

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) melalui Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) mengungkapkan bahwa dari 2,3 juta ton limbah pakaian di Indonesia, hanya terdapat 0,3 juta ton limbah pakaian yang didaur ulang. Salah satu dampak buruk yang sudah terlihat pada saat ini, telah diungkapkan oleh Pusat Riset Oseanografi Institut Pertanian Bogor yang mengatakan fakta bahwa 70% bagian tengah sungai Citarum telah tercemar oleh mikro plastik yang berupa serat polyester dari industri tekstil. Tentunya, pencemaran perairan tersebut dapat membahayakan makhluk hidup di dalamnya dan menurunkan kualitas air (Wikiandy, Rosidah & Herawati, 2013).

Berdasarkan pada permasalahan limbah pakaian, Setali Indonesia hadir sejak 2018, dan telah tercatat bahwa Setali Indonesia sudah memproses lebih dari 30 ton limbah pakaian menjadi 10.000 lebih barang baru dan berkolaborasi dengan lebih dari 30 mitra. Dalam rangka upaya mengatasi permasalahan limbah pakaian, Setali memberikan solusi melalui tiga jenis program, yaitu Setali *Goods*, Setali *Education*, dan Setali *Collaboration*. Melalui program-programnya tersebut, Setali Indonesia mengajak masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam mengurangi serta mempelajari cara pengolahan limbah pakaian.

Caine Aurilia, *head of education* Setali Indonesia mengungkapkan bahwa Setali Indonesia memiliki tantangan untuk bisa mempertahankan tren *sustainability* di dalam gempuran tren *fast fashion* di masyarakat. Maka, pada saat ini Setali sedang berusaha berjalan secara paralel, yaitu harus terus berinovasi dan juga turut mengedukasi tentang *sustainable fashion*. Namun, dengan banyaknya program-program yang telah dijalankan tersebut, Setali belum bisa menyampaikan informasi mengenai edukasi keterampilan mendaur ulang dengan baik, karena penyebaran

informasi masih terbatas di media sosial. Hal ini mengakibatkan semakin kecilnya kemungkinan masyarakat menemukan informasi dari Setali Indonesia.

Ketidak efektif-an dalam penyebaran informasi ini disebabkan oleh navigasi media sosial yang kurang baik. Hal tersebut didukung oleh Anggria Ahda Mawadati, *Operations & Campaign Coordinator* Yayasan Konservasi Alam Nusantara (YKAN) sebagai perwakilan lembaga yang pernah berkolaborasi dengan Setali. Beliau mengungkapkan bahwa media sosial Instagram Setali Indonesia memiliki navigasi yang membingungkan, sehingga proses pencarian informasi menjadi lebih lama dan tidak efektif. Maka dari itu beliau turut mendukung Setali Indonesia untuk memiliki media informasi interaktif dalam bentuk *website*.

Media informasi interaktif merupakan media informasi yang menghadirkan kemungkinan terjadinya arus informasi timbal balik (Morissan, 2010). Keunggulan lain dari media informasi interaktif adalah desainer dapat menentukan navigasi media informasi, agar proses penyampaian pesan dapat tersampaikan dengan mudah dan jelas. Pada dasarnya, *website* atau biasa disebut web merupakan kumpulan dari halaman-halaman yang berisikan berbagai informasi berupa teks, gambar diam maupun bergerak, video, maupun gabungan semuanya (Syaban, Mewengkang, dan Golung, 2018). Maka, dengan memanfaatkan media informasi *website*, Setali Indonesia dapat menghadirkan informasi yang lengkap dengan navigasi yang jelas mengenai program-program yang bisa diikuti oleh masyarakat.

Setali Indonesia membutuhkan media informasi yang lengkap dan praktis, dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat yang ingin berpartisipasi dalam menjalankan program-program mendaur ulang. Hal tersebut turut didukung oleh Caine selaku *head of education* Setali Indonesia. Setali Indonesia menyadari bahwa media informasi interaktif diperlukan sebagai pusat informasi atau *one stop solution* bagi audiensnya. Maka dari itu, penulis akan merancang media informasi interaktif (*website*) Setali Indonesia yang bertujuan untuk menghadirkan sebuah media informasi yang berguna untuk membantu Setali Indonesia mewujudkan solusi-solusi atau program yang ditawarkan untuk mengatasi masalah limbah pakaian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran sebelumnya, maka ditemukan beberapa masalah seperti berikut:

1. Informasi mengenai program-program Setali Indonesia dan edukasi keterampilan mendaur ulang masih belum menyebar secara luas dikarenakan sulit didapatkan.
2. Media informasi Setali Indonesia masih terbatas hanya pada media sosial Instagram, sehingga memiliki navigasi yang kurang baik, tidak praktis dan efektif.

Merujuk permasalahan-permasalahan yang telah ditemukan, maka rumusan masalah yang penulis angkat dalam perancangan ini adalah sebagai berikut: Bagaimana perancangan media informasi interaktif mengenai Setali Indonesia?

1.3 Batasan Masalah

Tujuan dari batasan masalah yaitu untuk membuat permasalahan menjadi lebih fokus. Berikut batasan masalah yang telah penulis tentukan.

1) Demografis

a. Jenis Kelamin : Pria dan wanita

b. Usia: 17 – 25 tahun (primer) dan 26 – 35 tahun (sekunder)

Rentang usia primer yang dipilih merupakan rentang usia yang termasuk kategori masa remaja akhir (Amin & Juniati, 2017). Remaja cenderung berpikir abstrak yang mengandung banyak idealisme dan logis, serta memecahkan permasalahan melalui *trial and error*. Maka, tipe remaja memecahkan masalah dengan cara menuntut penalaran, hipotesis, dan deduktif, atau dengan menciptakan sebuah hipotesis, lalu melakukan deduksi terhadap implikasinya, dan memungkinkan untuk menguji hipotesisnya untuk membuktikannya. Maka dengan itu, remaja dapat menentukan langkah terbaik yang harus diikuti untuk memecahkan masalah (Santrock, 2011). Selain itu, masa remaja memiliki sifat yang labil, spesifik, dan mudah dipengaruhi, serta cenderung konsumtif atau

berkonsumsi secara berlebihan (Wulandari et al, 2016). Maka dari itu, rentang usia remaja akhir ditentukan sebagai target primer dikarenakan memiliki peluang yang sangat besar dan efektif untuk menerima serta membutuhkan informasi mengenai *sustainable fashion* dan pengolahan limbah pakaian (Setali *Education*) dari *website* Setali Indonesia yang akan dirancang.

Usia 26 – 35 tahun tergolong kedalam masa dewasa awal. Penulis menentukan rentang usia tersebut sebagai usia sekunder dikarenakan berdasarkan riset yang dilakukan oleh Kredit Digital Kredivo bersama Katadata Insight Center, menunjukkan bahwa kelompok usia tersebut merupakan kelompok usia yang paling banyak berbelanja *online*. (Kristo dalam Pratiwi, Ratnaningtyas, & Adhandyani, 2022)

c. Kewarganegaraan: Indonesia

d. *Social Economic Status* (SES): A2 – B (primer) dan A1 (sekunder)
Berdasarkan hasil riset Talenta Data Indonesia, SES A2 merupakan kategori dengan tingkat pengeluaran rumah tangga per bulan mencapai Rp5.000.001 – Rp7.500.000, sedangkan SES B pengeluarannya mencapai Rp3.000.000 – Rp5.000.000. Yanti Nisro, Ketua Umum Perhimpunan Riset Pemasaran Indonesia (Perpi) mengatakan bahwa kelompok SES A2, yang berarti kelompok anak muda dengan gaji cukup layak memiliki gaya hidup yang *fashionable* dan lebih mengedepankan nilai daripada harga. Sedangkan SES B biasanya adalah kelompok dengan pendidikan terakhir SMA atau universitas dan memiliki pekerjaan sebagai pegawai menengah, pengusaha, dan sebagainya.

2) Geografis

Target audiens untuk perancangan ini meliputi masyarakat perkotaan di Jabodetabek.

3) Psikografis

Perancangan media informasi interaktif mengenai Setali Indonesia ini ditujukan untuk remaja akhir yang sudah mulai memperhatikan fesyen dan memiliki rasa *fear of missing out* (FOMO) terhadap tren fesyen, *tech savvy*, serta memiliki kesadaran sekaligus simpati terhadap lingkungan dan mau mengambil peran menjadi bagian penyelamat bumi. Perancangan ini juga ditujukan kepada *light* hingga *heavy user* dengan tingkat kesiapan mengadopsi *innovators* dan *early adopters*.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir penulis adalah merancang media informasi interaktif mengenai Setali Indonesia.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut merupakan manfaat tugas akhir bagi penulis, masyarakat, dan universitas.

1.5.1 Bagi Penulis

Perancangan tugas akhir ini bermanfaat bagi penulis untuk memperluas wawasan mengenai *sustainable fashion* dan sebagai pembuktian penerapan ilmu desain yang sudah dipelajari selama ini di Universitas Multimedia Nusantara melalui proses riset serta perancangan *website* sebagai media informasi interaktif.

1.5.2 Bagi Masyarakat

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi media informasi yang efektif dan efisien bagi masyarakat untuk semakin mengenal Setali Indonesia, sehingga dapat turut mendukung dan berkontribusi dalam mengurangi limbah fesyen.

1.5.3 Bagi Universitas

Perancangan tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai sarana tambahan untuk referensi penelitian di masa yang akan datang apabila terdapat penelitian mengenai media informasi interaktif *website*.