

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jumlah perokok aktif di Indonesia, termasuk di Jakarta, mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Survei Kesehatan Indonesia (SKI) tahun 2023 yang disusun oleh Kementerian Kesehatan, terdapat sekitar 70 juta perokok aktif di Indonesia, dengan sekitar 7,4% di antaranya adalah remaja berusia 10 hingga 18 tahun. Meskipun data khusus untuk Jakarta tidak tersedia, besar kemungkinan bahwa tren ini juga berlaku di ibu kota mengingat Jakarta adalah pusat sosial dan ekonomi negara ini, yang tentunya berkontribusi terhadap jumlah perokok yang signifikan. Angka ini menunjukkan adanya masalah besar terkait kesehatan masyarakat, terutama terkait dengan meningkatnya prevalensi penyakit tidak menular, seperti kanker, penyakit jantung, serta gangguan pernapasan. Selain itu, tingginya konsumsi rokok ini berhubungan erat dengan permasalahan sampah puntung rokok yang terbuang sembarangan setiap tahunnya. Pada 2020, konsumsi tembakau di Indonesia tercatat mencapai 322 miliar batang rokok, yang menghasilkan sekitar 107,3 ton sampah puntung rokok. Meski data khusus untuk Jakarta tidak ditemukan, angka tersebut sudah memberikan gambaran yang jelas tentang besarnya kontribusi sampah puntung rokok terhadap total sampah di negara ini. Sampah puntung rokok ini mengandung berbagai zat berbahaya seperti nikotin, logam berat, dan hidrokarbon aromatik polisiklik (PAH), yang memerlukan waktu lama hingga 10 tahun untuk terurai, serta dapat mencemari tanah dan air, merusak ekosistem, dan membahayakan biota di sekitarnya (Jacob, 2024).

Meski sudah ada upaya dari pemerintah Indonesia untuk mengurangi jumlah perokok aktif, seperti membatasi iklan rokok, menaikkan cukai rokok, serta melarang merokok di tempat umum (KEMENKO PMK, 2021), kebijakan ini belum sepenuhnya berhasil mengurangi jumlah perokok dan sampah puntung

rokok yang dibuang sembarangan. Rendahnya kesadaran masyarakat mengenai dampak sampah puntung rokok terhadap lingkungan menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan kebijakan tersebut kurang efektif. Sebagian besar puntung rokok masih sering dibuang sembarangan di tempat-tempat umum, seperti trotoar, taman, atau area publik lainnya, yang memperburuk pencemaran lingkungan, termasuk di kota besar seperti Jakarta.

Untuk itu, penting bagi pemerintah dan masyarakat untuk lebih giat dalam meningkatkan kesadaran akan bahaya sampah puntung rokok. Kampanye edukasi yang lebih masif bisa membantu masyarakat lebih peduli terhadap masalah ini. Selain itu, perlu juga meningkatkan fasilitas pembuangan puntung rokok di tempat-tempat umum. Langkah lain yang perlu dilakukan adalah memperketat kebijakan pengelolaan sampah dan mendorong sistem daur ulang puntung rokok (Yunarman et al., 2025). Dengan meningkatnya kesadaran dan kebijakan yang lebih tegas, masalah sampah puntung rokok bisa diminimalisir. Selain itu, inovasi dalam penggantian bahan puntung rokok dengan bahan yang lebih ramah lingkungan juga perlu dipertimbangkan sebagai solusi.

Dalam konteks ini, perusahaan atau organisasi memiliki peran yang sangat penting untuk membentuk opini publik dan mempersuasi tindakan yang berkelanjutan melalui kampanye yang inovatif. Untuk menjawab permasalahan tersebut, salah satu perusahaan yang saat ini telah turun langsung dan berkontribusi dalam upaya mempersuasi masyarakat adalah sebuah agensi kreatif, ONX IDEA STUDIO, yang dikenal dengan ide cemerlang mereka dalam menyusun sebuah kampanye pemasaran yang berdampak kepada masyarakat dengan memberikan prinsip berkelanjutan dalam kampanye pemasaran tersebut. Salah satu kampanye berkelanjutan yang sampai saat ini sedang mereka jalankan adalah Kickyourbutt Project. Kampanye ini dijalankan di berbagai kota di Indonesia dengan tujuan untuk mendorong dan menyadarkan masyarakat mengenai tanggung jawab sosial untuk menjaga lingkungan tempat mereka tinggal dengan membuang sampah seperti puntung rokok pada tempatnya dan bukan pada ruang publik (Fitrianna, 2024).

Sejak pertama kali diluncurkan pada tahun 2020, Kickyourbutt Project telah berhasil mengangkat isu yang sering kali terabaikan di Indonesia, yaitu dampak dari limbah puntung rokok yang sulit terurai dan mencemari lingkungan. Di tengah meningkatnya jumlah perokok, pengelolaan limbah puntung rokok yang tidak terkendali menjadi tantangan serius yang berdampak pada kebersihan dan kesehatan lingkungan. Dengan pendekatan yang kreatif dan inovatif, proyek ini tidak hanya berfokus pada penyuluhan, tetapi juga pada upaya nyata untuk mendaur ulang puntung rokok menjadi produk-produk bernilai guna, yang sekaligus memberikan dampak positif terhadap ekosistem. Kolaborasi yang terus terjalin dengan berbagai merek yang memiliki komitmen serupa menjadikan Kickyourbutt Project semakin relevan sebagai inisiatif yang tidak hanya berbicara mengenai kesadaran, tetapi juga memberikan solusi berkelanjutan untuk pengelolaan limbah rokok. Melalui kampanye ini, masyarakat diajak untuk berperan aktif dalam mengurangi pemborosan rokok, serta berkontribusi langsung dalam menjaga kebersihan dan kesehatan lingkungan mereka. Keterlibatan serta inisiatif ONX IDEA STUDIO dalam kampanye ini menunjukkan pentingnya sinergi antara sektor bisnis dan masyarakat untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan, menjadikan proyek ini sangat relevan untuk dibahas dan dianalisis dalam konteks kampanye pemasaran berkelanjutan yang memiliki dampak sosial yang signifikan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menilai keberhasilan dari kampanye yang dijalankan oleh ONX IDEA STUDIO, karena keberhasilan berjalannya sebuah kampanye, khususnya pada konteks berkelanjutan seperti ini tidak hanya dilihat dari dampak yang diberikan bagi lingkungan, tetapi juga bagaimana sebuah kampanye berhasil dalam membangun kesadaran dan mengubah persepsi mereka, serta apakah kampanye tersebut memberikan efek berkelanjutan bagi masyarakat. Untuk memahami bagaimana kampanye Kickyourbutt Project yang dijalankan oleh ONX IDEA STUDIO dapat mempengaruhi dan mengubah perilaku masyarakat, pendekatan *Social and Behavior Change Communication* (SBCC) dapat membantu peneliti untuk memahami relevansi kampanye ini secara lebih lanjut. Pendekatan *Social and*

*Behavior Change Communication* (SBCC) ini menekankan bahwa pendekatan komunikasi yang efektif dan interaktif sangat diperlukan untuk membantu keberhasilan komunikator dalam mengubah perilaku sosial dan persepsi individu (USAID, 2012). Teori SBCC menjelaskan mengenai pentingnya merancang komunikasi yang strategis dan terukur guna memotivasi dan mengubah perilaku sosial maupun individu sesuai dengan yang pembawa pesan inginkan. Dalam hubungannya dengan *Kickyourbutt Project* yang dijalankan oleh ONX IDEA STUDIO, kampanye ini mampu menjadi kampanye yang informatif dan interaktif bagi masyarakat dengan menyediakan asbak-asbak yang tersebar di beberapa toko kopi di daerah Jakarta.



*Gambar 1. 1 Logo Kickyourbutt*

Sumber: Instagram Kickyoutbutt Project (2025)

Mengacu pada teori SBCC, kampanye Kickyourbutt Project ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai isu-isu keberlanjutan yang sedang terjadi di Jakarta serta dampaknya terhadap kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia yang hidup di kota urban seperti Jakarta. Kampanye berkelanjutan seperti Kickyourbutt Project ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk promosi sebuah produk, tetapi juga sebagai media untuk mengedukasi masyarakat melalui narasi emosional yang dapat menyadarkan tanggung jawab sosial dan motivasi intrinsik masyarakat (Sulistiyowati et al., 2021). Kickyourbutt Project ini juga menjalankan tugasnya menjadi kampanye berkelanjutan yang interaktif dengan melibatkan komunitas dan masyarakat Kota Jakarta, sehingga hal

tersebut dapat menjadikan kampanye ini menjadi salah satu identitas kolektif dari masyarakat urban yang tinggal dan hidup di Jakarta.



*Gambar 1. 2 Logo Perusahaan ONX IDEA STUDIO*

Sumber: Profil LinkedIn ONX IDEA STUDIO (2025)

Namun, relevansi Kickyourbutt Project dengan masalah rokok bertanggung jawab perlu dijelaskan lebih lanjut. Kampanye ini berfokus pada dampak lingkungan dari sampah puntung rokok, yang sangat relevan dengan isu kesehatan dan kebersihan yang dihadapi Jakarta. Akan tetapi, terdapat celah penelitian yang belum banyak dikaji, yakni apakah kampanye-kampanye semacam ini telah dianalisis menggunakan pendekatan komunikasi perubahan perilaku seperti Social and Behavior Change Communication (SBCC). Penelitian ini bertujuan untuk mengisi *gap* tersebut dengan menilai keberhasilan Kickyourbutt Project dalam mempengaruhi perilaku sosial masyarakat Jakarta terkait dengan pembuangan puntung rokok.

Melalui pendekatan SBCC, yang menekankan pada pentingnya komunikasi yang efektif dan interaktif dalam mengubah perilaku sosial, penelitian ini akan mengeksplorasi sejauh mana kampanye ini berhasil dalam meningkatkan kesadaran masyarakat Jakarta dan mengubah perilaku mereka terhadap pembuangan puntung rokok secara bertanggung jawab. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat

memberikan kontribusi pada pengembangan strategi kampanye yang lebih efektif dan berkelanjutan dalam menghadapi masalah sampah puntung rokok di Jakarta, serta dapat menjadi referensi untuk kampanye serupa di kota-kota besar lainnya di Indonesia serta mengisi kekosongan penelitian yang ada dalam kajian kampanye sosial terkait merokok bertanggung jawab. Sebelumnya, sudah ada beberapa riset yang membahas kampanye pengurangan rokok dan pencegahan dampak merokok, namun belum ada yang secara khusus mengkaji kampanye bertanggung jawab terhadap pembuangan sampah puntung rokok. Lebih lanjut, penelitian ini akan menganalisis kampanye Kickyourbutt menggunakan pendekatan komunikasi SBCC, yang belum banyak diterapkan dalam konteks Indonesia.



## 1.2 Rumusan Masalah

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Agensi ONX IDEA STUDIO dalam program Kickyourbutt bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat Jakarta dalam isu keberlanjutan, khususnya terkait dengan perilaku merokok yang bertanggung jawab. Program ini menempatkan Butt Collector di beberapa café yang tersebar di Jakarta, sebuah inovasi yang memungkinkan para perokok untuk membuang puntung rokok mereka dengan cara yang lebih bertanggung jawab. Dalam konteks ini, ONX IDEA STUDIO menggunakan pendekatan komunikasi yang tidak hanya mengedukasi masyarakat mengenai dampak negatif dari pembuangan puntung rokok sembarangan, tetapi juga mengajak mereka untuk mengambil bagian dalam solusi yang ditawarkan. Penerapan komunikasi persuasif dengan desain visual yang menarik dan *storytelling* yang relevan menjadi bagian integral dari upaya ini, agar audiens dapat merasa terlibat dan bertanggung jawab terhadap tindakan yang mereka lakukan.

Selain itu, strategi kampanye keberlanjutan Kickyourbutt juga mencakup kolaborasi dengan komunitas lokal, termasuk café dan pengunjung yang menjadi audiens utama. Dengan memanfaatkan media sosial sebagai platform utama, kampanye ini secara aktif memanfaatkan Instagram dan *event-event* kolaboratif untuk memperkenalkan produk dan konsep keberlanjutan yang ditawarkan. Penggunaan warna-warna mencolok dan desain yang mudah diingat membuat Butt Collector menjadi ikon visual yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga menggugah kesadaran akan pentingnya pengelolaan sampah puntung rokok yang lebih bertanggung jawab. Melalui pengumpulan data langsung dari komunitas dan interaksi langsung dengan pengunjung café, ONX IDEA STUDIO berharap dapat memperluas jangkauan dan dampak dari kampanye ini, sehingga dapat merubah perilaku masyarakat Jakarta dalam menjaga kebersihan lingkungan pasca konsumsi rokok.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berikut merupakan pertanyaan-pertanyaan yang akan menjadi acuan tolak ukur dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana tahap perancangan strategi kampanye *Kickyourbutt project* yang dijalankan oleh ONX IDEA STUDIO dilihat dari proses SBCC (*C-planning*)?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Pertanyaan penelitian yang sudah dibuat tentunya akan disusun berdasarkan tujuan awal yang ada pada penelitian ini, antara lain:

1. Ingin mengetahui tahap perancangan strategi kampanye *Kickyourbutt project* yang dijalankan oleh ONX IDEA STUDIO dilihat dari proses SBCC (*C-planning*).

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan bagi pembaca mengenai strategi perancangan kampanye persuasif yang berkonteks berkelanjutan. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi acuan dan referensi bagi mahasiswa UMN maupun dari instansi pendidikan yang lain ketika melakukan penelitian serupa kelak.

#### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung dan membantu memberikan wawasan bagi pembaca dalam perancangan strategi kampanye persuasif seperti yang dilakukan oleh agensi ONX IDEA STUDIO.

#### **1.5.3 Kegunaan Sosial**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak untuk agensi kreatif maupun badan instansi yang lain dalam merancang sebuah kampanye berkelanjutan

yang interaktif dan inovatif yang dapat mengubah pandangan dan perilaku masyarakat.

### **1.6 Batasan Penelitian**

Terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang dihadapi oleh peneliti saat melakukan dan mengerjakan skripsi ini. Tentunya lokasi penelitian menjadi keterbatasan penelitian yang paling utama dalam penelitian ini, hal tersebut terjadi karena penempatan Butt Collector yang sangat luas di berbagai kota di Indonesia bahkan pada kota Jakarta itu sendiri, serta lokasi pabrik untuk melakukan proses daur ulang limbah puntung rokok yang berada di kota Bandung. Hal ini menyebabkan peneliti tidak dapat menelaah dan menilai tingkat efektivitas dari Kickyourbutt Project secara satu persatu dan hanya mendapatkan data dari hasil wawancara yang dilakukan dengan para narasumber karena batasan lokasi dan periode penelitian yang hanya mencapai lima bulan.

