihak – pihak yang memang mengelola sampah.

Selama ini masyarakat merasa bahwa sampah bukanlah tanggung jawab mereka, dikarenakan mereka yang sudah mengeluarkan uang membayar pihak lain untuk mengelola sampah. Dari narasumber yang sudah penulis wawancara, hampir semua menyatakan bahwa yang dibutuhkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan permasalahan ini adalah tindakan tegas dari pemerintah. Tetapi di sisi lain, penulis merasa kesadaran masyarakat harus dibentuk dari kebiasaan dimana masyarakat juga bisa menikmatinya, bukan berdasarkan rasa ancaman atau tekanan.

TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk termasuk dalam satu dari banyak lokasi di Jakarta yang merasakan permasalahan sampah tersebut. Masih banyak pengunjung yang tidak bertanggung jawab atas sampahnya di Kawasan ini. Walaupun sudah dibuat aturan untuk tidak membawa minuman dan makanan dari luar, tetap masih banyak yang menyelundupkan beberapa makanan dan minuman dari luar dan menambah sampah didalam Kawasan tersebut. Tidak hanya menambah sampah, tetapi tidak sedikit yang merusak pemandangan dengan membuangnya secara sembarangan. Sampah ini dapat membahayakan, bahkan membunuh tumbuhan bakau disana.

### **3.1.2 Observasi**

Pengumpulan data menggunakan observasi dilakukan di Kawasan TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk. Observasi bertujuan untuk mengenal lebih dalam lagi Kawasan TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk, melakukan pemetaan dan kondisi di sana secara langsung. Selain itu observasi juga bertujuan untuk mengumpulkan bukti sebagai pendukung hasil riset latar belakang penulis.

#### **3.1.2.1 Observasi di Kawasan TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk**

Observasi dilakukan pada tanggal 17 September 2021 dan dibantu oleh Pak Jati selaku konservator di TWA Hutan Mangrove

Angke Kapuk. Dari observasi tersebut, penulis mengetahui bahwa TWA Hutan Mangrove dibagi menjadi 3 zona, yaitu zona inti, zona lindung, zona wisata.



**Gambar 3.10** Peta TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk

Dari total luas Kawasan TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk sebesar 100 hektar, hanya 10 hektar atau 10% yang digunakan sebagai zona wisata, sebesar 100 m dari laut digunakan sebagai zona lindung, dan sisanya adalah zona inti yang tidak bisa dijangkau oleh pengunjung. Zona lindung digunakan sebagai tempat hewan hidup dan berkembang biak.

Dalam zona wisatanya sendiri terdapat penginapan, kantin, wahana perahu kayak, dayung dan speed boat. Sebagai hutan konservatif, terdapat juga kegiatan yang memberikan edukasi seperti penanaman mangrove.

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 3.11** Kegiatan Penanaman Pohon Mangrove

Tempat penginapan di Kawasan TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk terdiri dari dua jenis yaitu penginapan dan perkemahan. Sayangnya kawasan perkemahan terlihat kurang diperhatikan oleh pengelola. Pak Jati menyatakan juga sudah jarang anak sekolahan datang kesini untuk berkemah.



**Gambar 3.12** Kondisi Perkemahan di TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk

Kawasan TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk juga memiliki aula terbuka dan tertutup sebagai titik kumpul para kelompok perusahaan atau sekolah, atau tempat untuk mengadakan acara. Jalan menuju lokasi penanaman pohon mangrove dikelilingi

banyak pohon mangrove disekitarnya. Pohon mangrove disini memiliki banyak jenis, seperti pohon nipah, pohon bakau, dan pohon api api. Masing–masing pohon memiliki jenis akar yang berbeda dan kegunaan yang berbeda. Pohon Nipah memiliki akar serabut, pohon bakau memiliki akar tunjang, sedangkan pohon api-api memiliki akar napas.



**Gambar 3.13** Pohon Api-Api

Selama observasi, penulis juga memperhatikan bagian–bagian mana yang memiliki paling banyak sampah. Terdapat perbedaan antar sampah yang terbawa arus laut dan sampah dari pengunjung.



**Gambar 3.14** Sampah dari Pengunjung

Sampah yang berasal dari pengunjung berada jauh dari perairan dan kadang masih terlihat baru dan bagus. Sedangkan sampah yang terbawa air laut kebanyakan tersangkut di akar pohon mangrove dan biasanya terlihat sudah lama atau tertutup lumpur.



**Gambar 3.15** Sampah yang terbawa arus laut

Secara *general*, selama observasi penulis masih menemukan cukup banyak sampah berserakan di Kawasan tersebut. Sampah tersebut cukup mengganggu pemandangan.

Tempat sampah yang disediakan juga cukup banyak dan beragam. Beberapa tempat sampah disertai dengan informasi mengenai bahayanya sampah plastik, dan bentuk yang unik untuk menarik perhatian pengunjung sekaligus memberikan edukasi pada pengunjung di sana.



**Gambar 3.16** Salah satu Tempat Sampah di TWA Hutan Mangrove

Berikut adalah salah satu contoh tempat sampah yang disediakan di lokasi. Bentuk lain tempat sampah unik yang disediakan di lokasi adalah sebagai berikut, yaitu dalam bentuk botol plastik.



**Gambar 3.17** Salah satu Tempat Sampah di TWA Hutan Mangrove

Fasilitas lain yang disediakan oleh pihak TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk antara lain adalah loket pembelian tiket, Gedung serbaguna, *front office*, Villa, Rumah makan, dan fasilitas lainnya.



**Gambar 3.18** Pintu Masuk TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk

Berikut adalah pintu masuk dari TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk. Setelah melewati pintu masuk penulis bisa menemukan tempat parkir untuk memarkirkan kendaraannya dan langsung berlanjut ke loket pembelian tiket.



**Gambar 3.19** Loket Pembelian Tiket

Loket pembelian tiket buka dari pukul 08.00 – 17.30 setiap hari senin hingga jumat, dan pukul 07.00 – 17.30 setiap akhir minggu. Lokasi TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk tutup pada pukul 18.00.



**Gambar 3.20** Gedung Serbaguna

TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk juga memiliki Gedung serbaguna yang bisa digunakan untuk acara-acara yang membutuhkan aula seperti acara organisasi perusahaan, *photoshoot*, pertemuan, hingga pernikahan.



**Gambar 3.21** Kantin

TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk juga menyediakan kantin dimana pengunjung bisa bersantai dan beristirahat disana. Kantin tersebut juga menjual berbagai makanan dan minuman yang bisa dibeli oleh para pengunjung.

### **3.1.2.2 Kesimpulan Observasi**

Dari observasi, penulis mengetahui bahwa taman wisata alam hutan mangrove di Angke Kapuk merupakan hutan konservator sebesar 99 hektar dengan ekosistem hutan bakau, salah satu hutan yang harus dilestarikan. Taman Wisata Alam Hutan Mangrove ini awalnya merupakan tempat untuk pembelajaran. Selain sebagai hutan ekosistem bakau, TWA Hutan Mangrove Angke juga merupakan tempat wisata yang menyediakan kegiatan-kegiatan wisata yang bisa menghibur pengunjung dan juga edukatif.

Sebagai tempat pembelajaran, penulis merasa hutan ini belum memberikan edukasi yang tepat mengenai pembuangan sampah. Hal tersebut dibuktikan dengan keberadaan sampah di Taman Wisata Alam Hutan Mangrove Angke Kapuk yang terhitung masih banyak. Tempat sampah disini juga belum ada pemilahan, dimana penulis dapat menyediakan solusi berupa tempat sampah dengan pemilahan jenis sebagai edukasi pada pengunjung. Selain penyediaan tempat sampah yang efektif, awareness pengunjung terhadap permasalahan tersebut masih harus ditingkatkan lagi.

### 3.2 Studi Eksisting

Penulis melakukan beberapa studi eksisting selama proses perancangan media agar mendapatkan gambaran konten dan media yang ingin dibuat.

#### 3.2.1 Kampanye Angkut Brangkas

Kampanye Angkut Brangkas adalah kampanye yang diadakan oleh organisasi LyfeLess yang berkolaborasi dengan Schneider Electric. Kampanye ini bertujuan untuk mengajak masyarakat menjaga lingkungan dengan melakukan decluttering dan mengirimkan sampah elektronik untuk di recycle. Kampanye ini merupakan salah satu upaya Lyfeless dalam upaya pengelolaan sampah, sekaligus mengingatkan masyarakat untuk tetap merasa cukup.



**Gambar 3.22** Kampanye Angkut Brangkas  
Sumber : <https://lyfewithless.com/angkut-brangkas/>

Dari kampanye ini, penulis mengetahui bahwa kampanye angkut brangkas tidak hanya memberikan insight pada audiens, tapi kampanye

mengajak audiens untuk melakukan sebuah aksi, dan bahkan menyediakan fasilitas dan kemudahan untuk memotivasi audiens untuk menyumbangkan sampah elektroniknya untuk didaur ulang.

Tabel 3.1 SWOT Kampanye Angkut Brangkas

SWOT	Keterangan
<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gaya Ilustrasi dibuat trendy dan lucu, memberikan kesan menyenangkan dan welcoming.</li> <li>2. Informasi dilengkapi dengan petunjuk lengkap mengenai cara ikut serta dalam kampanye tersebut</li> <li>3. Menyediakan informasi mengenai vendor lain yang menerima sampah elektronik juga</li> </ol>
<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya penjelasan mengenai permasalahan terkait dengan e-waste serta manfaatnya.</li> <li>2. Beberapa tombol pada <i>website</i> tidak responsive</li> <li>3. Masa kampanye sudah selesai tapi link masih bisa dibuka dan diisi.</li> </ol>
<i>Opportunity</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjadi wadah baru bagi masyarakat untuk menyalurkan sampah elektroniknya dirumah.</li> <li>2. Bisa menjadi ide lapangan pekerjaan baru dan juga kebiasaan baru untuk masyarakat</li> </ol>
<i>Threat</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Audiens harus membayar apabila ingin menjual hasil decluttering</li> <li>2. Tidak ada jasa penjemputan e-waste, Audiens harus mengantarkan e-waste nya itu sendiri ke kantor Schneider.</li> </ol>

### 3.2.2 30 Day Zero Waste Challenge

Kegiatan *30 Day Zero Waste Challenge* adalah kampanye yang diadakan oleh *Zero Waste Indonesia*. Kampanye ini merupakan *challenge* yang dibentuk untuk meningkatkan *awareness* masyarakat untuk berproses



ke hidup lebih sehat, hemat, dan lebih sederhana. Kampanye ini dibuat karena mindset masyarakat yang tidak pernah puas dengan apa yang dipunya dan selalu ingin sesuatu yang baru, kemasan baru, produk baru inovasi baru. Dalam kampanye ini, disediakan tantangan untuk dilakukan audiens setiap harinya selama 30 hari.



**Gambar 3.23** Kampanye 30 Day Zero Waste Challenge  
 Sumber : <https://zerowaste.id/30-days-zero-waste-challenge/>

Penulis dapat menangkap tujuan dari kampanye ini yang mengajak masyarakat untuk berubah melalui proses penuh selama sebulan. Hasil dari proses inilah yang menjadi reward untuk audiens, Dari audiens untuk audiens.

Tabel 3.2 SWOT Kampanye 30 Day Zero Waste Challenge

SWOT	Keterangan
<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan tantangan tidak pernah dilakukan sebelumnya sehingga memberikan pengalaman baru untuk audiens.</li> <li>2. Memberikan visualisasi dari kegiatan dari challenge setiap harinya.</li> <li>3. Ada penjelasan yang cukup lengkap dibalik semua kegiatan dalam challenge tersebut</li> </ol>
<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Beberapa kegiatan memerlukan keahlian khusus atau benda tertentu sehingga tidak semua orang bisa melakukannya.</li> <li>2. Kurang privasi karena nama audiens yang ikut serta diperlihatkan di <i>website</i></li> </ol>

	3. Kalimat ajakan kurang persuasive dan menarik perhatian.
<i>Opportunity</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjadi guideline bagi audiens yang ingin memulai kebiasaan zero waste.</li> <li>2. Menjadi lifestyle dan tren untuk kalangan masyarakat.</li> </ol>
<i>Threat</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi kampanye kalah dikenal oleh brand yang lebih besar</li> </ol>

### 3.2.3 Kampanye #PakaiSampaiHabis

Kampanye #PakaiSampaiHabis adalah kampanye yang diadakan LyfeLess dengan kolaborasi bersama dengan *Zero Waste* Indonesia. Kampanye ini mengajak audiens untuk mulai menggunakan produk kecantikan sampai habis dan mengirimkan kemasan kosong audiens untuk didaur ulang. Kampanye ini bertujuan untuk mengajak audiens dan masyarakat untuk bijak dan meningkatkan kesadaran untuk bertanggungjawab dengan konsumsinya. Kampanye ini juga berkolaborasi dengan beberapa produk kecantikan. Audiens bisa mendapatkan reward sesuai dengan produk yang dikirimkan.



**Gambar 3.24** Kampanye #PakaiSampaiHabis

Sumber :

[https://lyfewithless.com/product/eminacosmetics/?lt\\_utm\\_source=lt\\_share\\_link](https://lyfewithless.com/product/eminacosmetics/?lt_utm_source=lt_share_link)

Kampanye ini merupakan salah satu bentuk kampanye *product-oriented* dengan pendekatan menggunakan fenomena yang sedang terjadi di masyarakat. Kampanye ini ingin meningkatkan kesadaran masyarakat dan mengubah kebiasaan audiens menggunakan motivasi ekstrinsik dari hadiah yang bisa didapatkan dengan mengumpulkan kemasan kosong.

Tabel 3.3 SWOT Kampanye #PakaiSampaiHabis

SWOT	Keterangan
<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan ilustrasi sehingga konten bisa diterima oleh semua kalangan generasi</li> <li>2. Terdapat animasi loop pada <i>website</i>, meningkatkan daya Tarik</li> <li>3. Memberikan fakta dan artikel terkait topik kampanye.</li> <li>4. Menyediakan FAQ dari kampanye tersebut</li> </ol>
<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brand partner yang terbatas, membatasi kalangan audiens juga untuk ikut serta</li> <li>2. Kurang informasi mengenai dampak dari sampah kemasan produk kecantikan</li> </ol>
<i>Opportunity</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuka kesempatan untuk bekerjasama dengan produk kecantikan yang lebih luas</li> <li>2. Kebiasaan baik ini bisa disebarkan beauty blogger dan influencer karena topiknya yang relevan</li> </ol>
<i>Threat</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Audiens yang tidak menggunakan produk yang merupakan brand partner tidak bisa ikut berpartisipasi</li> </ol>

### 3.2.4 Kesimpulan Studi Eksisting

Dari studi eksisting, penulis dapat menyimpulkan dan menemukan hal-hal yang harus diperhatikan dalam perancangan kampanye. Visualisasi kampanye harus berdasarkan fenomena nyata, tetapi divisualisasikan menjadi

lebih menarik dan asik untuk meningkatkan ketertarikan audiens. Konten dari kampanye juga harus singkat dan jelas, tidak bertele–tele, dan juga informatif untuk membantu mengarahkan perilaku audiens. Interaktivitas kampanye harus dibuat *relatable* oleh audiens sehingga audiens *enjoy* menggunakan interaktifitasnya.

### 3.3 Studi Referensi

Penulis melakukan beberapa studi referensi selama proses perancangan media untuk mendapatkan data yang lebih rinci mengenai cara pemilahan sampah yang benar dari metode yang dilakukan Jepang dalam pembuatan tempat sampahnya.

#### 3.3.1 Tempat Sampah di Jepang

Pada perjalanannya ke Jepang, Emily (2021) selaku *recyclist project manager* meluangkan waktu untuk menjelajahi sisi baru perjalanan: wisata sampah.

Jepang sangat terkenal dengan kelangkaan tong sampahnya. Pada 20 Maret 1995, terjadi serangan teroris menggunakan gas sarin dan melukai lebih dari 5000 orang. Oleh karena itu, tempat sampah dikurangi secara drastis karena tempat sampah yang dicurigai sebagai tempat persembunyian senjatanya.

Dari perjalanannya, diketahui bahwa tempat sampah di Jepang, pemilahan sampah adalah hal yang paling penting. Tong sampah di Jepang dibagi menjadi beberapa kategori seperti “*combustibles*”, “*newspaper & magazines*”, “*cans, bottles, & PET bottles*”.

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 3.25** Kategori Tong Sampah di Jepang

Sumber : <https://recyclist.co/blog/travelogue-of-trash-recycling-in-japan/>

Jepang sangat ketat dalam pemisahan sampah mereka. Jepang sudah mengembangkan sistem pengelolaan sampahnya dari tahun 1990. Jepang berfokus pada metode *waste-to-energy* (WTE), caranya yaitu membakar sampah untuk mengurangi kawasan TPA. Dari perjalanannya, Emily (2021) bisa melihat bahwa program daur ulang dan upaya penjangkauan merupakan kunci keberhasilan negara Jepang dalam permasalahan sampah melalui fokus pada nilai dan praktik local.



**Gambar 3.26** Kategori Tong Sampah di Jepang

Sumber : <https://livejapan.com/en/in-tokyo/in-pref-tokyo/in-shibuya/article-a0002380/>

### 3.4 Metodologi Perancangan

Dalam proses perancangan, penulis menggunakan dua metode perancangan untuk masing–masing kebutuhan. Penulis merancang kampanye menggunakan metode perancangan model manajemen kampanye oleh Venus (2019), sedangkan untuk perancangan desain visual penulis menggunakan metode *Human Centered Design* yang dikemukakan oleh IDEO (2015).

#### 3.4.1 Model Manajemen Kampanye

Menurut Venus (2018), dalam merancang kampanye dibutuhkan sebuah model untuk memudahkan pendekatan yang praktis. Venus (2018) mengemukakan model manajemen kampanye pada tahun 2015 menggunakan hasil riset dan teori kampanye sebelumnya, model tersebut dikenal dengan PPIME, mencakup perencanaan, pengembangan, implementasi, monitoring, dan evaluasi.

Berikut adalah penjelasan dari tahapan model manajemen kampanye diatas

##### 1) Perencanaan

Perencanaan merupakan tahap awal yang termasuk penting dalam perancangan kampanye. Di tahapan ini, penulis / desainer Menyusun pesan dan informasi yang akan disampaikan melalui kampanye.

##### 2) Pengembangan

Di tahap pengembangan, penulis mulai merancang kampanye berdasarkan Analisa situasi dan segmentasi target. Pada tahapan ini, penulis menentukan media yang layak dan sesuai dengan kebutuhan target market, cara penyampaian pesan yang sesuai, serta desain yang sesuai untuk informasi dalam kampanye.

##### 3) Implementasi

Tahapan implementasi adalah tahapan eksekusi kampanye. Eksekusi kampanye harus berjalan sesuai dengan susunan strategi dan system yang sudah direncanakan.

4) Monitoring

Tahapan monitoring berjalan seiring tahapan implementasi. Di tahapan ini penulis mengawasi kinerja dari kampanye agar tetap berjalan sesuai dengan rencana, serta melakukan penyesuaian terhadap perubahan rencana.

5) Evaluasi sumartif

Tahapan evaluasi adalah tahapan setelah berakhirnya kampanye, dengan tujuan mengetahui hasil dari kampanye yang mencapai tujuan utama secara maksimal atau tidak. Efektivitas sebuah kampanye sebagai kegiatan dengan motivasi untuk memberikam perubahan harus diuji dan dievaluasi. (p.49)

### 3.4.2 *Human Centered Design*

Metode perancangan *Human Centered Design* yang dikemukakan IDEO (2015) merupakan metode perancangan yang berfokus merancang dan memupuk empati bersama sebuah komunitas atau kelompok masyarakat. Dari sana, desainer bisa mengetahui masalah dan solusi yang dapat memenuhi kebutuhan komunitas atau masyarakat tersebut. Tahapan *Human Centered Design* terdiri atas *Inspiration*, *Ideation*, dan *Implementation*. Tahapan tersebut bukan tahapan yang linear, tetapi semua tantangan desain akan melewati 3 proses itu.

1) *Inspiration*

Tahap pertama yang penulis lakukan adalah memilah, mencari, menentukan fenomena dari kondisi dan situasi di kehidupan nyata. Pencarian ini bisa dilakukan menggunakan studi referensi dan literasi, wawancara, observasi, *focus group discussion*, dan metode lain yang dibutuhkan.

## 2) *Ideation*

Tahapan selanjutnya adalah tahapan ideation dimana penulis melakukan *brainstorming* untuk memunculkan ide – ide solusi yang sesuai dengan permasalahan. Penulis juga merancang *user journey*, menentukan tema, eksplorasi, merancang desain visual, serta merancang *Prototype* untuk solusinya di tahapan ini.

## 3) *Implementation*

Tahapan ini adalah tahapan dimana penulis mengimplementasikan hasil dari *ideation* ke masyarakat dan audiens. Sebelum itu, penulis dapat melakukan *alpha* dan *beta testing* pada *Prototype* yang sudah dirancang untuk menguji keberhasilan dan efektivitas dari solusi tersebut, serta menguji kualitas hasil produk. Pengembangan produk akan didasari pada *feedback* yang didapatkan pada saat melakukan *testing*.

