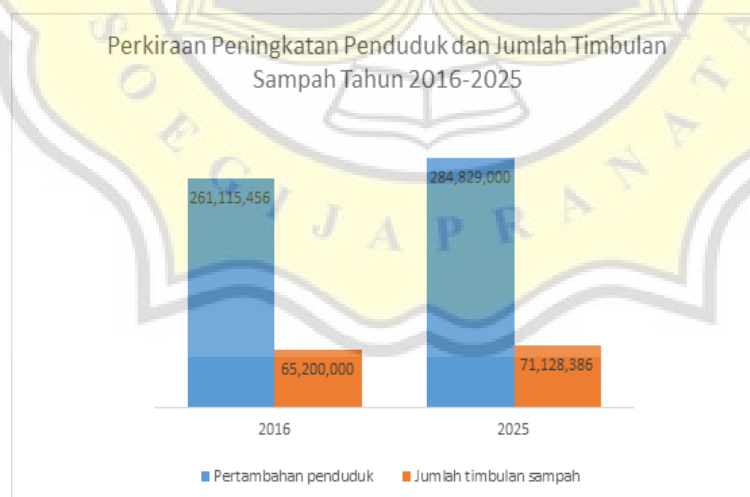


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

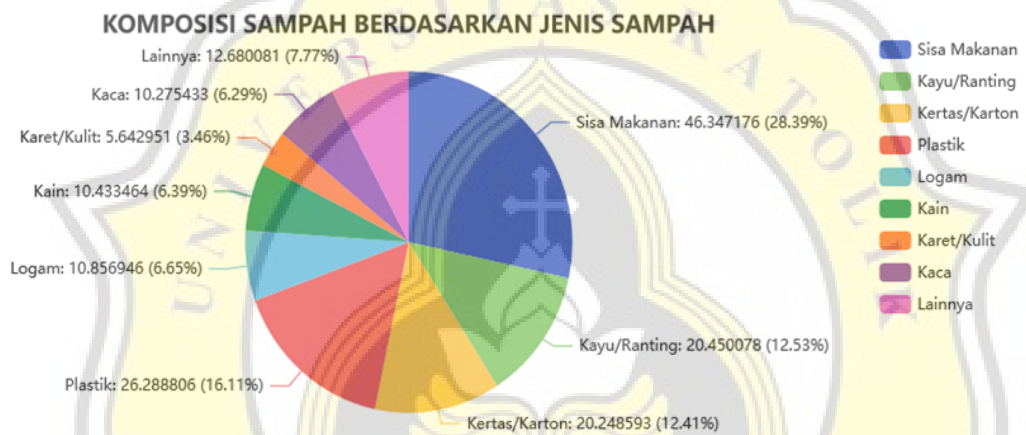
Seiring pertumbuhan penduduk, tumpukan sampah juga terus meningkat. Jumlah tumpukan sampah khususnya di daerah perkotaan semakin meningkat (Safitri dkk., 2018: 4). Hal ini disebabkan oleh kebiasaan menggunakan wadah, sendok, garpu, dan pembungkus sekali pakai. Indonesia telah menjadi negara penyumbang sampah plastik terbanyak kedua setelah Tiongkok berdasarkan medcom.id. Data statistik terkait lingkungan hidup 2018 memperkirakan terdapat pertumbuhan penduduk sebanyak 23.713.544 orang dari tahun 2016 hingga 2025 (Safitri dkk., 2018: 4). Jika didasarkan pada jumlah tumpukan sampah pada tahun 2016 sebanyak 65.200.000 ton per tahun. Maka pada tahun 2025 perkiraan jumlah sampah yang bertambah sebanyak 5.928.386 ton.



Gambar 1.1 Perkiraan Peningkatan Penduduk dan Jumlah Timbulan Sampah 2016-2025

Sumber: Safitri dkk., 2018 : 4

Pada tahun 2021, tumpukan sampah di Indonesia berdasarkan data sipsn.menlhk.go.id mencapai 23.694.869,97 ton. Salah satu jenis sampah yang menumpuk adalah sampah plastik. Plastik menjadi bahan umum yang sering ditemukan di kehidupan sehari-hari. Plastik sering ditemukan dalam kemasan produk, alat-alat rumah tangga, alat-alat medis, dan masih banyak lainnya. Jumlah sampah plastik berdasarkan sistem informasi pengelolaan sampah nasional (SIPSN) mencapai 16.11% dari total keseluruhan.



Gambar 1.2 Komposisi Sampah Berdasarkan Jenis Sampah

Sumber: sipsn.menlhk.go.id

Komposisi sampah di atas menunjukkan bahwa plastik menjadi jenis sampah yang menumpuk kedua setelah sampah jenis sisa makanan. Plastik menjadi bahan yang cukup berguna dalam kehidupan sehari-hari, namun sampah plastik merupakan jenis sampah yang sulit terurai. Sampah plastik membutuhkan 500-1000 tahun agar terdegradasi (Indra M, 2019 : 13). Sampah plastik yang terdegradasi akan menyisakan partikel-partikel mikroplastik yang dapat

membahayakan kehidupan makhluk hidup. Dalam hal ini, penggunaan plastik secara terus menerus dapat menyebabkan penumpukan sampah plastik. Oleh karena itu, tumpukan sampah plastik menjadi salah satu permasalahan lingkungan yang perlu diperhatikan pemerintah. Salah satu penanganan sampah yang dilakukan oleh pemerintah yaitu dengan penguatan keterlibatan masyarakat melalui komunikasi, informasi, dan edukasi (Safitri dkk., 2018 : 9-10). Penanganan yang dilakukan oleh pemerintah mengacu pada fungsi dari praktisi *public relations*.

PR (*Public relations*) merupakan kegiatan menyelenggarakan program secara terencana dan berkesinambungan (Broom dan Bey-Ling Sha, 2012 : 29). Kegiatan *public relations* dapat dimanfaatkan untuk memantau dan menganalisis kesadaran, pendapat, prosedur, sikap, dan perilaku publik. Kegiatan PR tidak hanya dilakukan oleh korporat, tetapi juga oleh pemerintah. Spesialis *public relations* dalam pemerintahan di Amerika Serikat disebut sebagai “Public Affairs Officers” sedangkan di negara lain pada umumnya disebut “Information officers” (Broom dan Bey-Ling Sha, 2012 : 29). Praktisi PR (*Public relations*) harus memiliki perpaduan komunikasi dan pemahaman tentang budaya, kebijakan, dan publiknya (Broom dan Bey-Ling Sha, 2012 : 29).

Neeley, Stewart, dan Lee mengemukakan :

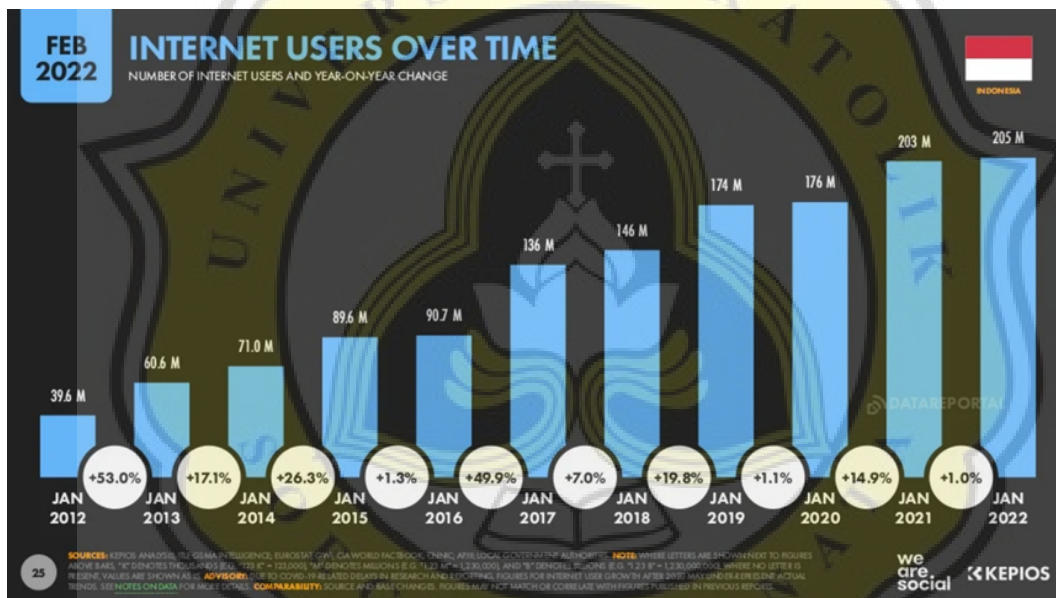
“*Public relations* pemerintah memudahkan pemilihan teknik dan media komunikasi khusus karena tujuan telah teridentifikasi. Pemilihan teknik dan media komunikasi digunakan untuk mencapai tujuan dengan lebih efektif dan efisien. Teknik komunikasi dan media disesuaikan dengan target sasaran untuk menjangkau sasaran dengan tepat. Teknik komunikasi dapat tertuang dalam

kampanye *public relations* untuk mendorong maupun mencegah tindakan tertentu” (Neeley, Stewart, dan Lee, 2021 : 12-14).

Penyebaran informasi kepada masyarakat luas untuk mengajak atau mempersuasi khalayak dilakukan dengan kampanye *Public Relations* (Pasaribu, 2021 : 229). Jurnal penelitian ini menjelaskan kampanye #diindonesiasaja yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) merupakan bentuk kampanye PR. Kampanye ini menggerakkan khalayak untuk mengunggah foto dan video keindahan pariwisata di Indonesia. Tujuannya untuk menyemangati sektor pariwisata yang terdampak pandemi (Pasaribu, 2021: 229). Dalam hal ini, masyarakat menjadi target sasaran kampanye PR karena bertujuan untuk mengubah sikap-sikap tertentu.

Manusia dapat menghasilkan berbagai macam sikap. Sikap diidentifikasi dari 3 komponen sikap. Komponen kognitif merupakan pikiran atau keyakinan seseorang terhadap suatu objek. Komponen afektif merupakan reaksi emosional seseorang terhadap objek. Emosi juga berperan dalam mengubah sikap. Komunikasi yang membangkitkan rasa takut dapat menyebabkan perubahan sikap yang bertahan lama (Wilson et al, 2020: 222). Emosi juga dapat digunakan untuk mengukur sikap seseorang. Jika orang merasa senang dengan kehadiran suatu objek, hal itu sering disimpulkan bahwa orang tersebut menyukai kehadiran objek tersebut. Komponen perilaku menentukan tindakan seseorang dalam menanggapi suatu objek tertentu. Kampanye PR yang bertujuan untuk mengubah sikap-sikap tertentu memerlukan media komunikasi.

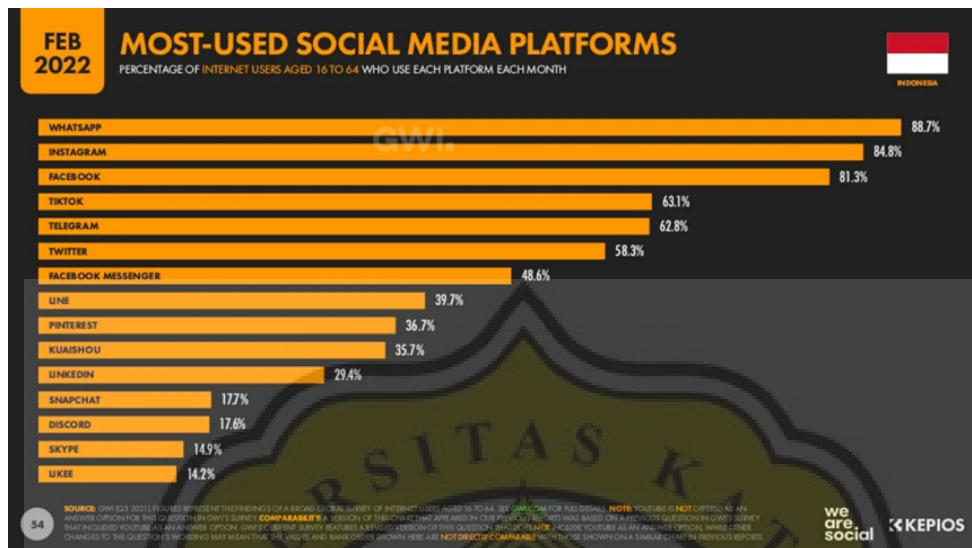
Kampanye PR (*Public Relations*) ditujukan kepada khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim. Dalam hal ini, media yang digunakan adalah komunikasi massa. Komunikasi massa dilakukan secara tidak langsung dan dapat menjangkau wilayah yang luas (Maryam and Paryotri, 2020 : 69). Hal ini diperkuat dengan adanya jaringan internet yang dapat diakses oleh siapapun (Maryam and Paryotri, 2020 : 78). Berdasarkan data dari datareportal.com, pengguna Internet bertambah setiap tahunnya dan mencapai 205 juta pada tahun 2022.



Gambar 1. 3 Pengguna Internet Indonesia
Sumber: datareportal.com

Kampanye yang dilakukan melalui media sosial dapat tersebar dengan cepat dan mencakup masyarakat yang lebih luas. Salah satu contoh media sosial yang digunakan untuk melakukan kampanye PR adalah Instagram. Data dari

datareportal.com menunjukkan bahwa Instagram menduduki peringkat kedua terbanyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

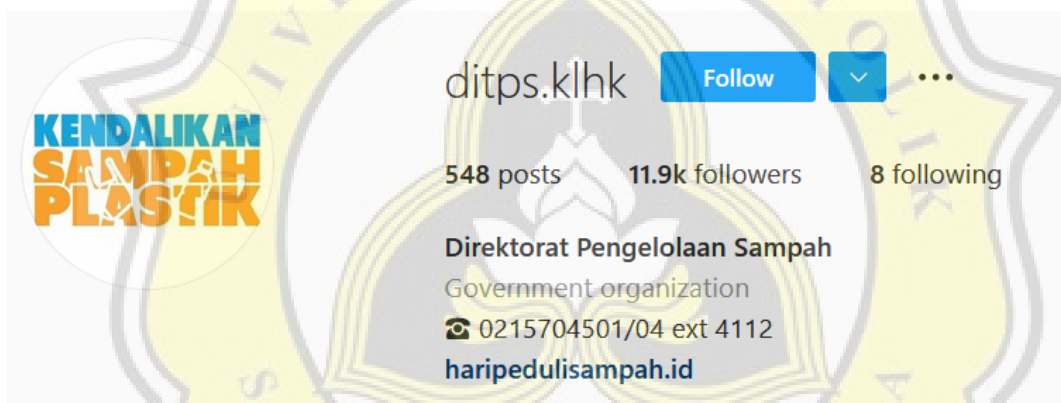


Gambar 1. 4 Pengguna Internet Indonesia
Sumber: datareportal.com

Pengguna Instagram di Indonesia mencapai 84,8% dari jumlah keseluruhan populasi. Kemenparekraf memanfaatkan Instagram karena jangkauan dan segmentasi sasaran pesan dapat diukur dan menjadi ruang diskusi bagi khalayak (Pasaribu, 2021 : 228). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuri Syafrikurniasari dan Safira Putri Widiani tahun 2020 juga menunjukkan kampanye *#NoStrawMovement* di media sosial khususnya Instagram memberikan pengaruh signifikan terhadap perubahan sikap pengikut akun Instagram @KFCIndonesia terhadap penggunaan sedotan plastik (Syafrikurniasari dan Widiani, 2020: 17-26).

Pemerintah Indonesia telah mengupayakan keterlibatan masyarakat dengan menggunakan media sosial. Seperti yang dilakukan oleh Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). KLHK khususnya Direktorat Pengelolaan

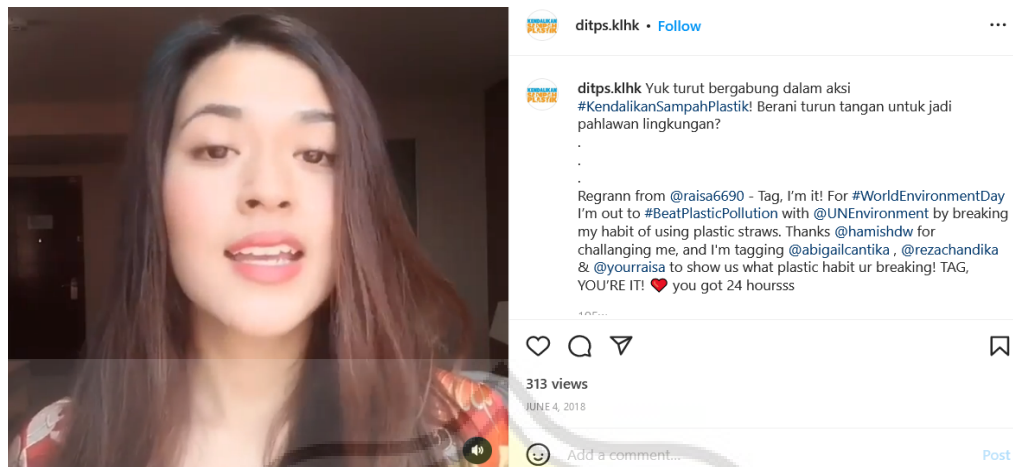
Sampah telah melakukan kampanye #kendalikanampahplastik melalui Instagram sejak tahun 2018. Tujuan dari kampanye ini berdasarkan Sistem informasi pengelolaan sampah nasional (SIPSN) untuk meningkatkan keterlibatan seluruh masyarakat Indonesia. Keterlibatan dalam rangka untuk mengendalikan sampah plastik di Indonesia. Kampanye dilakukan dengan mengunggah berbagai foto dan video terkait informasi dan edukasi mengenai sampah plastik. Instagram Direktorat Pengelolaan Sampah dikenal dengan nama @ditps.klhk. Total unggahan @ditps.klhk sebanyak 548 dan jumlah pengikut sebanyak 11.900 orang terhitung sampai tanggal 6 Maret 2022.



Gambar 1.5 Profil Instagram Direktorat Pengelolaan Sampah

Sumber : Instagram @ditps.klhk

@ditps.klhk telah mengunggah foto dan video mengenai sampah plastik menggunakan #kendalikansampahplastik sejak tahun 2018. Unggahan pertama Instagram @ditps.klhk berupa video pada tanggal 4 Juni 2018. Video berisi tentang edukasi dan ajakan bergabung dalam aksi #kendalikansampahplastik. Video singkat ini dibuat oleh penyanyi terkenal Indonesia Raisa Andriana.



Gambar 1.6 Unggahan Video pertama @ditps.klhk
Sumber : Instagram @ditps.klhk

Raisa mengajak teman dan para penggemarnya untuk ikut serta dalam aksi #kendalikansampahplastik. Raisa menyampaikan edukasi tentang polusi plastik dimana plastik tidak benar-benar bisa hilang. Plastik yang dibuang lama-kelamaan akan berubah bentuk menjadi mikroplastik. Akibatnya, 83% air yang digunakan sehari-hari sudah mengandung plastik. Raisa juga menyampaikan langkah yang dapat dilakukan oleh para pemula untuk melakukan aksi #kendalikansampahplastik. Hal yang dapat dilakukan adalah mengurangi penggunaan “sekali pakai buang”. Raisa mencontohkan penggunaan sedotan sekali pakai yang dapat digantikan dengan menggunakan sedotan berbahan *stainless steel*.

Akun Instagram @ditps.klhk juga memberikan edukasi kepada masyarakat dengan unggahan foto berupa poster.



Gambar 1.7 Unggahan foto @ditps.klhk

Sumber : Instagram @ditps.klhk

Deskripsi unggahan foto memberitahukan kepada khalayak bahwa sampah plastik telah menjadi masalah yang perlu diperhatikan. Indonesia telah menjadi negara kedua penghasil sampah plastik terbesar setelah China. Unggahan foto ini mengajak khalayak untuk ikut serta dalam mengendalikan sampah plastik. Khalayak dapat ikut serta dalam aksi #kendalikansampahplastik dengan cara-cara yang ditunjukkan dalam unggahan tersebut.

Pada tahun 2019, @ditps.klhk mengunggah foto yang mengajak masyarakat di berbagai daerah untuk melakukan gerakan nasional pilah sampah dari rumah. Ajakan memilah sampah juga mengingatkan masyarakat untuk membawa tumbler atau botol minum dari rumah untuk mengurangi penggunaan botol plastik.



Gambar 1.8 Unggahan foto @ditps.klhk tahun 2019

Sumber: Instagram @ditps.klhk

Pada tahun 2020, @ditps.klhk memberikan tips mengendalikan sampah plastik saat berbelanja di supermarket maupun pasar. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi penggunaan plastik yaitu dengan membawa *reusable bag* dan wadah sendiri dari rumah.



Gambar 1.9 Unggahan foto @ditps.klhk tahun 2020

Sumber : Instagram @ditps.klhk

Pada tahun 2021, @ditps.klhk mengunggah foto dengan tulisan “Sudah mengurangi penggunaan plastik sekali pakai hari ini?”. Unggahan ini mengingatkan sekaligus mengajak khalayak untuk memberikan *feedback*. Beberapa pengikut Instagram @ditps.klhk menjawab “Sudah” pada kolom komentar.



Gambar 1.10 Unggahan foto @ditps.klhk tahun 2021

Sumber : Instagram @ditps.klhk

Pada tahun 2022, @ditps.klhk memperkenalkan istilah baru yaitu “*Plastic Credit*”. Pada bagian deskripsi terdapat penjelasan singkat mengenai istilah tersebut. @ditps.klhk juga menyediakan webinar nasional yang membahas lebih lanjut mengenai “*Plastic Credit*”.



Gambar 1.11 Unggahan foto @ditps.klhk tahun 2022

Sumber : Instagram @ditps.klhk

Berdasarkan hasil pengamatan penulis, seluruh unggahan foto dan video akun Instagram @ditps.klhk sejak 2018 hingga 2022 memuat pengetahuan dan ajakan dalam mengendalikan sampah plastik. Unggahan yang dibagikan @ditps.klhk mengarah pada usaha agar pengguna-pengguna Instagram ikut serta dalam aksi mengendalikan sampah plastik. Unggahan yang dibagikan @ditps.klhk selalu menggunakan #kendalikansampahplastik sebagai salah satu bentuk kampanye untuk mengajak khalayak mengubah kebiasaan menggunakan plastik. Kebiasaan tersebut berubah ketika sikap sebagai penentu tindakan terbentuk sesuai dengan tujuan kampanye. Dalam hal ini, keberhasilan kampanye #kendalikansampahplastik bergantung pada sikap pengguna Instagram dalam menanggapi pesan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan diangkat oleh penulis adalah sebagai berikut: Bagaimana pengaruh “kampanye kendalikan sampah plastik” pada unggahan Instagram @ditps.klhk terhadap sikap pengikutnya dalam mengurangi penggunaan plastik?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kampanye “kendalikan sampah plastik” pada unggahan Instagram @ditps.klhk terhadap sikap pengikutnya dalam mengurangi penggunaan plastik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kampanye *public relations* (PR) dan sikap manusia. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan dan sumber inspirasi untuk dikembangkan oleh peneliti selanjutnya.

1.4.2 Manfaat praktis

a. Manfaat Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat menjadi alat ukur bagi Direktorat Pengelolaan Sampah dalam meningkatkan kualitas kegiatan kampanye pengendalian sampah plastik.

b. Manfaat Bagi Penulis

Penulis dapat menuangkan secara langsung ilmu tentang kampanye PR dan sikap manusia.

c. Manfaat Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan pembaca mengenai kampanye dan sikap manusia. Penelitian ini dapat dijadikan acuan serta sumber inspirasi yang bermanfaat dalam penulisan laporan selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan Akhir

Penulisan laporan akhir penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan rincian sebagai berikut:

1. Bab 1 Pendahuluan

Dalam bab ini terdapat penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah dan manfaat pada fokus penelitian yaitu mengenai pengaruh kampanye “kendalikan sampah plastik” pada unggahan Instagram

@ditps.klhk terhadap sikap pengikutnya dalam mengurangi sampah plastik.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini melampirkan dua hal yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu mengenai kampanye PR (*Public relations*) dan sikap dengan ditambahkan informasi mengenai hipotesis dan kerangka berpikir dalam penelitian

3. Bab III Metodologi Penelitian

Dalam bab ini dijelaskan mengenai metode penelitian, jenis dan sumber data serta analisis dan teknik pengumpulan pengerjaan tugas akhir ini.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian dalam bab ini menjelaskan mengenai data statistik dalam bentuk diagram batang dan beberapa penjelasan mengenai uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji korelasi dan uji regresi linear. Dalam bab ini dijelaskan secara rinci untuk menjawab rumusan masalah.

5. Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan penelitian atas jawaban dari rumusan masalah yang diajukan. Saran direkomendasikan untuk perbaikan proses pengujian selanjutnya.