

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketersediaan air bersih merupakan salah satu hak hidup yang penting bagi seluruh manusia. Namun dilansir dari BMKG.go.id pada 1 Agustus 2023, sebanyak 63 persen wilayah mulai menghadapi kemarau yang lebih panjang. Kekeringan panjang di tahun 2023 ini telah mengancam 70 persen dari total 511 kabupaten/kota di seluruh Indonesia yang telah dipetakan oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana atau BNPB (Prasetyo, 2023). Perlu disadari kondisi krisis air bersih tidak hanya disebabkan oleh ancaman perubahan iklim, namun juga faktor utamanya sebagai hasil dari rangkaian ragam ketidakbijakkan perilaku manusia selama ini dalam menggunakan sumber air bersih (baik air tanah maupun air PAM) tanpa memperhatikan dampak kelestarian kuantitas serta kualitasnya. Dalam laporan pelaksanaan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan menyatakan bahwa nilai Indeks Kualitas Air (IKA) di Jakarta menempati posisi terendah kedua setelah Nusa Tenggara Barat (BAPPENAS, 2023). Diperkuat dengan hasil uji coba kualitas air pada 120 titik sungai di Jakarta oleh Dinas Lingkungan Hidup Jakarta, keseluruhan hasilnya memaparkan sungai berada pada fase pencemaran sedang dan berat (Faisal, 2023).

Selain terkait pencemaran, perilaku yang menjadi penyebab krisis air bersih di wilayah Jakarta adalah perilaku eksploitasi. Dalam hal ini, ditemukan hasil data dari laman resmi Badan Geologi, Kementerian Energi, dan Sumber Daya Mineral (ESDM) pada 9 Juni 2017 memaparkan bahwa perilaku eksploitasi air tanah secara berlebihan dan illegal telah mengakibatkan laju penurunan muka tanah berkisar 0-18,2 cm/tahun yang paling cepat dirasakan di daerah Jakarta Utara. Diperkuat dengan hasil riset Heri Andreas (peneliti ITB), untuk daerah Jakarta Utara telah mengalami penurunan tanah sekitar 25 cm per tahun dan daerah Jakarta Barat sebesar 15 cm per tahun (Hidayat, 2018)

Menurut Puslitbang Pemukiman Dep. Kimpraswil tahun 2000 dan Peraturan Menteri Kesehatan no 986 tahun 1992 menyatakan bahwa kebutuhan air bersih per orang per hari untuk rumah tinggal adalah 120 liter/penghuni (Nuraini, 2023). Apabila diambil data banyaknya anggota rumah tangga di DKI Jakarta per 2020 sebanyak rata-rata sejumlah empat orang, maka total kebutuhan air bersih per hari untuk per satu rumah tinggal umumnya yaitu sebanyak 480 liter per hari atau setara dengan 0,48 m³. Namun nyatanya wilayah Jakarta Barat dan Utara berada di urutan paling tinggi dibandingkan wilayah Jakarta lainnya dengan konsumsi air sebanyak 0,73 m³ per hari atau setara dengan 730 liter per hari. Dapat disimpulkan bahwa perilaku masyarakat Jakarta dalam mengeksploitasi sumber air bersih tergolong sangat memprihatinkan. Masyarakat harus mulai menyikapi secara serius terkait kondisi kelangkaan sumber air bersih ini.

Setelah mengetahui adanya masalah perilaku eksploitasi tersebut dengan yang terparahnya berada di wilayah Jakarta Barat dan Utara maka penulis menyadari bahwa isu ini penting untuk ditindaklanjuti dengan dibuatkannya kampanye sosial. Rangkaian aktivitas kampanye sosial ditujukan untuk mengajak sekelompok orang mengikuti suatu pesan yang dituju dalam kurun waktu tertentu sehingga dapat merubah perilaku atau memperbaiki keadaan diri maupun orang sekitar (Mcgee, 2009). Maka dari itu penulis mengambil judul untuk Tugas Akhir, yaitu “Perancangan Kampanye Sosial Krisis Air Bersih Bagi Masyarakat Kota Jakarta Barat dan Utara” dengan tujuan untuk mengubah sikap serta perilaku masyarakat dalam menggunakan sumber air bersih baik air tanah ataupun air PAM.

Mandatory untuk perancangan kampanye sosial krisis air bersih ini memilih Greenpeace Indonesia sebagai NGO (*Non Governmental Organization*) yang telah banyak berhasil menyadarkan publik dan mendorong pemerintah untuk dapat segera beraksi perihal isu lingkungan (hutan, energi, air, serta laut) dan iklim serta isu pelanggaran HAM yang kaitannya dengan lingkungan. Setelah penulis melakukan berbagai macam pengumpulan data, rangkaian kegiatan kampanye harus dapat menjangkau target audiens baik secara cetak maupun digital dan langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan model perilaku konsumsi

AISAS dalam buku “The Dentsu Way”. Fokus utama penulis berada pada pemanfaatan media sosial Instagram karena merupakan media yang masih sangat populer dan banyak digunakan di Indonesia (Nevyra, 2022). Terlebih kecenderungan target audiens banyak melakukan mobilitas dan kegiatan secara cepat maka dari itu penting untuk menysasar titik-titik yang efektif dan efisien agar pesan kampanye mengenai krisis air bersih dapat tersampaikan dengan cara yang menarik dan tersimpan dibenak target audiens.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis merumuskan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan kampanye sosial krisis air bersih bagi masyarakat Kota Jakarta Barat dan Utara?

1.3 Batasan Masalah

Dalam melakukan proses perancangan kampanye sosial kesadaran krisis air bersih bagi masyarakat kota Jakarta Barat dan Utara penulis membatasi masalah, yaitu sebagai berikut:

1) Demografis

- a. Usia : 20-29 tahun (Primer), 30-45 tahun (Sekunder)

Penulis membatasi target primer perancangan kampanye sosial kesadaran krisis air bersih berada di usia 20-29 tahun dengan harapan individu tersebut telah mencapai kemandirian secara emosional dan dapat menyesuaikan diri terhadap masalah yang ada dengan lebih bertanggung jawab, matang, dan bijaksana (Palupi, 2021). Periode dewasa awal juga merupakan periode penyesuaian dengan pola-pola kehidupan dan harapan-harapan sosial baru. Menurut Laura A. King dalam (Palupi, 2021) mengatakan bahwa usia dewasa merupakan usia dimana individu memiliki peluang untuk mengubah hidup mereka. Menurut Erkson dalam (Palupi, 2021) dewasa awal berada di usia 20-30 tahun. Namun perancangan kempanye sosial ini juga terbuka

untuk target sekunder dengan usia 30-45 tahun terutama ibu rumah tangga.

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1992 jo PP No. 21 Tahun 1994 tentang fungsi keluarga secara umum (Telaumbanua, 2018), "*Fungsi sosialisasi dengan menciptakan lingkungan keluarga sebagai sosialisasi bagi anak yang pertama dan utama dan tempat awal pendidikan anak serta fungsi pelestarian lingkungan yaitu lingkungan keluarga dapat membina kedewasaan anak untuk menjaga kelestarian lingkungan*".

- b. Jenis Kelamin : Pria dan wanita
- c. Tingkat Ekonomi : SES B-A
- d. Pendidikan : Minimal SMA

Menurut data BPS (BPS, 2022) rata-rata upah atau gaji bersih sebulan pekerja formal di Jakarta Utara adalah Rp6.989.774,- dan Jakarta Barat sebesar Rp5.687.307,- sehingga penulis menentukan batasan masalah penelitian baik pria maupun wanita dengan tingkat ekonomi SES B-A. Pembatasan target pendidikan minimal berada di tingkat SMA karena menurut data BPS (BPS, 2023) tingkat partisipasi angkatan kerja di Jakarta Barat menempati urutan ke-3 sebesar 63,97 persen setelah Jakarta Utara sebesar 64,34 persen. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) dapat dinyatakan untuk seluruh penduduk dalam usia kerja dan dapat pula dinyatakan untuk satu kelompok penduduk tertentu. Maka dari itu dapat disimpulkan usia terbanyak masyarakat di wilayah Jakarta Barat dan Utara berada pada usia kerja.

2) Geografis

Penulis membatasi proses perancangan kampanye sosial kesadaran krisis air bersih dengan target geografis utamanya berada di wilayah Jakarta Barat dan Jakarta Utara karena wilayah ini telah mengalami penurunan permukaan tanah terbesar dan menjadi sorotan krisis air bersih di Indonesia pada 2023 lalu.

3) Psikografis

Individu/kelompok dengan psikografis seperti dibawah ini:

- a. Menggunakan air bersih tidak dengan sewajarnya.
- b. Peduli akan isu/fenomena terkait krisis air bersih.
- c. Mengalami krisis air bersih.
- d. Belum memahami bahaya krisis air bersih terkhususnya di wilayah Jakarta.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan yang penulis ingin capai dalam Tugas Akhir ini yaitu untuk mengetahui bagaimana proses perancangan kampanye sosial krisis air bersih bagi masyarakat Kota Jakarta Barat dan Utara sehingga diharapkan dapat meningkatkan *awareness* dan mendorong adanya *action* dalam menghargai penggunaan air bersih dalam kehidupan sehari-hari.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1) Bagi Penulis

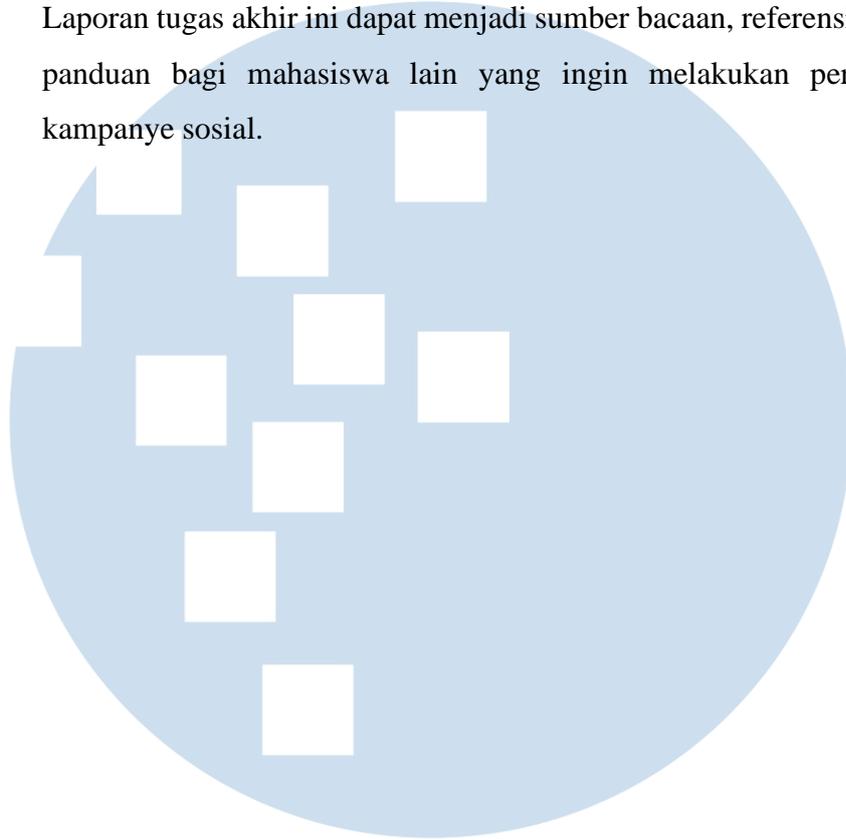
Selain sebagai syarat agar mendapatkan gelar sarjana, penulis semakin menyadari bahwa isu sosial akan krisis air bersih penting untuk segera ditindaklanjuti dengan harapan penulis dapat menerapkan dan mengimplementasikan ilmu-ilmu yang telah didapat selama di bangku perkuliahan. Selain itu, dengan adanya perancangan kampanye sosial ini penulis berharap dapat belajar menghasilkan perancangan kampanye sosial yang lebih baik lagi di kemudian hari.

2) Bagi Masyarakat

Kampanye sosial ini berfokus untuk membangun kesadaran serta merubah perilaku masyarakat Jakarta Barat dan Jakarta Utara untuk dapat berperan aktif mengatasi isu krisis air bersih yang saat ini penting untuk segera ditindaklanjuti. Agar selanjutnya masyarakat dapat lebih siap untuk mencegah dampak lain dari adanya perubahan iklim dunia di masa yang akan datang.

3) **Bagi Universitas**

Laporan tugas akhir ini dapat menjadi sumber bacaan, referensi, maupun panduan bagi mahasiswa lain yang ingin melakukan perancangan kampanye sosial.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA