

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Art market atau pasar seni adalah salah satu bentuk industri kreatif di Indonesia yang jumlah peminatnya bertambah setiap tahun. Contohnya adalah Comic Frontier, acara ekshibisi yang bertujuan menjadi wadah karya kreatif dari kreator independen yang jumlah pengunjungnya bertambah tiap tahunnya (Comic Frontier, 2020). Berdasarkan wawancara KAORI Nusantara dengan Sudwi Karyadi, ketua panitia Comifuro, penjualan tiket pada hari pertama Comifuro 15 berjumlah 20.000 tiket (Kevin, 2022) sedangkan pada Comifuro 16 mencapai 25.000 tiket (Kevin, 2023).

Produk yang mendominasi dalam acara ini adalah *fan merchandise*, yaitu jenis *merchandise* yang didesain, diproduksi, dijual, dan dibeli oleh sesama penggemar (Zang, 2024, h.1). Beberapa *merchandise* memiliki bahan yang mudah rusak sehingga disimpan dalam tempat penyimpanan (Anggraeni, 2021, h.5). Banyak kreator menggunakan kemasan plastik yang memiliki karakteristik kuat, tahan air, dan tahan reaksi kimia (Arwini, 2022, h.74) untuk menjaga faktor keamanan *merchandise*. Tingginya penggunaan kemasan plastik di bidang aktivitas fan (Lamerichs dalam Amsterdam University Press, 2024, h.543) menjadi keresahan karena terdapat “*throw-away society*” (h.546) yang membuang kemasan tanpa memikirkan isu lingkungan. Karakteristik plastik yang sulit terurai dengan cepat menimbulkan tumpukan sampah dan pencemaran lingkungan. Di Indonesia sendiri, jumlah sampah kemasan menduduki urutan kedua yang mendominasi sampah plastik (Riski, 2024). Jika dibiarkan, maka dapat menyebabkan timbunan sampah di Tempat Pemrosesan Akhir (TPA), pencemaran lingkungan yang lebih luas, dan masalah kesehatan bagi masyarakat salah satunya adalah akumulasi pencemaran mikroplastik pada bahan konsumsi yang bisa menimbulkan masalah kesehatan jika menumpuk dalam tubuh (Abidin et al., 2023, h.63).

Terdapat diskusi dalam komunitas fan dan ide-ide upaya untuk mengurangi sampah kemasan plastik, namun belum efektif. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan saat observasi, hal ini juga dialami oleh konsumen *fan merchandise*. Permasalahan ini bisa diselesaikan melalui metode 4R dengan alternatif empat langkah berbeda yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan situasi masing-masing fan, yaitu langkah *reduce*, *reuse*, *recycle*, dan *replace*. Widiatmoko et al. (2024, h.314) menjelaskan beberapa contoh penerapannya yaitu melakukan *reduce*/mengurangi penggunaan kemasan sekali pakai, *reuse*/memanfaatkan kembali barang yang sudah tidak digunakan, *recycle*/mendaur ulang sampah, dan *replace* yaitu mengganti plastik ke kemasan lain yang lebih aman bagi lingkungan.

Cara-cara yang telah didiskusikan dalam komunitas masih tersebar di media sosial sehingga tertimbun dengan pembahasan baru, tercampur dengan topik lain, harus dicari manual satu per satu ketika dibutuhkan, dan terdapat potensi bahwa hasil pencarian tidak menampilkan semua konten yang ada sehingga sulit ditemukan kembali. Media informasi diperlukan untuk mengompilasi informasi tersebut secara lengkap dan terstruktur. Media yang akan dirancang adalah *website* yang memiliki fitur seperti menu, halaman, dan navigasi yang mampu menunjang masalah desain. *Website* juga mampu menampilkan teks, gambar, ataupun media lain seperti video (Rahmadi et al. dalam Rudjiono & Saputro, 2020, h.58) dengan terstruktur sesuai berita terbaru (Manek et al., 2023, h.40) tentang perkembangan variasi kemasan plastik dan *fan merchandise* secara kredibel karena konten yang dimuat melalui proses kurasi. Selain itu, belum ada *website* tentang penerapan 4R di bidang *fan merchandise* sehingga perancangan ini bisa mendukung dan memberi informasi mengenai 4R, visualisasi variasi kemasan plastik, *fan merchandise*, dan alternatif penerapan 4R yang bisa menjangkau banyak orang dengan mudahnya akses internet.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, dapat disimpulkan masalah sosial dan masalah desain sebagai berikut:

1. Tingginya penggunaan kemasan plastik di bidang aktivitas fan yang tidak disertai dengan penerapan metode 4R.
2. Terdapat “*throw-away society*” yang membahayakan lingkungan dengan penumpukan sampah plastik.
3. Belum adanya media informasi yang dapat mengompilasi dan menyaring informasi yang relevan tentang upaya pengelolaan kemasan plastik *fan merchandise* secara terstruktur dan kredibel.
4. Belum adanya media informasi interaktif yang dapat memandu audiens untuk mengenali, memilah, dan mengelola kemasan secara efektif untuk mengurangi timbulan sampah kemasan plastik di bidang *fan merchandise*.

Berdasarkan poin-poin permasalahan di atas, pertanyaan yang akan dijawab dalam perancangan tugas akhir ini adalah:

1. Bagaimana perancangan *website* tentang penerapan 4R (*reduce*, *reuse*, *recycle*, dan *replace*) untuk kemasan plastik *fan merchandise*?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ditujukan kepada kelompok masyarakat dewasa awal berusia 18-24 tahun dengan SES B-A yang berdomisili di Jabodetabek. Kelompok tersebut dibatasi pada audiens yang menjadi kreator dan konsumen *fan merchandise* serta peduli terhadap isu pencemaran plastik pada lingkungan, khususnya terkait sampah kemasan plastik. Ruang lingkup perancangan juga dibatasi pada desain media informasi berupa *website* yang berisi alternatif penerapan 4R untuk kemasan plastik produk *fan merchandise*, kelebihan dan kekurangan masing-masing alternatif, fitur pencarian, dan forum diskusi.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan perancangan tugas akhir ini adalah merancang *website* tentang 4R bagi masyarakat dewasa awal tentang berbagai alternatif penerapan 4R (*reduce*, *reuse*, *recycle*, dan *replace*) untuk mengurangi, menggunakan ulang,

mengkreasikan kembali, dan menggunakan alternatif kemasan selain kemasan plastik yang digunakan untuk membungkus produk *fan merchandise*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Penelitian yang dilakukan dalam perancangan tugas akhir ini memiliki manfaat positif yang dapat dikelompokkan menjadi dua jenis manfaat berikut ini.

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa informasi terkait topik *fan merchandise* yang masih relatif minim didiskusikan, terutama di bidang Desain Komunikasi Visual. Selain itu, penelitian dapat menjadi referensi bagi penelitian di masa mendatang yang mengangkat tentang topik seputar penerapan 4R terhadap kemasan plastik produk *fan merchandise*.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi target audiens dalam menentukan penerapan 4R yang paling sesuai untuk produk *fan merchandise* yang dimiliki. Target audiens bisa mengetahui informasi, mendapat edukasi, serta inspirasi bahwa upaya untuk mengurangi sampah plastik untuk menjaga lingkungan bisa dilakukan mulai dari bidang yang diminati target audiens sehari-hari. Penelitian juga diharapkan bisa bermanfaat menjadi arsip universitas perihal pelaksanaan tugas akhir.