

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Limbah merupakan masalah yang banyak diperbincangkan di negara kita. Indonesia adalah negara dengan populasi penduduk yang semakin hari kian bertumbuh. Kenaikan tersebut dapat dilihat peningkatannya sebesar 1,1% dari tahun sebelumnya yang semula berada pada angka 275,7 juta menjadi 278,8 juta penduduk. Pengaruh dari jumlah populasi di Indonesia terhadap limbah yang dihasilkan sangat tinggi, mengingat seluruh individu menyumbang banyak sekali barang bekas penggunaan sehari-hari yang berubah menjadi limbah. Beserta perkembangan ekonomi yang kian pesat, kini Indonesia mulai menghadapi tantangan yang cukup serius terkait manajemen sampah karena masih bergantung pada sistem pengelolaannya yang konvensional (Madani, 2011). Saat ini jumlah penduduk di Indonesia berdasarkan Badan Pusat Statistik yang dikutip dari dataindonesia.id adalah 278. 8 Juta penduduk.



Gambar 1.1 Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN)
Sumber: dataindonesia.id 2023

Selama beberapa tahun terakhir semenjak terjadinya fenomena penimbunan sampah, kini mulai bermunculan perusahaan swasta yang berfokus pada pengelolaan sampah yang bertanggung jawab dan sesuai dengan peraturan

pemerintah seperti Waste4Change atau PT Waste4Change Alam Indonesia yang merupakan penyedia layanan pengelolaan sampah holistik, berbasis di Bekasi, Indonesia dan sudah berdiri sejak 2014 silam. Lalu ada Octopus, yang menyatakan diri sebagai sebuah platform sirkuler ekonomi pertama di Indonesia yang sudah berdiri sejak 2019 lalu yang memiliki fokus pada penjemputan sampah pada tiap hunian ataupun perusahaan. Setelah dua perusahaan tersebut, terdapat PT Khazanah Hijau Indonesia atau yang selanjutnya akan disebut Rekosistem.

Rekosistem merupakan perusahaan *Startup* yang bergerak di bidang *Climate-Tech*. Perusahaan ini menawarkan layanan pengelolaan sampah secara bertanggung jawab kepada individu, komunitas, dan bisnis di Indonesia. Rekosistem didirikan pada 2021 silam, dan berbasis di Jakarta Selatan. Rekosistem merupakan perusahaan *waste management* yang berbasis digital yang tidak hanya menasar pada B2B (*Business to Business*), melainkan juga B2C (*Business to Customer*). Berbicara tentang B2C, atau layanan yang berfokus pada individu, Rekosistem menyediakan penempatan *Drop-Point* sampah yang membuat para individu dapat menyetorkan sampah pilahan mereka ke *Drop-Point* yang tersedia secara fisik, dan juga di Aplikasi. Hasil penyetoran sampah tersebut, para individu akan mendapatkan poin pada masing-masing akun yang menjadi bentuk E-Wallet. Seperti yang sudah disebutkan di awal, Rekosistem juga menasar pasarnya ke B2B (*Business to Business*), dimana Rekosistem akan melakukan layanan penjemputan sampah, dan pengelolaan sampah tersebut secara bertanggung jawab terhadap instansi atau perusahaan yang berminat untuk bekerjasama.

Pengelolaan sampah yang bertanggung jawab juga merupakan bentuk kegiatan yang mendukung aturan pemerintah untuk mengurangi 30% sampah yang dibuang ke TPA (Tempat pembuangan Akhir). Aturan tersebutlah yang menjadi Misi dari Rekosistem, sehingga seluruh sampah yang diangkut dari suatu gedung, kota, atau area komersil lainnya akan dijemput untuk diantarkan ke *Waste Aggregator*, dimana akan dilakukan proses segregasi atau pemilahan terhadap sampah, sesuai dengan kategori dan materialistik. Pada umumnya, sampah hanya terbagi menjadi 4 kategori, seperti: Organik, Anorganik, Residu, dan B3. Rekosistem memiliki 60 bahkan lebih karena sampah benar dipilah sesuai jenis

beserta material sampah tersebut, sehingga sekecil-kecilnya hasil pilahan tersebut akan dikirim kepada partner *Off-Taker* Rekosistem untuk diolah kembali menjadi barang daur ulang.

Kepedulian Rekosistem tidak berhenti sampai disana, pada bulan Ramadhan, Rekosistem mendapati banyak temuan terkait timbunan sampah selama bulan Ramadhan. Berdasarkan data internal perusahaan Rekosistem, mereka melakukan penelitian melalui berbagai sumber di Internet tentang meningkatnya jumlah sampah pada bulan Ramadhan. Hal tersebut yang menjadi dasar perancangan kampanye *#BersamaLebihBaik* sehingga dapat bergerak untuk memanfaatkan jumlah sampah pada bulan Ramadhan menjadi sesuatu yang lebih berkelanjutan serta bermanfaat. Dengan cara mengajak masyarakat untuk menyetorkan sampah dan menukarkan poin yang masyarakat dapatkan dari hasil setor sampah untuk menjadi menu berbukas puasa yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Menurut data dari Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), Indonesia menghasilkan 35,83 juta ton timbunan sampah sepanjang tahun 2022. Volume dari timbunan sampah ini, meningkat sebanyak 21,7% dibanding tahun 2021, dan juga sekaligus menjadi *level* tertinggi selama empat tahun terakhir. Peningkatan jumlah penduduk, urbanisasi yang cepat, serta perubahan pola konsumsi telah menghasilkan lonjakan signifikan terkait hal produksi sampah di seluruh penjuru Indonesia. Pemerintah dan masyarakat ikut serta melakukan upaya untuk mengatasi permasalahan ini, melalui pendekatan yang komprehensif dan terkoordinasi untuk menangani situasi seperti ini. Masalah peningkatan sampah di Indonesia menjadi perhatian yang sangat serius karena memiliki dampak yang dapat merugikan lingkungan, kesehatan masyarakat, dan berbagai sektor kehidupan. Masalah ini sangat berdampak bagi masyarakat Indonesia, namun hal yang juga disayangkan adalah masyarakat itu sendiri yang kurang memiliki edukasi tentang cara bijak memilah sampah, sehingga kurangnya edukasi masyarakat Indonesia terkait pemilahan dan pengelolaan sampah ini yang menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan

peningkatan masalah sampah dan penyebab munculnya berbagai sektor swasta di negara ini (Aulia et al., 2021).

Keterbatasan akses terhadap informasi yang jelas dan edukasi yang memadai tentang cara yang benar untuk melakukan pemilahan sampah juga merupakan sebuah kendala utama yang dihadapi Indonesia. Hal ini mengakibatkan kurangnya kesadaran akan konsekuensi kesehatan lingkungan masyarakat Indonesia sendiri, sehingga banyak masyarakat Indonesia yang tidak terbiasa untuk memilah sampah secara benar, yang pada akhirnya menghambat proses daur ulang dan pengelolaan sampah yang efektif di Indonesia. Berdasarkan jumlah data dari sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) tersebut, dapat diperkirakan sekitar 65% dihasilkan dari rumah tangga, lalu 26% dari sektor komersial dan usaha, serta sisanya berasal dari sektor industri. Meningkatnya volume sampah yang berakhir di TPA (Tempat Pembuangan Akhir) mengakibatkan terjadinya *over capacity* di berbagai TPA di Indonesia, hal ini mendorong pemerintah untuk menghimbau masyarakat untuk menjadi bijak saat mengelola sampah dan mendorong sektor swasta untuk menjadikan hal ini peluang bisnis sehingga mulai bermunculan perusahaan pengelolaan sampah yang bertanggung jawab.

Berdasarkan upayanya untuk mengajak masyarakat untuk lebih bijak saat mengelola sampah, Rekosistem hadir dengan kampanye #BersamaLebihBaik yang mengajak masyarakat untuk memilah, mengemas, dan menyetorkan sampahnya melalui aplikasi dan *drop point* yang sudah tersedia di beberapa titik, khususnya Jakarta. Rekosistem menggunakan media sosial sebagai media untuk berinteraksi dengan masyarakat yang digunakan untuk bersosialisasi dan memberikan pesan, karena pada umumnya, media sosial membuat *brand* atau perusahaan mudah untuk berkomunikasi dengan audiens (Mukadi, 2021). Kaplan dan Haenlein pada Li, Larimo & Lenidou (2021) menganggap media sosial sebagai tempat untuk menjalin dan menambahkan relasi serta berbagi informasi. Facebook, Youtube, Twitter, Tiktok, dan Instagram adalah media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk berkomunikasi ataupun bertukar informasi. Dengan menggunakan media sosial yang sifatnya komunikasi dua arah, Chanine dan Maholtra pada Li, Larimo

dan Leonidou (2021) mengatakan bahwa, komunikasi dua arah di media sosial dapat menghasilkan reaksi dari masyarakat yang lebih positif dan reaksi pasar yang lebih tinggi.

Berdasarkan data yang dihimpun dari DataIndonesia.Id, per akhir tahun 2023, Instagram mencapai 116.16 juta pengguna di Indonesia. Pada awal tahun 2023, pengguna Instagram berada pada angka 106.72 juta pengguna. Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk melakukan berbagai kegiatan komunikasi. Kegunaan utama dari Instagram adalah membagikan Video dan foto yang dapat dilihat oleh pengguna lainnya, serta saat ini Instagram sudah digunakan oleh banyak pelaku bisnis, untuk kegiatan promosi. Karena Instagram termasuk salah satu tools yang hemat biaya dan dapat menjangkau konsumen secara luas. (Melni, Hasibuan, & Suharyanto, 2019).

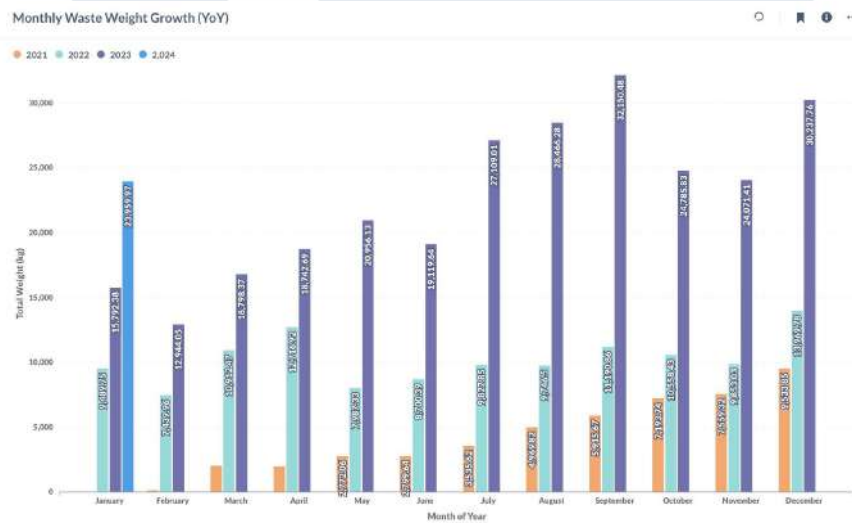
Banyaknya pemain yang berada pada bidang pengelolaan sampah menyebabkan banyak media yang membuat urutan Ranking terhadap *Engagement Rate* pada tiap perusahaan dalam bidang yang sama. Berdasarkan hasil perhitungan *engagement rate* menggunakan tools *AllStars*, per-tanggal 18 Januari 2024, Rekosistem memiliki *engagement rate* tertinggi di Instagram dibandingkan dengan para kompetitornya, pada tabel 1.2. Hal ini menandakan adanya aktivitas yang baik dari pengikut akun media sosial Instagram Rekosistem. Oleh karena itu, Rekosistem memanfaatkan nilai *engagement* ini untuk memberikan pesan-pesannya terkait pentingnya mengelola sampah dengan bijak, melalui cara Pilah, Kemas, Setor.

<i>No</i>	<i>Brand</i>	<i>Engagement Rate</i>
1.	Rekosistem (@rekosistem)	0,46%
2.	Octopus (@octopus.ina)	0,24%
3.	Waste4Change (@waste4change)	0,34%

Tabel 1.1 *Engagement Rate*
Sumber: phlanx.com 2023

Berdasarkan data dari We Are Social, tingginya pengguna media sosial Instagram yang mencapai 215.000.000 pengguna, membuat Rekosistem turut

memberikan pesannya di media sosial, agar kita bisa memahami arti, kegunaan, dan pentingnya mengelola sampah dengan bijak, melalui cara Pilah, Kemas, Setor. Selama satu tahun terakhir, Rekosistem memiliki perkembangan yang baik dikalangan masyarakat Indonesia. Hal tersebut ditunjukkan dengan peningkatan jumlah kalkulasi berat sampah yang berada di waste station selama satu tahun terakhir.



Gambar 1.2 Waste Weight Growth (YoY)
Sumber: Data Perusahaan 2024

Berdasarkan data dari We Are Social yang menunjukkan angka pengguna media sosial sebanyak 167.000.000 pengguna, menjadikan media sosial Instagram digunakan oleh Rekosistem untuk memberikan pesan terkait informasi, edukasi, lokasi, dan pesan lainnya yang berkaitan dengan pengelolaan sampah yang mereka kelola. Rekosistem mengajak dan memberikan edukasi tentang betapa pentingnya kesadaran akan lingkungan sekitar dengan memilih produk yang ramah lingkungan, melakukan pemilahan sampah dan menggunakan *Waste Station*. Sebagaimana dikutip dari situs resmi Rekosistem *Waste Station* sendiri merupakan sebuah fasilitas untuk masyarakat menyetorkan sampah melalui aplikasi Rekosistem yang dirancang khusus untuk mengumpulkan sampah. *Waste Station* yang di produksi Rekosistem merupakan sebuah fasilitas yang dibuat untuk dapat menerima sampah anorganik yang sudah terpilah, sehingga sampah yang sudah dipilah dan dikumpulkan dapat dikelola dan memiliki nilai ekonomis. Pemilahan sampah

sangat berperan sebagai penyelamat sampah khususnya pada bulan Ramadhan agar dapat dimanfaatkan kembali, seperti membuat menu makanan yang berkelanjutan untuk didonasikan kepada yang membutuhkan. Sejak awal kehadiran perusahaan pengelolaan sampah bertanggung jawab di Indonesia, Rekosistem menggunakan *Waste Station* sebagai keunggulan dan keunikan bisnis. Pada proses perancangan tema pesan "Bersama Lebih Baik", terdapat perencanaan strategi untuk melakukan komunikasi agar pesan dapat dibuat dengan baik, sehingga masyarakat paham akan istilah dari *Waste Station* melalui pesan-pesan yang dikemas.

Penyebaran pesan komunikasi penting untuk dilakukan, agar dapat menciptakan pemahaman antara pemberi pesan dengan publik. Selain itu, masyarakat hidup berdampingan dengan komunikasi, sehingga dibutuhkan cara yang tepat untuk mengkomunikasikan hal tersebut agar tidak timbul bias dan informasi yang salah di kalangan masyarakat. Cara yang tepat untuk mengkomunikasikan pesan menurut (Cornic MC & Tiffin, p. 210) adalah mengetahui tujuan mengapa pesan tersebut harus disampaikan, mengetahui target audiens, memahami bahwa cara orang lain menerima informasi tidak sama dengan apa yang kita mengerti dan menyampaikan pesan sesuai dengan data yang diterima. Umumnya, pemaparan dan edukasi mengenai data disampaikan melalui bentuk hasil riset seperti artikel, publikasi ilmiah, dan konferensi sains. Menurut Riza Arief Putranto, Ph.D., DEA. Selaku ilmuwan dan komunikator sains, menyebabkan keluaran tersebut sulit untuk dimengerti masyarakat umum, sehingga dibutuhkan alternatif seperti media sosial. Alasannya, karena 68,9% masyarakat Indonesia, dengan kisaran usia 18 sampai 34 tahun, menghabiskan waktu di media sosial selama kurang lebih delapan jam per harinya. (Ruslan, 2018)

Peran Rekosistem sangat penting sebagai salah satu bisnis yang dapat membantu penanggulangan sampah di Indonesia membuat peneliti tertarik untuk membahas bagaimana perencanaan strategi pesan yang dilakukan oleh Rekosistem dalam mengajak masyarakat untuk ikut serta menjaga kebersihan lingkungan melalui tema pesan #BersamaLebihBaik yang dilakukan melalui media sosial Instagram.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dijabarkan di atas yang menjelaskan mengenai peningkatan timbunan sampah yang diakibatkan oleh kurangnya edukasi dan informasi yang masyarakat dapatkan mengenai pentingnya menjadi bijak mengelola sampah secara bertanggung jawab.

Maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perancangan strategi pesan yang dilakukan oleh Rekosistem untuk memberikan edukasi dan informasi mengenai pentingnya menjadi bijak mengelola sampah secara bertanggung jawab sehingga permasalahan peningkatan timbunan sampah dapat diminimalisir.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi perancangan pesan yang dilakukan Rekosistem melalui tagar #BersamaLebihBaik di media sosial Instagram?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi perancangan pesan yang dilakukan Rekosistem melalui tagar #BersamaLebihBaik di media sosial Instagram.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang komunikasi, khususnya pada bisnis di bidang perancangan dan pengelolaan pesan serta dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis pada penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi untuk PT Khazanah Hijau, atau Rekosistem

terkait strategi pesan yang akan dilakukan selanjutnya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku bisnis lainnya dalam mempertimbangkan strategi pengelolaan pesan untuk kampanye, khususnya di media sosial Instagram.

