

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kegiatan kampanye sosial merupakan bentuk proses komunikasi yang dilakukan dengan tujuan menyampaikan pesan secara luas kepada masyarakat. Kampanye sosial memiliki banyak inovasi, ide, dan gagasan bersifat sosial yang penting untuk disampaikan kepada publik. Contohnya, gagasan mengenai kebersihan lingkungan, yang ditunjukkan dengan kebiasaan membuang sampah pada tempatnya, dan mengolah sampah dengan baik. Hal ini adalah gagasan/informasi yang tentu perlu disebarluaskan pada masyarakat, karena sampah plastik bukan hanya berdampak merugikan lingkungan alam makhluk hidup di bumi, tapi juga menimbulkan masalah ekologis (Gani, 2014). Kegiatan kampanye adalah sebuah proses komunikasi dari individu dan kelompok. Rogers dan Storey (dikutip dari Pertama dan Mochtar, 2019) mendefinisikan kampanye yakni serangkaian tindakan atau kegiatan komunikasi yang terencana, memiliki tujuan, sehingga tercipta efek pada khalayak pada kurun waktu tertentu. Komunikasi memiliki beberapa unsur atau elemen seperti: komunikator, pesan, media, komunikan, efek, dan *feedback* (tanggapan balik) (Dinara, 2017). Jika keenam elemen komunikasi tersebut terpenuhi dengan baik dan benar, maka tujuan atau target komunikasi dalam suatu kampanye yang dilakukan akan tercapai. Kampanye sosial dilakukan sebagai langkah memperbaiki permasalahan yang sedang terjadi (contohnya, kampanye sosial mengenai permasalahan sampah plastik).

Kampanye sosial mengenai sampah plastik merupakan topik lingkungan berkelanjutan, sehingga dalam penelitian ini penulis akan mengkaji penggunaan perspektif komunikasi berkelanjutan. Komunikasi berkelanjutan adalah sebuah proses sosial global yang meliputi media massa yang bermuatan tema-tema pembangunan

berkelanjutan. Komunikasi berkelanjutan bertujuan untuk memperkenalkan konsep dan rencana pembangunan berkelanjutan, meliputi inovasi dan teknologi, serta mendidik masyarakat sejak dini, hingga menjadikan wacana berkelanjutan sebagai topik riset interdisipliner. Aldrian Herwany (2015) mendefinisikan komunikasi pembangunan berkelanjutan sebagai pergeseran perjalanan dari komunikasi lingkungan, menjadi aspek komunikasi pembangunan berkelanjutan. Komunikasi berkelanjutan ditujukan sebagai proses antara pemerintah dan masyarakat menuju kehidupan masa depan yang terjamin. Salah satu kegiatan untuk kehidupan berkelanjutan adalah kampanye sosial mengenai lingkungan, bagaimana menyelesaikan permasalahan lingkungan dan alam sekitar.

Permasalahan sampah plastik merupakan masalah lingkungan yang dari waktu ke waktu tidak lagi menjadi masalah yang dapat dianggap sepele. Di beberapa negara permasalahan sampah plastik menjadi masalah yang serius. Bersumber dari portal berita *online* [disasterchannel.co](http://disasterchannel.co), inilah lima negara dengan penyumbang sampah plastik terbesar di dunia. Urutan pertama ditempati oleh China dengan 8,8 juta ton sampah per tahunnya. Selanjutnya, negara kita Indonesia diurutan ke-2 dengan 3,2 juta ton pertahun, Vietnam dengan 1,8 juta ton per tahun, kemudian Filipina dengan 1,8 juta ton sampah per tahun, dan Sri Lanka dengan 1,6 juta ton pertahun (Wan, 2019).

Beberapa dari negara dengan penyumbang sampah plastik terbesar di dunia tersebut telah melakukan upaya penanganan serius terhadap sampah plastik. Di negara China, pemerintah China sejak tahun lalu telah memutuskan untuk mengurangi impor sampah dari negara lain secara drastis untuk didaur ulang (Nugroho, 2019). Proyek daur ulang yang telah dimulai sejak tahun 1995 muncul ketika banyak pengusaha China menjadi jutawan karena usaha daur ulang sampah, seperti Zhang Yin yang memiliki usaha industri daur ulang limbah kertas bernama *Nine Dragons*. Kira-kira 70% dari

sampah di dunia dijual ke China, jumlah tersebut mencapai tujuh juta ton per tahun. Pada tahun 2016, negara Amerika saja mengekspor 700 ribu ton sampah ke China. Lima tahun lalu, pemerintah China mulai khawatir karena besarnya arus sampah yang masuk ke negaranya, karena banyak sampah yang bercampur dengan bahan-bahan lain yang tidak bisa didaur ulang. Pada tahun 2018 pemerintah China telah mengurangi impor sampahnya menjadi kurang dari satu persen dari jumlah pada tahun 2016. Kemudian, sampah plastik yang melimpah diekspor ke Thailand, Indonesia, dan Vietnam. Akan tetapi kini, Vietnam juga mulai mengurangi impor sampah ke negaranya karena fasilitas daur ulang mereka kewalahan (Nugroho, 2019).

Amerika Serikat dan Jepang memiliki cara penanganan khusus dalam mengatasi permasalahan limbah sampah plastik. Amerika Serikat memiliki lembaga setingkat kementerian bernama *Environmental Protection Agency* (EPA). EPA mengurus segala bahan limbah berlandaskan Undang-Undang Konservasi dan Pemulihan Sumber Daya Alam (RCRA) sejak tahun 1976. Untuk mengatasi permasalahan limbah sampah plastik, EPA membentuk kebijakan pengelolaan limbah terintegrasi, sehingga memungkinkan kota untuk mengelola limbah padat sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Urutan pengelolaan limbah yang dikelola EPA meliputi pengurangan limbah termasuk menggunakan produk yang tidak sekali pakai dan pembuatan kompos di pekarangan rumah, daur ulang produk, pengomposan termasuk di antaranya pengomposan berbasis komunitas, dan pembakaran dengan pemulihan energi, juga pembuangan melalui penimbunan. Dua cara terakhir harus melalui praktik penimbunan limbah yang memenuhi standar atau menggunakan teknologi konversi limbah (Prastika, 2019).

Jepang memiliki sistem pengelolaan sampah yang jauh lebih baik, dengan memiliki program daur ulang yang tertata, dan selalu berupaya menjadi kota tanpa

limbah. Jepang memiliki situs resmi Kementerian Lingkungan Hidup yang bernama PDF (Prismatika, 2019). PDF adalah situs resmi Kementerian Lingkungan Hidup Jepang untuk mengatasi masalah limbah sampah yang ada di Jepang. Pada situs tersebut mereka menggunakan teknologi untuk mengatur sistem persampahan seperti limbah medis, limbah botol plastik, teknologi daur ulang alat rumah tangga. Teknologi pemanfaatan biomassa dan teknologi pembuangan sampah di TPA yang memungkinkan stabilisasi limbah dalam waktu singkat. Selain itu, Jepang juga memikirkan teknologi untuk efisiensi pengangkutan sampah. Jepang menyadari masalah pemanasan global, sehingga mereka menggunakan truk sampah tipe polusi rendah, yang digerakkan dengan listrik dan truk hibrida untuk mengangkut sampah ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) (Prismatika, 2019). Usaha-usaha yang dilakukan oleh beberapa negara tersebut menunjukkan bahwa negara tersebut sangat serius dalam menangani permasalahan sampah yang ada di negaranya.

Indonesia juga telah melakukan berbagai upaya dalam menangani permasalahan sampah plastik. Salah satu usaha yang telah dilakukan oleh pemerintah dan *Non Government Organization* (NGO) di Indonesia, yakni dengan melakukan banyak kampanye mengenai hemat/bijak plastik di beberapa daerah Indonesia. Namun, usaha tersebut tidak dibarengi dengan kerja sama masyarakat Indonesia. Rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia mengenai permasalahan sampah plastik membuat Indonesia masuk dalam *top five* negara penyumbang sampah plastik terbesar di dunia.

Berdasarkan hasil data riset yang dilakukan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) tahun 2019, sekitar 72% masyarakat Indonesia kurang peduli dengan masalah sampah plastik. Novrizal selaku direktur pengelolaan sampah KLHK mengatakan, "Jadi tanpa ada perubahan perilaku dan kebijakan-kebijakan (aturan soal pengurangan sampah plastik) yang sangat signifikan ya, memang luar biasa

kenaikannya." ucapnya (Din, 2019). Oleh sebab itu, KLHK mendorong para produsen, misalnya, perusahaan yang bergerak di *consumer goods* seperti Unilever untuk ikut bertanggung jawab dalam mengurangi sampah plastik (Din, 2019).

Pemerintah Indonesia dan *Non-Government Organization* (NGO) telah melakukan beberapa upaya kampanye diet/bijak penggunaan sampah plastik sekali pakai. Salah satunya kampanye sampah plastik yang dilakukan pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informasi (KOMINFO). Pada kampanye KOMINFO membagikan satu juta botol minum (*tumbler*). Kampanye ini dilakukan di kompleks Gelora Bung Karno, Jakarta (Julistian, 2019). Niken Widiastuti selaku sekjen Kominfo mengatakan kegiatan ini digagas untuk mengurangi sampah plastik. Niken menyebut kegiatan gerakan satu juta tumbler dilaksanakan di 10 kota Indonesia. Selain di Jakarta, kampanye mengurangi sampah plastik juga digelar di Yogyakarta, Bali, Bandung, Surabaya, Pontianak, Makassar, Semarang, Papua Barat, Lampung, dan Medan. "Mari kita gunakan tumbler untuk mengurangi sampah plastik. Paling tidak mengurangi minum air dalam botol kemasan dan mengurangi penggunaan sedotan plastik," ujar Niken di lokasi (Julistian, 2019).

Beberapa dari organisasi (NGO) juga melakukan kampanye diet/bijak sampah plastik, contohnya, yang dilakukan oleh beberapa produk iklan. Iklan produk tersebut menambahkan unsur kampanye tentang bijak sampah plastik di dalamnya, contohnya, iklan Rinso PT. Unilever Indonesia dan beberapa perusahaan ritel modern yang menerapkan plastik berbayar (Superindo, Alfamart, dan lain-lainnya). Pencemaran sampah plastik yang terjadi di lautan membuat beberapa pulau warisan dunia UNESCO dipenuhi sampah hingga 17 ton (Aini, 2017). Menurut ilmuwan kelautan dari *University of Tasmania* dan *Royal Society for the Protection Birds Inggris*, hampir 38 juta sampah plastik seberat 17,6 ton menumpuk di pulau Henderson, pulau kecil di

Pasifik Selatan. Fakta tersebut menjadi bukti tingginya tingkat pencemaran plastik di lautan, sebagian besar puing, kira-kira 68 persen, bahkan tidak terlihat. Sebanyak 4.500 sampah terkubur hingga kedalaman 10 cm, dan sekitar 13 ribu sampah baru diperkirakan 'terdampar' di pulau itu setiap harinya (Aini, 2017).

Indonesia juga bertanggung jawab atas pencemaran yang terjadi di pulau Henderson yang menempati rangking kedua di dunia sebagai penyumbang sampah plastik di laut. Setidaknya 3,2 juta ton/tahun sampah plastik dibuang ke laut (Defianti, 2018). Tentu hal ini bukan sebuah prestasi yang membanggakan bagi Indonesia, selain gerakan kampanye yang dilakukan oleh pemerintah (kominfo) dan NGO pada iklan rinso dan beberapa perusahaan ritel modern.

Upaya kampanye mengenai sampah plastik juga dilakukan oleh pemerintah daerah Yogyakarta. Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Yogyakarta merupakan lembaga pemerintah yang rajin melakukan kampanye sampah plastik setiap tahun. Pada penelitian ini akan meneliti kampanye yang pernah dilakukan oleh DLH Kota Yogyakarta pada 11 Maret 2020 yang berlokasi di kantor lurah Bumijo. Kampanye ini dilakukan secara langsung atau tatap muka dengan jumlah peserta sebanyak 30 orang yang merupakan perwakilan ketua bank sampah atau RT/RW yang ada di kelurahan Bumijo.

Kampanye mengenai penanganan kebersihan dan keindahan kota telah dilakukan sejak berdirinya DLH di kota Yogyakarta (Fauziah, 2020). Organisasi DLH Kota Yogyakarta berdiri sejak adanya surat keputusan Walikotamadya kepala daerah tingkat II Yogyakarta nomor 062/KD/1986, tanggal 17 April 1986 yang mengatur seksi kebersihan dan keindahan kota (*sumber*: dlhk.jogjaprovo.go.id). Pada tahun 2009 DLH mulai benar-benar fokus dengan kampanye penanganan sampah yang ada di kota

Yogyakarta, bertujuan untuk mengedukasi pola pikir kesadaran masyarakat Yogyakarta mengenai pengurangan dan pengelolaan sampah plastik (Fauziah, 2020). Kampanye penanganan sampah yang fokus dilakukan DLH sejak tahun 2009, namun, baru tiga tahun terakhir sekitar 30% - 40% masyarakat Yogyakarta yang sadar untuk mengelola sampah sebelum dibuang (Fauziah, 2019). Hal tersebut menarik untuk diteliti supaya mengetahui kesenjangan yang terjadi dari kampanye yang rajin dilakukan oleh pemerintah daerah kota Yogyakarta, tetapi baru sekitar 30% - 40% masyarakat yang sadar untuk mengolah sampah sebelum dibuang. Selain itu, 72% masyarakat Indonesia yang tidak peduli mengenai permasalahan sampah. Padahal, berdasarkan data Bantargerbang menunjukkan bahwa 62% merupakan sampah kantong belanja plastik (Riyadi, 2018).

Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Yogyakarta, merupakan salah satu lembaga pemerintah, yang mengurus lingkungan hidup masyarakat dan kehutanan. Berdasarkan peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), nomor 59 Tahun 2018 tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas, fungsi, dan tata kerja Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan, tugas DLH yang tertulis pada pasal 4 adalah membantu Gubernur melaksanakan urusan pemerintah bidang lingkungan hidup dan urusan pemerintah bidang kehutanan. Dinas Lingkungan Hidup DIY memiliki berbagai jabatan yang terbagi menjadi 11 bagian dengan tugasnya masing-masing, hal tersebut untuk memaksimalkan pelaksanaan tugas dengan baik. Salah satunya DLH Kota Yogyakarta yang bertugas mengelola sampah daerah DIY beralamat di Jl. Sultan Agung No.133, Gunungketur, Pakualaman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55166 (*sumber: dlhk.jogjaprovo.go.id*). DLH kota Yogyakarta fokus menangani permasalahan sampah yang ada di DIY, salah satunya dengan melakukan kampanye pengelolaan sampah. Dilaksanakan setiap tahunnya untuk meningkatkan

kesadaran masyarakat DIY tentang pengelolaan jenis sampah sebelum dibuang, terutama sampah plastik. Permasalahan sampah plastik sekali pakai menjadi ancaman yang sangat serius bagi kehidupan berkelanjutan di bumi, tidak sedikit habitat hewan laut harus menanggung akibat pencemaran sampah plastik di lautan.

Pada beberapa kutipan artikel ilmiah di atas menunjukkan ada permasalahan apa yang terjadi sebenarnya, apakah kampanye yang dilakukan selama ini kurang tepat sasaran atau bahkan salah sasaran. Mungkin juga masyarakat mengetahui tentang masalah sampah plastik ini tetapi hanya sekedar tau dan tidak ingin ikut terlibat dalam pengurangan plastik sekali pakai. Peneliti ingin meneliti ada kesenjangan apa yang terjadi pada kampanye yang dilakukan selama ini.

Penelitian dilakukan di kota Yogyakarta karena peneliti melihat bahwa sampah yang dihasilkan di kota Yogyakarta cukup tinggi, dengan rata-rata volume sampah yang dibuang ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA) tercatat mencapai 300 ton per hari (Wan, 2020). Jumlah sampah tersebut 20% berupa sampah plastik. Peningkatan volume sampah plastik tersebut, tidak bisa dianggap remeh. Sampah jenis plastik menjadi ancaman serius bagi lingkungan hidup karena sulit diurai dan selalu berakhir menjadi limbah. Walikota Yogyakarta Haryadi Suyuti mengatakan "Volume sampah plastik di Jogja cukup tinggi, yakni hingga mencapai 20% dari total 300 ton sampah yang diangkut ke TPST Piyungan setiap hari" (Razak, 2018).

Walikota Yogyakarta Haryadi Suyuti (dikutip dari Razak, 2018) menjelaskan upaya pengendalian sampah melalui gerakan tumbler bukan semata seremonial. Beliau akan mengajak seluruh ASN untuk memberikan contoh. Namun demikian, pemerintah kota belum berencana membuat regulasi berupa perwal terkait pelarangan sampah jenis plastik. Haryadi Suyuti menambahkan "Semangatnya bukan dengan melarang, tapi harus sadar betul. Limbah plastik memberikan bukti bagaimana ancaman

nyata bagi makhluk hidup," (Razak, 2018). Jumlah sampah plastik di Yogyakarta dikatakan cukup tinggi, menyentuh hingga angka 20% per harinya.

Penelitian yang dilakukan di kota Yogyakarta dengan memfokuskan kajian penelitian pada audiens. Pada penelitian ini, peneliti memakai teori audiens untuk membantu menganalisis penelitian ini. Secara umum, teori audiens yang dianut Fleur dan Rokeach (1988), yakni audiens melihat efek dari media massa yang dijadikan sebagai dasar. Seperti interaksi audiens dan bagaimana tindakan audiens terhadap isi media tersebut. Dengan demikian, teori audiens dapat membantu peneliti untuk meneliti sebuah kampanye karena peneliti lebih memfokuskan kajian terhadap audiens dalam sebuah kampanye yang kemudian akan peneliti menjabarkan ke dalam hasil dan pembahasan.

Menurut peneliti, fenomena ini menarik untuk dianalisis dalam sebuah penelitian agar membantu memecahkan persoalan tentang kampanye sampah plastik yang telah gencar dilakukan oleh pemerintah maupun NGO. Namun, masih banyak masyarakat Indonesia yang belum peduli tentang masalah sampah plastik. Artikel [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com) tahun 2019 bahwa data KLHK mengatakan 72% masyarakat Indonesia tidak peduli permasalahan sampah plastik (Din, 2019). Sehingga hasil dari penelitian ini mampu menghasilkan komunikasi dua arah yang berkualitas dalam kegiatan kampanye yang dilakukan. Mengetahui *problem* yang terjadi pada kampanye sampah plastik yang selama ini dilakukan oleh pemerintah dan NGO Indonesia. Sehingga dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca yang membaca hasil dari penelitian ini nantinya.

Penelitian berfokus menganalisis respon audiens yang mengikuti kampanye sampah plastik. Respon audiens dipilih peneliti untuk analisis karena pemberitaan mengenai 72% masyarakat yang tidak peduli permasalahan sampah plastik yang

dikeluarkan dari hasil riset KLHK (Din, 2019). Mengacu pada masyarakat yang menjadi audiens, bukan pada organisasi yang melakukan kampanye, peneliti mencoba menganalisis dari perspektif audiens. Pada hasil penelitian sehingga dapat menjawab dugaan atau pertanyaan-pertanyaan mengapa di tengah gencarnya kampanye sampah plastik masih ada masyarakat yang tidak peduli dengan persoalan ini. Maka, pada penelitian ini peneliti berfokus menganalisis respon audiens pada kampanye sampah plastik yang telah dilakukan oleh DLH Kota Yogyakarta, dengan menggunakan teori audiens peneliti memahami pengertian dan karakter dari audiens lebih mendalam.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah pada penelitian ini, yakni:

Bagaimana respon audiens terhadap kampanye pengurangan sampah plastik yang telah dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui respon audiens terhadap kampanye pengurangan sampah plastik yang telah dilakukan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

Ada dua manfaat dari penelitian ini yang dikontribusikan pada akademis dan praktis, yakni :

1. Manfaat Akademis, dapat menjadi kontribusi dalam dunia riset ilmiah mengenai respon audiens kampanye sosial yang menggunakan perspektif komunikasi berkelanjutan. Penelitian ini juga memperkuat teori audiens yang dikemukakan oleh Fleur dan Rokeach bahwa respon audiens yang diberikan berbeda – beda sesuai karakteristik atau latar belakang mereka masing –

masing, walaupun jawaban audiens pada kuesioner penelitian perbedaan responnya tidak terlalu signifikan. Minimnya riset penelitian mengenai respon audiens kampanye sosial juga dapat menjadikan penelitian ini menambah warna dan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik riset yang sama.

2. Manfaat praktis atau secara sosial, membantu pelaku kampanye yakni DLH kota Yogyakarta dalam melakukan evaluasi kampanye yang dilakukan. hal ini didukung dengan pernyataan yang disampaikan oleh para audiens kampanye pengurangan sampah bahwa DLH tidak melakukan evaluasi setelah melakukan kampanye di kelurahan Bumijo, tanggal 11 Maret 2020. Penelitian ini juga membantu memotret realitas yang ada dilapangan kepada masyarakat, bagaimana kegiatan dan respon audiens kampanye sosial yang dilakukan DLH kota Yogyakarta sebagai upaya penanganan masalah sampah di kota Yogyakarta terutama kelurahan Bumijo.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka dari penelitian ini memuat uraian singkat dari pemikiran dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penulisan pada penelitian ini. Tinjauan