

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Metode penelitian menurut Creswell J.W. & Creswell J.D. (2018) terbagi menjadi tiga metode, yaitu metode kualitatif, metode kuantitatif, dan metode campuran (*mixed method*). Penulis akan menggunakan metode *mixed method* sebagai metode penelitian tugas akhir ini. Metode penelitian *mixed method* menggabungkan kedua metode kualitatif dan kuantitatif untuk meraih wawasan data lebih luas dibanding dari data kualitatif atau kuantitatif saja. Data yang dikumpulkan kemudian akan menjadi penentu keputusan penulis dalam pembuatan konten dan desain. Penulis juga melakukan analisis studi eksisting kepada Universal Eco, dan studi referensi pada kampanye *Hazardous waste... together we've got it* yang dirancang oleh Blue Mountain City Council, Australia.

3.1.1 Metode Kualitatif

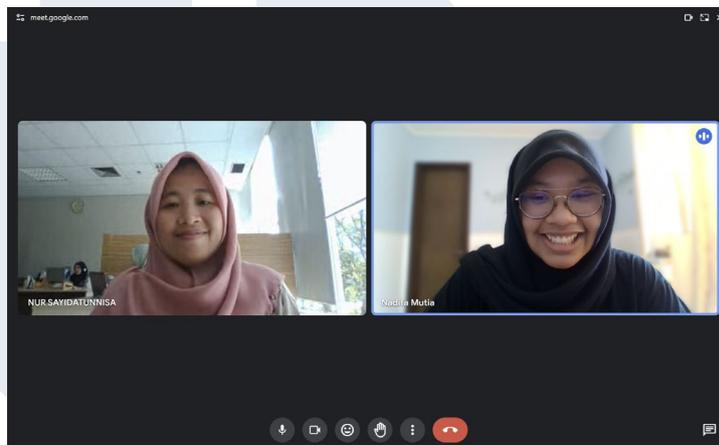
Metode penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk memahami masalah yang ada pada grup sosial di antara masyarakat dengan cara memilih satu representasi untuk memberikan pendapatnya dalam suatu topik (Creswell J.W. & Creswell J.D., 2018). Penulis melakukan wawancara dengan tiga narasumber, yaitu ahli bidang limbah B3, ibu rumah tangga, dan petugas sampah. Studi eksisting juga dilakukan untuk mendukung perancangan kampanye.

3.1.1.1 Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap 'Nur', salah satu perwakilan dari K3L Universitas Multimedia Nusantara, untuk mendapatkan data informasi limbah B3, wawancara dengan 'Tyas', seorang ibu rumah tangga, untuk mendapatkan data dari perspektif masyarakat, dan kepada seorang petugas sampah, untuk mendapatkan data tentang perspektif petugas sampah tentang pembuangan limbah B3.

1) Wawancara kepada Nur Sayidatunnisa, Ahli Limbah B3

Wawancara akan dilakukan kepada Nur Sayidatunnisa, perwakilan dari Unit K3L UMN bagian *Health Safety Environment Superintendent* untuk mendapatkan data. Wawancara dilakukan pada tanggal 5 Maret 2024 pukul 13.00 WIB menggunakan aplikasi Google Meet bertujuan untuk mendapatkan informasi data mengenai sampah B3.



Gambar 3.1 Wawancara Dengan Nur Sadiyatunnisa

Nur menjelaskan bahwa limbah dan sampah B3 berbeda, di mana limbah dikaitkan dengan aktivitas industri, perusahaan, atau usaha yang menghasilkan buangan atau residu sehingga menghasilkan limbah. Kemudian Nur menjelaskan B3 merupakan singkatan dari bahan beracun dan berbahaya, maka limbah B3 adalah sampah yang mengandung zat beracun maupun berbahaya untuk lingkungan. Zat atau bahan beracun itulah yang membuat sampah B3 butuh pengolahan dan metode pembuangan khusus.

Nur kemudian mengatakan bahwa sampah B3 rumah tangga sebenarnya ada di sekitar orang-orang, seperti alat-alat pembersih, parfum, pemutih baju, dan juga cat dinding. Produk yang menggunakan kaleng aerosol seperti disinfektan, obat nyamuk, cat semprot, dan sebagainya diperlukan pembuangan

dengan metode yang khusus dapat menyebabkan ledakan. Minyak goreng atau minyak jelantah juga termasuk dalam kategori B2 atau bahan beracun untuk lingkungan sehingga harus dibuang dengan metode yang benar.

Salah satu kasus limbah B3 yang dijelaskan oleh Nur adalah banyaknya warga yang tinggal di pinggir sungai yang menggunakan air sungai dalam kegiatan sehari-hari seperti mencuci pakaian dan mencuci piring. Zat beracun dan berbahaya yang terkandung dalam sabun pencuci lama kelamaan dapat bercampur dan membentuk lumpur, sehingga membuat air surut dan membuat kekeringan. Air yang ada pada sungai tersebut juga akan terkontaminasi dengan bahan berbahaya membuat air tersebut menjadi toksik dan tidak layak untuk dipakai.

Peraturan pemerintah dalam pengolahan limbah B3 saat ini masih lebih difokuskan pada aktivitas industri dan belum ditegaskan untuk aktivitas rumah tangga. Saat ini pengolahan dapat berakhir memusnahkan atau mendaur ulang limbah B3. Insinerasi merupakan salah satu metode memusnahkan limbah B3 dengan membakar limbah menggunakan mesin pembakar yang memiliki suhu mencapai 1000 derajat *celsius*. Selain itu metode lainnya yaitu *landfill* juga dapat memusnahkan limbah atau sampah B3, di mana limbah B3 diberikan *treatment* kemudian ditimbun di dalam tanah yang dikhususkan untuk *landfill* dan dalam kurun berapa puluh tahun sampah tersebut akan bersatu dengan tanah. Limbah B3 juga dapat di daur ulang, tetapi hanya sampah-sampah tertentu yang dapat di olah seperti yang dilakukan oleh perusahaan Holsim yang mendaur ulang limbah karet ban mobil yang diolah menjadi batu bata.

Ketika ditanyakan apakah seharusnya masyarakat mengetahui mengenai limbah B3, Nur mengatakan bahwa seharusnya

masyarakat sudah mendapatkan edukasi seputar limbah B3, minimalnya penggolongan sampah. Nur kemudian menambahkan bahwa infrastruktur yang ada sekarang belum cukup untuk memfasilitasi pengolahan sampah. Contohnya seperti penyediaan tempat sampah tiga jenis hanya tersedia di daerah kota, seperti pengalaman Nur yang tinggal di daerah Kabupaten, masih jarang orang-orang yang memisah sampah menjadi tiga jenis. Meskipun begitu, penempatan tempat sampah di kota juga masih tidak strategis sehingga orang sudah memisahkan sampah tidak tahu harus dibuang di mana, yang berujung sampahnya kembali digabung. Nur juga mengatakan dari sisi kesadaran, sosialisasi sangat jarang dilakukan terkait dengan limbah B3, bahkan sampai sekarang beliau tidak pernah melihat adanya iklan layanan masyarakat limbah B3 rumah tangga.

Dari adanya kampanye, Nur berharap masyarakat mulai mengetahui dan sadar akan sampah B3 mulai dari memahami B3, apa saja yang termasuk kategori B3, dan dampak sampah B3. Pengetahuan ini juga harus didukung oleh infrastruktur untuk mendukung penerapan kebiasaan untuk membuang limbah B3 sesuai dengan metodenya. Nur memberikan contoh dari negara Jepang di mana pemerintahannya memiliki aturan pembuangan sampah yang ketat, membentuk masyarakatnya memiliki kebiasaan untuk memilah sampahnya sebelum dibuang. Dengan adanya ajakan berupa kampanye, diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk mencapai lingkungan yang bebas oleh pencemaran limbah B3.

Sebagai kata terakhir, Nur menambahkan bahwa memang pengolahan limbah B3 saat ini bergantung dengan sarana dan infrastruktur dari pemerintah, namun tidak menutup

kemungkinan juga masyarakat dapat menjadi agen perubahan. Pelajar seperti siswa SMA atau mahasiswa dapat membuat tempat penampungan sampah B3 dan mensosialisasikan kepada warga sekitar, setelah ditampung kemudian sampah B3 yang telah dikumpulkan dapat diserahkan kepada lembaga, aparat, atau pihak yang dapat mengolahnya sampah B3.

2) Wawancara dengan Tyas Hermala Anindita, Ibu Rumah Tangga

Wawancara dengan narasumber Tyas Hermala Anindita dilakukan menggunakan aplikasi Google Meet pada Jumat, 1 Maret 2024 pukul 17.00 WIB. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data informasi perspektif dan *behaviour* ibu rumah tangga tentang pembuangan limbah B3.



Gambar 3.2 Wawancara Dengan Tyas Hermala Anindita

Tyas mengatakan bahwa sepengetahuannya yang diajarkan dari sekolah, limbah B3 yang berjenis cairan kimia dan limbah medis dapat membahayakan karena dapat berdampak pada lingkungan dan kesehatan makhluk hidup seperti menularkan penyakit. Meskipun dengan pengetahuan ini, beliau masih tetap membuang sampahnya digabung dengan sampah lainnya, tetapi untuk sampah tajam seperti pecahan gelas dipisahkan dan diberikan perekat untuk menutupi bagian tajamnya.

Tyas juga mengatakan bahwa orang-orang di sekitarnya masih belum sadar dengan ancaman dan dampak yang akan ditimbulkan dari limbah B3. Ketika ditanyakan hal apa yang dapat mendorong masyarakat untuk mulai membuang sampah khususnya limbah B3 sesuai dengan metodenya adalah persuasi menggunakan iklan layanan masyarakat dan peningkatan sistem pembuangan sampah. Dari pengalamannya, meskipun sampah rumah tangga sudah dipisahkan ketika diangkut pada truk sampah semua sampah yang sudah dipisah akan digabungkan lagi sehingga diperlukan juga peningkatan fasilitas dan sarana dari sisi pengelolaan sampahnya.

Masyarakat di sekitar tempat Tyas tinggal masih memiliki pemahaman yang rendah terkait soal limbah B3 dan masih belum ada gerakan atau upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang limbah B3 dan metode pembuangannya. Dengan kampanye, masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran mereka mengenai dampak dan ancaman limbah B3 sekaligus mulai mengubah kebiasaan mereka dengan memberikan fasilitas dan sarana pembuangan limbah B3 rumah tangga.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.1.1.2 Studi Eksisting

Studi eksisting dilakukan untuk menemukan kekurangan dan kelebihan dalam media serupa yang memiliki topik yang sama. Penulis juga melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) untuk kemudian dijadikan bahan pertimbangan dalam perancangan kampanye yang akan dibuat.

1) Universal Eco

Universaleco.id merupakan *website* dari perusahaan PT. Universal Eco Pasific, yang membahas tentang kepedulian lingkungan yang menawarkan layanan pengolahan limbah sekaligus memproduksi pipa dan beton dengan bahan baku ramah lingkungan. *Website* Universal Eco memberikan informasi seputar berbagai macam sampah termasuk limbah B3 dan menyediakan fasilitasi pengelolaan limbah. Universal Eco sudah dipercayai oleh perusahaan besar seperti Nike, Polytron, dan Castrol untuk mengolah limbah yang dibuat dalam tahap produksi. Universal Eco memiliki pelayanan seperti:

- 1) Jual *E-waste*
- 2) *Extended Producer Responsibility*
- 3) Daur Ulang Plastik & Kemasan Limbah B3
- 4) Pengolahan Limbah B3
- 5) Pengolahan Limbah Medis & Farmasi
- 6) *Zero Waste Treatment*
- 7) *Secure Data & Destruction*



Gambar 3.3 Tampilan *Website* Universal Eco
 Sumber: universaleco.id

Universal Eco juga memiliki sosial media Instagram aktif yang digunakan untuk memberikan informasi terkini seputar sampah dan limbah B3 dengan gaya visual fotografi dan *digital imaging*, disertai dengan teks yang menggunakan *typeface sans serif* yang mempermudah informasi untuk dibaca. *Tone of voice* yang digunakan dalam konten *website* dan sosial media adalah *conversational* dan *trendy*, membuat konten memberikan kesan lebih *friendly* meskipun topik yang dibicarakan serius. Palet warna yang digunakan terdiri dari warna toska, hijau, dan putih, yaitu warna yang merepresentasikan alam. Visual sosial media dan *website* juga memiliki desain yang konsisten, sehingga merek dapat teridentifikasi.



Gambar 3.4 Tampilan Instagram Universal Eco
 Sumber: <https://www.instagram.com/universaleco.id/>

Tabel 3.1 Tabel SWOT Universal Eco

SWOT	Keterangan
<i>Strength</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Website Universal Eco memiliki informasi lengkap seputar sampah secara umum termasuk limbah B3. 2) <i>Post</i> Instagram memiliki konten yang menarik, termasuk Instagram <i>reels</i> yang memiliki penyampaian informasi yang <i>trendy</i>. 3) Gambar fotografi dan <i>digital imaging</i> yang digunakan dalam konten <i>website</i> maupun sosial media sudah sesuai.
<i>Weakness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1) <i>Website</i> Universal Eco hanya memberikan informasi seputar sampah serta pelayanan pengolahan dan pengangkutan sampah mereka, tidak memberikan cara membuang limbah B3 yang benar. 2) Informasi tentang sampah ditulis dalam bentuk artikel yang masuk pada <i>tab blog</i> di dalam <i>website</i> sehingga sulit untuk diakses. 3) Informasi tidak cukup untuk mendorong <i>user</i> membuang limbah B3 dengan metode yang benar.

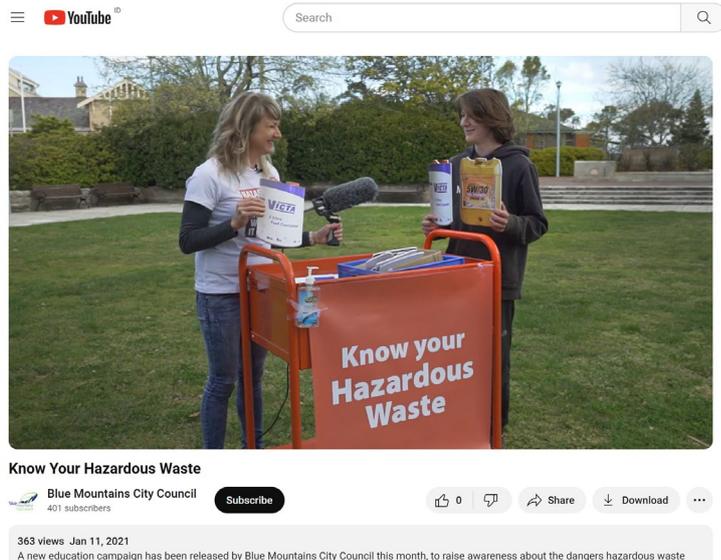
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

<i>Opportunity</i>	<p>1) Kampanye interaktif maupun edukatif seputar metode pembuangan limbah B3 di daerah Jabodetabek masih sangat sedikit atau bahkan tidak ada.</p> <p>2) Meningkatkan pengetahuan warga dan mendorong masyarakat untuk membuang limbah B3 pada tempatnya.</p>
<i>Threat</i>	<p>1) Meskipun mengetahui bahaya dari limbah B3, masyarakat tidak terdorong untuk melakukan perubahan.</p>

3.1.1.3 Studi Referensi

Hazardous waste... we've got it sorted adalah kampanye edukasi yang dirancang oleh Blue Mountains City Council, Australia dilaksanakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai bahaya limbah B3 pada lingkungan masyarakat dan *World Heritage Area*. Kampanye ini berlangsung selama enam bulan dimulai dari Januari 2021, dengan menyebarkan informasi kepada warga, ahli renovasi rumah, dan pelaku usaha renovasi rumah mengenai; jenis limbah B3, metode pembuangan limbah B3 yang benar, melaporkan pembuangan ilegal, melindungi keluarga selama mengerjakan proyek *do-it-yourself*, dan melindungi bisnis warga.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.5 Video Kampanye *Hazardous waste... together we've got it sorted*

Sumber: <https://youtu.be/0E3MOgGEki8?si=pXL7XIQfEi5uk05G>

Kampanye ini dilaksanakan dengan harapan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai limbah B3. Walikota Blue Mountains, Greenhill mengatakan “Kami ingin penduduk dan pengusaha Blue Mountain tahu bahwa kualitas kesehatan komunitas dan kawasan warisan dunia dalam risiko jika limbah B3 tidak ditangani dan dibuang dengan benar”. Kampanye edukasi ini menyorot tanggung jawab setiap orang dalam memastikan penanganan dan pembuangan limbah B3 aman, baik dalam rumah maupun di tempat kerja. Blue Mountain City Council juga memiliki sarana pembuangan dan pengolahan limbah B3 yang masih berlangsung hingga sekarang untuk mendukung kampanye *Hazardous waste... together we've got it sorted*.

Kampanye ini menggunakan video sebagai media utama, yang kemudian dipublikasikan di sosial media Youtube, Instagram, dan X. Video tersebut berisikan seorang aktivis lingkungan yang membuat kios kecil dan menanyakan warga sekitar tentang sampah saja yang masuk ke dalam sampah rumah tangga dan sampah limbah B3. Pembawaan aktivis dalam video kampanye tersebut memiliki *tone*

of voice casual dan *friendly*, sesuai dengan target sasaran dari kampanye yaitu warga Blue Mountain.

3.1.1.4 Kesimpulan Wawancara

Berdasarkan data kualitatif yang telah dikumpulkan dengan wawancara terhadap ahli limbah B3, Ibu rumah tangga, dan petugas sampah, studi eksisting, dan studi referensi, penulis menyadari bahwa banyak masyarakat Indonesia yang tidak dapat membedakan limbah B3 dengan sampah lainnya. Wawancara dengan ibu rumah tangga juga menunjukkan meskipun sudah memisahkan limbah B3 dengan sampah lainnya, petugas sampah akan menggabungkan sampahnya kembali, maka dari itu peran petugas sampah dan pemerintah juga diperlukan untuk memfasilitasi pembuangan limbah B3. Untuk itu, kampanye dibutuhkan untuk memberikan edukasi serta memandu masyarakat sehingga limbah B3 tidak dibuang secara asal mengakibatkan kerusakan pada lingkungan.

3.1.2 Metode Kuantitatif

Menurut Creswell J.W. & Creswell J.D. (2018) metode kuantitatif melibatkan proses pengumpulan, analisis, interpretasi, dan hasil penelitian. Hasil dari survei akan memberikan gambaran kuantitatif mengenai tren, sikap, dan opini kelompok masyarakat.

3.1.3 Kuesioner

Penulis melakukan pengumpulan data kuantitatif dengan metode kuesioner yang disebarakan menggunakan aplikasi Google Form kepada masyarakat berdomisili Jabodetabek dengan rentang umur 17-35 tahun untuk mendapatkan informasi seputar *behaviour* target audiens dalam membuang limbah B3. Penulis dibantu orang tua dalam menyebarkan kuesioner ini dan telah meraih 142 responden. Kuesioner ini telah dikembangkan dan disesuaikan karena ada perubahan umur target audiens dan SES.

Tabel 3.2 Tabel Data Demografis Responden

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase
Usia	<17	-	-
	17-25	24	16.9%
	25-35	27	19%
	> 35	1	0.7%
	35-40	10	7%
	40-59	74	52.1%
	>60	6	4.2%
Domisili	Jakarta	33	23.2%
	Bogor	17	12%
	Depok	35	27.6%
	Tangerang	40	28.2%
	Bekasi	17	12%
Pendidikan terakhir	SMP	1	1%
	SMA sederajat	9	9.2%
	S1	41	41.8%
	S2	42	42.9%
	S3	5	5.1%
Pekerjaan	Ibu rumah tangga	28	19.7%
	Usaha rumah	6	4.2%
	<i>Freelance</i>	26	18.3%
	Karyawan	82	57.7%
Status	<i>Single</i>	27	27.5%
	Menikah	52	36.6%
	Berkeluarga	51	35.9%
Pengeluaran perbulan	<1.000.000	5	3.5%
	1.000.000 – 1.500.000	10	10%
	1.500.000 – 3.000.000	21	14.8%
	3.000.000 – 5.000.000	19	13.4%
	5.000.000 – 7.000.000	27	19%
	>7.000.000	60	42.3%

Sesuai dengan data demografis responden pada tabel 3.1, sebagian besar responden berumur 40-59 tahun, berasal dari daerah Jabodetabek dengan asal domisili terbanyak Tangerang, Depok dan Jakarta, mayoritas bekerja sebagai karyawan dan mengeluarkan pengeluaran per bulan lebih dari 7.000.000.

Tabel 3.3 Tabel Data Pengetahuan Responden

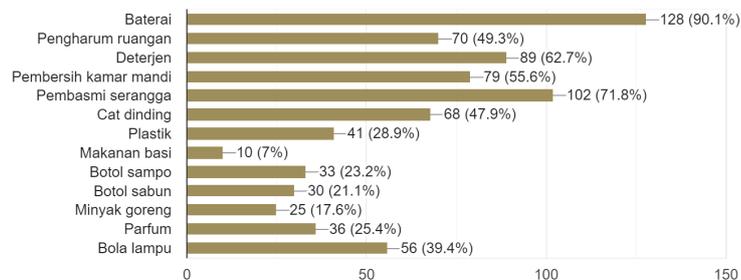
Pertanyaan	Jawaban	Frekuensi	Persentase
Apakah anda tahu apa itu limbah B3?	Ya	102	71.8%
	Tidak	40	28.2%
Seberapa pemahaman Anda tentang limbah B3?	1 (tidak mengerti)	30	21.1%
	2 (tidak cukup mengerti)	31	21.8%
	3 (mengerti)	62	43.7%
	4 (sangat mengerti)	19	13.4%
Dari deskripsi di atas, apakah menurut Anda limbah B3 berbahaya?	1 (tidak berbahaya)	1	0.7
	2 (tidak cukup berbahaya)	9	6.3%
	3 (berbahaya)	45	31.7%
	4 (sangat berbahaya)	87	61.3%
Kenapa berbahaya?	Dapat mencemarkan lingkungan	79	80.6%
	Dapat menurunkan kualitas hidup	12	12.2%
	Merusak ekosistem	50	51%
	Mengganggu kesehatan manusia	46	46.9%
	Menyebabkan banjir	2	2%
Jenis Limbah B3 apa yang sering Anda buang?	Baterai	47	48%
	<i>E-Waste</i>	7	7.1%
	Bola lampu	14	14.3%
	Kaleng aerosol	40	40.8%
	Deterjen	63	64.3%
Apakah Anda sudah membuang sampah pada tempatnya?	Ya	76	53.5%
	Tidak	66	46.5%
Seberapa sering Anda membuang sampah pada tempatnya?	1 (tidak pernah)	13	9.2%
	2 (jarang)	58	41.1%
	3 (sering)	41	29.1%
	4 (sangat sering)	29	20.6%
Apakah Anda pernah membuang limbah B3	Ya	116	81.7%
	Tidak	26	18.3%
Apakah Anda memahami metode pembuangan limbah B3?	Ya	58	40.8%
	Tidak	84	59.2%
Bagaimana cara Anda membuang limbah B3?	Digabung dengan sampah lainnya	41	28.9%
	Dikumpulkan kemudian dibuang pada tempat sampah umum	42	29.6%

	Buang sembarangan	4	2.8%
	Dikumpulkan dan dibuang di tempat sampah khusus B3	55	38.7%
Apakah Anda tahu limbah B3 memiliki tempat sampah khusus?	Ya	60	42.6%
	Tidak	81	57.4%
Apakah Anda tahu jika ada layanan pengambilan dan pengelolaan sampah?	Ya	61	43%
	Tidak	81	57%
Apakah Anda pernah menggunakan layanan pengambilan dan pengolahan sampah?	Ya	48	33.8%
	Tidak	94	66.2%

Mayoritas responden limbah B3 mengatakan bahwa mengetahui sampah jenis B3 dan bahayanya. 80.6% responden mengatakan alasan dari bahayanya limbah B3 karena dapat mencemarkan lingkungan.

Dari beberapa barang di bawah ini, menurut anda apa saja yang termasuk limbah B3? [Copy](#)

142 responses



Gambar 3.6 Pertanyaan Identifikasi Limbah B3 Kuesioner

Responden kemudian diuji pengetahuannya dengan pertanyaan “Dari beberapa barang di bawah ini, menurut Anda apa saja yang termasuk limbah B3?” Beberapa responden memberikan jawaban salah yaitu plastik, makanan basi, dan minyak goreng. Hal ini membuktikan meskipun responden memiliki pengetahuan seputar limbah B3, mereka masih belum dapat membedakan sampah apa saja yang termasuk limbah B3.

Sebagian besar responden mengatakan mereka sudah membuang sampah pada tempatnya, tetapi sebagian besar masih jarang membuang sampah sesuai tempatnya. Sebanyak 81.7% responden pernah membuang limbah B3 tetapi tidak memahami metode pembuangannya, sehingga mayoritas membuang limbah B3 digabung dengan sampah lainnya. Pada pertanyaan mengenai layanan pengangkutan limbah B3, mayoritas responden tidak mengetahui bahwa ada layanan pengambilan dan pengelolaan sampah sehingga tidak pernah menggunakan layanan pengambilan dan pengolahan sampah.

Tabel 3.4 Tabel Data *Behaviour* Responden

Pertanyaan	Jawaban	Frekuensi	Persentase
Dari mana Anda belajar atau mengetahui limbah B3?	Sekolah	26	18.3%
	Media informasi	42	29.6%
	Media sosial	74	52.1%
Media apa yang sering Anda gunakan dalam mencari informasi?	Website	58	59.2%
	Sosial media	35	35.7%
	Majalah	2	2%
	Radio	0	0%
	Koran	2	2%
	Buku	1	1%
Apakah Anda pernah melihat media informasi seputar limbah B3	Ya	81	43%
	Tidak	61	57%
Apakah media informasi yang ada sudah memberikan informasi mengenai limbah B3 secara lengkap?	1 (tidak lengkap)	40	28.2%
	2 (kurang lengkap)	58	40.8%
	3 (lengkap)	34	23.9%
	4 (sangat lengkap)	10	7%
	Ya	36	25.4%

Apakah Anda pernah melihat upaya meningkatkan pemahaman masyarakat seputar limbah B3?	Tidak	106	74.6%
Apakah Anda pernah melihat media informasi yang menjelaskan metode pembuangan limbah B3?	Ya	47	33.1%
	Tidak	95	66.9%
Apakah informasi yang ada di media informasi cukup mendorong Anda untuk membuang limbah B3 dengan metode yang benar?	1 (tidak mendorong)	35	35%
	2 (biasa saja)	46	32.9%
	3 (cukup mendorong)	37	26.4%
	4 (sangat mendorong)	22	15.79%
Seberapa sering Anda menggunakan media sosial dalam sehari-hari	<1 jam	12	9.2%
	1-2 jam	37	26.1%
	2-4 jam	59	41.5%
	>6 jam	33	23.2%
Media apa yang sering Anda gunakan?	<i>Smartphone</i>	139	97.9%
	Majalah	2	1.4%
	Televisi	41	28.9%
	Radio	6	4.2%
	Koran	4	2.8%
Media sosial apa yang sering Anda gunakan?	Instagram	97	97%
	X	17	12%
	Youtube	83	58.5%
	Facebook	30	21.1%
	TikTok	25	17.6%
	<i>Billboard</i>	95	66.9%

Selama Anda beraktivitas, media apa yang sering Anda jumpai?	Poster	49	34.5%
	<i>Flyer</i>	29	20.4%
	<i>Banner</i>	81	57%

Kebanyakan dari responden mendapatkan pengetahuan limbah B3 dari media sosial. 81% responden juga pernah melihat media informasi seputar limbah B3 tetapi menurut 70% responden informasi yang diberikan masih tidak lengkap, tidak menjelaskan metode pembuangan limbah B3, dan informasi yang disediakan tidak cukup mendorong responden untuk mulai membuang limbah B3 dengan metode yang benar.

Mayoritas responden mendapatkan pengetahuan limbah B3 melalui media sosial, mayoritas durasi penggunaan media sosial dalam seharinya 2-4 jam dan media sosial yang paling banyak digunakan oleh 97% responden adalah Instagram. Media yang sering digunakan oleh responden adalah *smartphone*, dengan *website* sebagai media yang paling banyak digunakan saat mencari informasi. Pada saat beraktivitas, 66.9% responden sering menjumpai media *billboard* dan banner, sehingga media tersebut dapat menjadi salah satu cara yang efektif untuk mengajak masyarakat menggunakan layanan kampanye pengangkutan limbah B3.

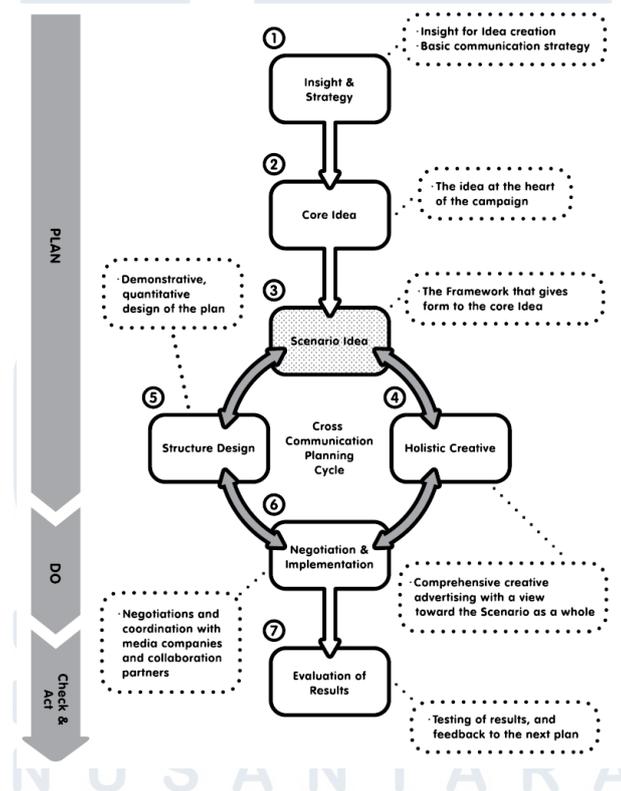
3.1.3.1 Kesimpulan

Dari data kuantitatif yang sudah dikumpulkan menggunakan kuesioner, mayoritas responden berumur 40-59 tahun, dengan pekerjaan sebagai karyawan dan mayoritas sudah menikah. Mayoritas responden mengetahui limbah B3, tetapi masih belum dapat membedakan sampah apa saja yang termasuk limbah B3. Responden juga masih belum tahu layanan pengangkutan dan pengolahan limbah B3. Media yang paling banyak digunakan oleh responden adalah *smartphone*, dengan lama penggunaan 2-4 jam. Media sosial menjadi

media yang paling banyak digunakan dan Instagram menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan oleh responden. Salah satu media yang paling sering dijumpai oleh responden saat beraktivitas adalah *billboard* dan banner, dapat menjadi cara efektif untuk mempromosikan dan mengajak *user* atau masyarakat untuk mengikuti kampanye.

3.2 Metodologi Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cross Communication Planning* yang dirancang oleh Dentsu dalam bukunya *The Dentsu Way* (2010).



Gambar 3.7 Figur Proses *The Seven Steps of Cross Communication Planning*
 Sumber: *The Dentsu Way* (2010)

1. *Insight & Strategy*

Mendapatkan wawasan mendalam mengenai kebiasaan target target yang kemudian digunakan untuk menciptakan ide dan membentuk komunikasi dengan strategi dasar komunikasi.

2. *Core Idea*

Menemukan ide utama kampanye yang kemudian akan menjadi suatu hal konsisten dalam perancangan kampanye.

3. *Scenario Idea*

Membuat ide skenario yang kemudian dijadikan kerangka dalam bentuk cerita yang menuju kepada ide utama.

4. *Holistic Creative*

Periklanan kreatif dan komprehensif dengan skenario keseluruhan.

5. *Structure Design*

Membuat struktur desain. Hasil dari tahap ini adalah identifikasi titik kontak yang tepat dan rencana yang sudah matang untuk melaksanakannya.

6. *Negotiation & Implementation*

Mengeksekusi rencana yang sudah dibuat pada kelima tahap sebelumnya.

7. *Evaluation of Results*

Mengevaluasi hasil dari kampanye yang sudah dilaksanakan dan menjadikannya sebagai *feedback* untuk rencana ke depannya.