

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dari banyaknya masalah lingkungan, sampah menjadi salah satu masalah yang sering kali ditemukan, terutama sampah makanan. Menurut Economic Intelligence Unit (2016), Indonesia menjadi negara kedua terbesar yang berstatus darurat dalam hal *food loss* dan *waste*, yaitu sekitar 300 kg/kapita/tahun. Sementara, serealia (biji-bijian) terbuang sekitar 22%, sayur dan buah sekitar 39%, dan umbi-umbian 33% (Luna & Suryana, 2022). Jika ditinjau dalam lingkup wilayah metropolitan Jabodetabek, Kota Tangerang menjadi salah satu kota dengan jumlah sampah makanan yang cukup mengkhawatirkan. Dari hasil statistik komposisi sampah di kota Tangerang pada tahun 2024, sisa makanan menjadi jenis sampah terbesar, yaitu 57.65% (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN), 2024).

Menurut Asyari & Widianita (2024) kantin kampus paling berkontribusi besar, dengan nilai 25 sampai 135g per kapita di beberapa negara. Berdasarkan hasil penelitian dari Siaputra et al. (2022) mengenai pengaruh konsumsi Gen Z, ditemukan bahwa *food waste* dipengaruhi oleh faktor internal seperti rasa kenyang dan eksternal seperti rasa yang tidak sesuai selera. Penelitian dari Intan et al. (2025) menunjukkan bahwa pengeluaran per minggu, kebiasaan makan di luar, berpengaruh terhadap perilaku membuang makanan mahasiswa. Selain itu, faktor promosi dan frekuensi makan juga memengaruhi terjadinya *food waste*. Dalam penelitian mengenai *food waste* di Tangerang oleh Lemy et al., (2020) kebanyakan Gen-Z di daerah Tangerang sudah memiliki kesadaran yang cukup baik akan isu sampah makanan, namun dari 84 responden, 45.90% belum memiliki kesadaran akan isu ini. Pola makan mahasiswa yang konsumtif dan impulsif berpengaruh dalam perilaku pembuangan makanan. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang membuat kebutuhan mahasiswa lebih kompleks.

Dengan memanfaatkan smartphone, mereka dapat memesan berbagai menu makanan dengan mudah tanpa harus pergi keluar rumah (Meila Anjani et al., 2024). Sedangkan, penelitian dari (Aditya et al., 2020) menyatakan perilaku impulsif pada mahasiswa dipengaruhi oleh uang saku yang tinggi. Jika masalah ini dibiarkan, kebiasaan dan pola konsumsi yang tidak berkelanjutan dapat memperburuk persoalan lingkungan di masa depan, terutama di lingkungan kampus.

Maka dari itu, diperlukan kampanye yang bisa menguatkan etika sosial para mahasiswa dalam pola makan. Namun, salah satu kampanye *Food Waste* yang sudah ada masih tergolong kurang efektif. Penelitian dari (Wastutiningsih & Aulia, 2023) menunjukkan kampanye *food waste* di UGM yang bernama Gifood belum mampu meyakinkan sebagian partisipan untuk bertindak nyata, diperlukan aspek yang bersifat konatif (aksi) dan juga *attitudinal* (perilaku). Kampanye ini memanfaatkan media seperti kuis interaktif dan poster. Sayangnya, sebagian besar partisipan belum memiliki opini yang kuat mengenai konsumsi berkelanjutan setelah mengikuti kampanye, terutama dalam hal melakukan aksi nyata. Artinya, partisipan mengetahui bahwa limbah makanan itu buruk, namun Gifood belum memberikan dorongan yang cukup untuk mereka bisa beraksi.

Dengan ini, kampanye sosial menjadi upaya untuk memperkuat pemahaman dan pola pikir mahasiswa mengenai pentingnya beretika dalam konsumsi, khususnya pada masalah sampah makanan. Dipilihnya kampanye sosial sebagai upaya dalam masalah ini, karena menurut Perloff & Richard M (2003) kampanye merupakan salah satu alat atau produk dari era ini, dimana teknologi dan budaya sudah berkembang. Kampanye mungkin tidak akan menyelamatkan dunia atau merubah struktur, tapi jika dijalankan secara efektif, maka kampanye mampu memengaruhi perilaku individu dan kebijakan publik.

Dengan ini, dilakukan upaya membuat kampanye sosial mengenai isu *food waste* di kalangan mahasiswa. Dengan harapan, kampanye yang dibuat dapat memberikan insight dan menjadi refleksi bagi mahasiswa untuk tidak membuang makanan dan mulai berupaya mengurangi konsumsi yang tidak bertanggung jawab.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, berikut temuan masalah yang penulis dapatkan, yaitu :

1. Pola makan mahasiswa yang konsumtif dan impulsif menunjukkan rendahnya perilaku etika sosial dan lingkungan. Selain itu, tanggung jawab terhadap makanan sebagai bentuk penghargaan pada alam juga tergolong rendah.
2. Kurang efektifnya beberapa kampanye sampah makanan dalam mempengaruhi audiens untuk merubah pola pikir dan aksi mengurangi sampah makanan.

Oleh karena itu, penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana perancangan kampanye sosial mengenai *food waste* terhadap etika lingkungan di kalangan mahasiswa?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan untuk mahasiswa Gen-Z umur 18-25 tahun dengan status ekonomi menengah ke atas (SES B), yaitu melalui media kampanye sosial. Ruang lingkup perancangan akan dibatasi pada pembuatan kampanye di media sosial, dengan memberikan informasi dan pembelajaran betapa pentingnya menerapkan etika lingkungan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam ranah konsumsi makanan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penulis adalah untuk membuat perancangan kampanye sosial terhadap etika lingkungan di kalangan mahasiswa.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapatkan dari perancangan kampanye sosial mengenai *food waste* terhadap etika lingkungan di kalangan mahasiswa adalah :

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan menjadi pemahaman ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam pembahasan materi mengenai Etika Lingkungan. Diharapkan karya tulis penulis dapat memberikan manfaat bagi yang akan melakukan perancangan serupa dan memperkaya daftar karya tulis Universitas Multimedia Nusantara.

2. Manfaat Praktis:

Hasil akhir perancangan ini diharapkan menjadi sarana yang efektif bagi mahasiswa untuk menumbuhkan nilai-nilai moral dan penghargaan terhadap lingkungan disekitar. Harapannya, mahasiswa tidak hanya memahami dasar konsep etika lingkungan, tapi juga mengaitkannya dengan tindakan nyata untuk mengurangi sampah makanan dalam kehidupannya sehari-hari.

