

BAB II

SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN

1. Deskripsi Zero Waste Indonesia

Berawal dari rasa peduli terhadap lingkungan yang semakin tercemar akan sampah plastik, Maurilla Imron, kemudian belajar peran apa yang dapat dilakukannya sebagai seorang individu dengan menerapkan gaya hidup zero waste. Kemudian Maurilla Imron Kirana Agustin, akhirnya membentuk Komunitas Zero Waste Indonesia yang mana merupakan komunitas berbasis online pertama di Indonesia yang didirikan pada tahun 2018 (Zero Waste Indonesia, 2020, h.2).

Zero Waste Indonesia merupakan sebuah komunitas nirlaba yang berdiri independen dan berperan sebagai payung informasi gaya hidup zero waste sekaligus wadah berkumpulnya para individu, komunitas, organisasi, dan aktivis lingkungan untuk bersama-sama melestarikan lingkungan di Indonesia. Komunitas ini dibentuk dengan tujuan untuk mengajak masyarakat di Indonesia menjalankan gaya hidup nol sampah (zero waste lifestyle). Zero Waste Lifestyle merupakan gaya hidup meminimalisasi produksi sampah yang nantinya akan berakhir di Tempat Pembuangan Akhir (TPA) sebagai upaya menjaga kelestarian lingkungan hidup (Zero Waste Indonesia, 2020, h.2).

Tujuan tersebut dicapai dengan keterbukaan Zero Waste Indonesia melalui kolaborasi yang melibatkan 4 elemen sinergi di masyarakat yaitu; masyarakat, media, pemerintah, dan pelaku industri. Berfokus pada gaya hidup nol sampah, Zero Waste Indonesia terus berkomitmen untuk melakukan perubahan di lingkungan dengan melakukan berbagai kegiatan secara masif. Zero Waste Indonesia hingga saat ini telah menginisiasi gerakan masif yang terbagi menjadi beberapa program dengan tema sampah plastik, sampah makanan, sampah medis, dan sampah tekstil (Zero Waste Indonesia, 2020: 3).

2. Visi dan Misi Zero Waste Indonesia

Zero Waste Indonesia memiliki visi menjadi *one-stop platform* untuk gaya hidup nol sampah di Indonesia dengan mengusung konsep “*Sustainability Dimulai dari Diri Sendiri*”. Sedangkan misi Zero Waste Indonesia, yaitu; pertama, informasi sebagai sumber terpercaya untuk masyarakat. Kedua, edukasi kepada masyarakat dengan menyebarkan ilmu pengetahuan mengenai gaya hidup nol sampah. Ketiga, kolaborasi yaitu bekerjasama dengan berbagai pihak sebagai upaya melakukan perubahan lingkungan Indonesia yang berkelanjutan (Zero Waste Indonesia, 2020, h.3).

3. #TukarBaju

Kampanye #TukarBaju diluncurkan. Sebuah kampanye untuk menciptakan kesadaran bagi masyarakat dan sebagai salah solusi akan sampah fashion dan limbah tekstil di Indonesia. #TukarBaju memberi alternatif untuk kita yang masih ingin bergaya, berganti mengikuti mode tapi tidak dengan mengkonsumsi hal baru. Memberikan makna baru untuk sebuah kata 'baru'. #TukarBaju adalah sebuah konsep dimana orang-orang membawa pakaian bekas layak pakainya lalu menukarnya dengan pakaian milik orang lain. Solusi hemat dan ramah lingkungan untuk tetap berganti-ganti gaya fashion tanpa mengeluarkan biaya untuk membeli pakaian baru. Saat ini, Zero Waste Indonesia memiliki sebuah sub kampanye #MulaiDariLemari di bawah naungan kampanye #TukarBaju (Zero Waste Indonesia, 2020, h.16).

Kampanye #TukarBaju merupakan sebuah kampanye yang dikemas menjadi *pop-up event* untuk mengedukasi masyarakat mengenai gaya hidup fesyen berkelanjutan dengan cara bertukar baju. *Pop-up event #TukarBaju* merupakan kampanye dalam bentuk *offline activation*. Kegiatan ini telah dilakukan sebanyak 15 kali di 5 kota besar Indonesia Jakarta, Tangerang, Bandung, Yogyakarta, dan Bali yang berlangsung pada tahun 2019 (Zero Waste Indonesia, 2020, h.5).

4. #MulaiDariLemari

Industri *fast fashion* sangat erat kaitannya dengan sampah tekstil dan eksploitasi buruh, yang mana jika mengonsumsi produk *fast fashion* dengan konsumtif akan membawa dampak buruk bagi lingkungan dan kemanusiaan. Pada tanggal 24 April 2013 dunia dikejutkan oleh insiden robohnya Rana Plaza. Rana Plaza menampung lebih dari 20 pabrik garmen, dan ketika bangunan itu roboh pada 24 April 2013. Korban 1.138 orang tewas dan banyak lagi yang terluka. Tragedi ini menyoroti kondisi mengerikan yang dialami banyak orang di industri garmen (Zerowaste.id, diakses pada 20 oktober 2021).

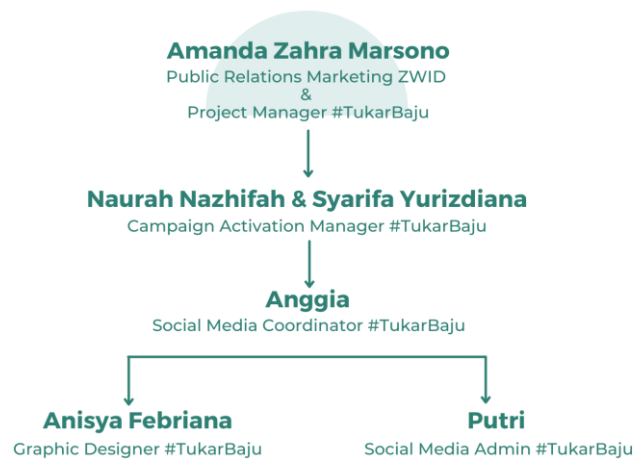
Sebanyak satu truk sampah tekstil dibuang ke TPA atau laut dan dibakar setiap detiknya. Industri fesyen memang erat hubungannya dengan berbagai pihak, mulai dari proses bahan baku, produksi, buruh pekerja hingga sampai ke tangan konsumen. Pada praktiknya kebanyakan, proses pembuatan bahan baku tekstil dan pewarnaan yang menggunakan unsur kimia seperti pestisida yang berbahaya bagi lingkungan, air yang tercemar lalu upah yang rendah karena diproduksi massal oleh buruh pekerja. Hal-hal seperti ini memaparkan secara jelas bahwa sesungguhnya industri fesyen harus lebih beretika, karena pada hakikatnya harus memakmurkan dan tidak merugikan semua pihak yang terlibat di dalamnya, baik manusia ataupun lingkungan (Zerowaste.id, diakses pada 20 oktober 2021).

Berangkat dari latar belakang itu, komunitas Zero Waste Indonesia kemudian kembali menginisiasi sebuah program komunikasi *#MulaiDariLemari* yang merupakan sebuah sub kampanye *online activation* dari *#TukarBaju*. Program *#MulaiDariLemari* merupakan sebuah ajakan kepada 5.000 orang untuk ikut menerapkan gaya hidup fesyen berkelanjutan selama 3 bulan yang dimulai dari 15 Juli – 15 Oktober 2020 sebagai cara untuk berkontribusi dalam mengurangi sampah fesyen dan limbah tekstil. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan cara meminjam, menyewa, bertukar, menjahit sendiri, membeli *preloved* (baju bekas), membeli baru dari *brand* fesyen berkelanjutan, membeli baru dari brand kecil lokal (terutama untuk mendukung usaha mereka yang terkena dampak pandemi COVID-19) (Zerowaste.id, diakses pada 20 oktober 2021).

Zero Waste Indonesia melalui *#MulaiDariLemari* mengajak masyarakat untuk berlatih menjadi konsumen yang lebih bijak. Pendekatan *#MulaiDariLemari* berfokus pada bagaimana menjadikan seluruh proses dalam fesyen mulai dari produksi hingga konsumsi menjadi berkelanjutan. Bentuk pelaksanaan program *#MulaiDariLemari* berbasis daring menggunakan media sosial Instagram yang mana milik kampanye *#TukarBaju*. Dalam pelaksanaannya, program ini memiliki 14 tema yang berbeda setiap minggunya yang menjadi pedoman informasi dalam menerapkan gaya hidup fesyen berkelanjutan. Kegiatan dari program ini dibagi menjadi dua yaitu pelaksanaan Instagram Live dan mengunggah konten secara berkala selama 14 minggu. Dalam pelaksanaan program *#MulaiDariLemari*, *Zero Waste Indonesia* mengajak berbagai kalangan masyarakat seperti *public figure*, pelaku fesyen berkelanjutan, komunitas pecinta lingkungan.

5. Struktur Organisasi

#TukarBaju dikelola oleh anggota Zero Waste Indonesia yang kemudian membentuk sebuah tim kampanye *#TukarBaju* terdiri dari Amanda Zahra Marsono, Naurah Nazhifah, Anggia, Anisya Febriana, dan Putri. Berikut struktur organisasi pada penyelenggaraan kampanye *#TukarBaju*.



Gambar 2.1. Struktur Organisasi
Sumber: Dokumen Zero Waste Indonesia

Pada penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah tim *#TukarBaju* dari komunitas Zero Waste Indonesia. Subjek pada penelitian ini khususnya adalah anggota dari tim *#TukarBaju* yang merancang program *#MulaiDariLemari* yaitu:

- a. Amanda Zahra Marsono



Gambar 2.2. Amanda Zahra Marsono

Sumber: Dokumentasi Zero Waste Indonesia

Amanda Zahra Marsono atau kerap disapa Amanda merupakan seorang Ibu rumah tangga yang sangat *multitasking* dan *passionate* di bidang *Public Relations*. Ketertarikannya pada dunia *Public Relations* berawal dari bangku kuliah. Ia menyelesaikan pendidikan strata satu di Universitas Indonesia Fakultas Ilmu Komunikasi dengan jurusan *Public Relations* pada tahun 2011. Sebelum memutuskan sebagai Ibu rumah tangga, Amanda memulai karirnya sebagai *Public Relations* di perusahaan asuransi ternama di Indonesia yaitu PT. Prudential Life Assurance di tahun 2011. Pada tahun 2012, Ia melanjutkan jenjang karirnya sebagai *Public Relations* di Hotel Four Seasons Jakarta kemudian Hotel Four Seasons Bali. Amanda bisa dibilang merupakan individu yang kompeten pada bidangnya, Ia pernah ditunjuk sebagai penanggungjawab pada proyek penggalangan dana Bali Hope for Life di tahun 2015 sebagai bentuk *corporate social responsibility* dari Hotel Four Seasons Bali dan mengambil inisiatif pertama untuk membawa program tersebut untuk diliput oleh media lokal. Selain menyukai karirnya sebagai *Public Relations*, Amanda juga merupakan individu yang peduli pada lingkungan. Kepedulian ini Ia mulai dengan menerapkan gaya hidup nol sampah yang kemudian membawanya ikut berpartisipasi dengan Zero Waste Indonesia. Hingga saat ini, Ia menjabat sebagai *Head of Public Relations &*

Marketing Zero Waste Indonesia. serta merangkap menjadi *Project Manager* yang menginisiasi program kampanye *#TukarBaju*. Berkat pengalaman berkarirnya, Ia ditunjuk sebagai penggagas program kampanye *#TukarBaju*. Menurutnya, keberhasilan sebuah kampanye tidak hanya bisa mengandalkan dengan satu jenis media yaitu media massa untuk publikasi kegiatan maupun pencapaian dari *#TukarBaju*. Saat ini, pemanfaatan media sosial seperti Instagram perlu dimaksimalkan dengan pertimbangan cara berkomunikasi, target sasarannya, jangkauan, dan *costnya* pada kampanye *#MulaiDariLemari* (Amanda Zahra Marsono, wawancara 30 Juni 2021).

b. Naurah Nazhifah



Gambar 2.3. Naurah Nazhifah

Sumber: Dokumentasi Zero Waste Indonesia

Wanita yang akrab disapa Naurah lahir di Jakarta pada 29 Januari 1997. Naurah mengenyam pendidikan strata satu di Institut Pertanian Bogor fakultas teknologi pangan. Ketertarikannya pada isu lingkungan membuatnya belajar menerapkan gaya hidup nol sampah melalui Instagram Zero Waste Indonesia.. Kemudian Ia melihat bahwa Zero Waste Indonesia. sedang membuka lowongan sukarelawan untuk program kampanye #TukarBaju. Berawal dari sukarelawan untuk beberapa *event* #TukarBaju pada tahun 2019, Naurah kemudian ditunjuk sebagai *Campaign Activation Manager* di #TukarBaju. Dari situ Ia mulai memahami cara berjalannya kampanye #TukarBaju. Kemudian dibawah kontrol dan pantauan Amanda, Naurah merupakan salah satu tangan kanan Amanda dalam menjalankan program kampanye #TukarBaju. Pada tahun 2020, Naurah membawa ide sub kampanye #MulaiDariLemari ke Amanda dengan melihat potensi perkembangan *platform* Instagram @TukarBaju_ yang terus naik. Menurutnya, sebagai pelaku kampanye perlu cermat dalam melihat dan memanfaatkan kesempatan untuk melaksanakan sebuah kampanye (Naurah Nazhifah, wawancara 26 Juni 2021).