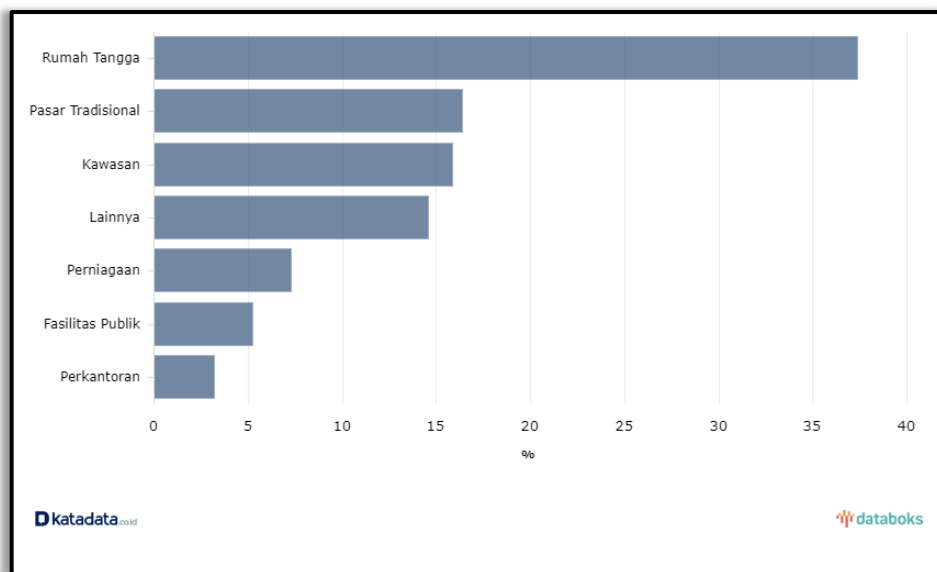


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sustainable Development Goals (SDGs) merupakan salah satu cara pemerintah Indonesia dalam melakukan pembangunan berkelanjutan. SDGs menjadikan ekosistem laut menjadi tujuan elemen ke-14 untuk perlindungan target mendesak mengatasi dampak merugikan polutan laut termasuk sampah plastik. Jambeck (dalam Purwaningrum, 2016) menyatakan bahwa Indonesia menjadi negara peringkat kedua yang menyumbang sampah plastik terbanyak setelah Cina, mencapai 187,2 juta ton.



Gambar 1.1 Komposisi Sampah Nasional

Sumber: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2020

Data gambar 1.1 menunjukkan tingkat komposisi sampah nasional tahun 2020 didominasi oleh sampah rumah tangga. Hal ini juga menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang bertambah akan mengikuti tingkat besar timbulan sampah yang dihasilkan oleh kegiatan dari manusia.

Upaya menurunkan tingkat sampah telah tertuang pada Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 97 Tahun 2017 tentang strategi dan kebijakan nasional cara mengelola sampah rumah tangga dan jenis lainnya di Indonesia sebesar 30% pada 2025. Masyarakat juga dapat mengidentifikasi mandiri yang menjadi bagian dari kemasan plastik pada sekitar lingkungan. Hal tersebut bertujuan untuk memberi anjuran kepada pihak produsen dalam komitmen atas produk kemasannya. Sebagaimana pasal 15 UU Nomor 18 Tahun 2008, menyatakan produsen diwajibkan untuk mengelola produk bungkus/kemasan dan hasil yang dikelolanya termasuk bahan sukar terurai dengan proses alam Ihsannudin & Zeng (2020).

Pemerintah dalam menangani masalah sampah rumah tangga tidak hanya diselesaikan sepihak namun juga masyarakat yang sebaiknya turut berperan aktif dalam mengelola sampah. Lingkungan yang berdampak baik dari pengelolaan sampah ialah dengan menurunnya volume timbulan sampah serta kerusakan lingkungan. Pengelolaan sampah yang tepat dan tingkat kesadaran masyarakat terhadap lingkungan menjadi tujuan penting bersama. Masyarakat dalam kesehariannya menggunakan kemasan plastik rumah tangga. Hal ini bentuk dari tiap individu berperan dalam menyumbang sampah setiap harinya.

Upaya telah pemerintah lakukan dalam menangani permasalahan sampah ini, termasuk memberikan pesan-pesan agar masyarakat mendapatkan informasi sesuai tujuan pesan yang disampaikan. Berdasarkan pesan kampanye yang dapat dimanfaatkan pemerintah atau perusahaan untuk mencapai tujuan dan membangkitkan kesadaran masyarakat (Venus, 2019).

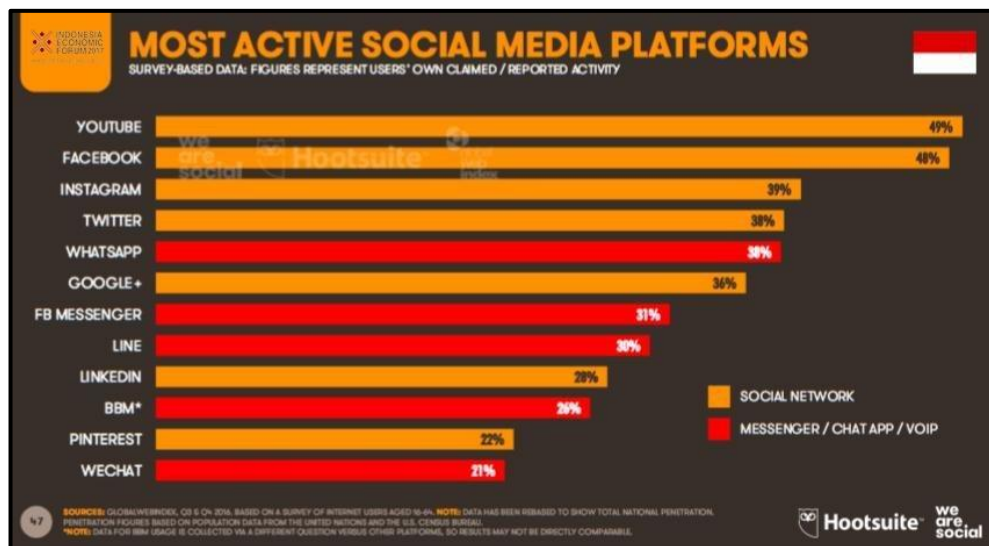
Pesan kampanye merupakan salah satu faktor yang dapat mengubah sikap, terkait hal ini komunikator merupakan pihak yang sangat berpengaruh dalam mengubah sikap seseorang. Sikap merupakan kumpulan dari rasa yakin dan kecenderungan berperilaku untuk diarahkan kepada orang tertentu, gagasan, objek atau kelompok. Sikap personal tiap individu juga tersusun dari tiga elemen yaitu: kognitif, afektif dan konatif atau perilaku (Krisyanti, Ilona & Anjang, 2020).

Kognitif merupakan komponen yang berkaitan dengan respon erat dalam pengetahuan dan informasi seseorang terhadap sesuatu. Afektif merupakan aspek dari bagian emosi seseorang yang menilai setuju atau tidak setujunya

terhadap objek atau sesuatu. Konatif merupakan sikap kecenderungan untuk melakukan Tindakan atau perilaku seseorang. Perubahan sikap yang mampu diubah melalui pesan salah satunya adalah sikap peduli lingkungan. Sikap ini merupakan sikap positif terhadap sekitar yang berupa tindakan perlindungan kepada lingkungan.

Kegiatan penyaluran pesan tersebut dilakukan untuk bahan pemahaman terhadap masyarakat dalam melakukan perubahan sikap menjadi sesuai dengan diadakan pesan-pesan isu lingkungan sampah plastik. Selain itu, sikap ramah lingkungan yang mencerminkan sikap secara sadar untuk tidak menambah atau mengurangi dampak yang individu lakukan kepada lingkungan.

Pesan yang disampaikan perlu melibatkan saluran komunikasi agar dapat memiliki pengaruh diterima oleh masyarakat. Bentuk komunikasi dapat berupa kertas, poster, spanduk, internet atau media sosial dan lainnya. Zaman digitalisasi ini penggunaan media dalam menyalurkan pesan komunikasi dinilai efektif. Platform dari media sosial menjadi salah satu sarana pesan yang memberikan pengaruh besar terhadap kegiatan penyaluran informasi. Beberapa layanan media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia ketiga terbesar adalah Instagram.



Gambar 1.2 Media Sosial Platform

Sumber : Hootsuite, 2021

Berdasarkan gambar 1.2 tersebut, *platform* media sosial yang paling aktif menempati posisi ketiga terpopuler setelah Youtube dan Facebook ialah Instagram pada data (Hootsuite, 2021). Fitur di Instagram salah satunya yaitu publikasi kegiatan sosial dengan cara mengikuti *hashtag*. Hasil penelitian Hootsuite menjelaskan bahwa pengguna Instagram di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 53 juta jiwa atau sebesar 20% dari penduduk Indonesia. Hal ini yang menjadikan perusahaan PT. Siklus Refil Indonesia menggunakan platform media sosial Instagram (@siklusrefill) sebagai wadah pesan yang menginformasikan isu sosial permasalahan lingkungan hidup, khususnya sampah plastik.

Hadir sejak tahun 2020, “Siklus” merupakan *startup* yang paling bergengsi untuk menyediakan layanan isi ulang kebutuhan rumah tangga. Tujuannya adalah mengatasi permasalahan sampah plastik sekaligus memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa menggunakan kemasan dengan biaya lebih terjangkau. Semua produk yang disediakan oleh “Siklus” dikirim langsung dari distribusi resmi dalam wadah 25 liter. Botol yang digunakan tersebut nantinya dibersihkan, diisi ulang dan digunakan kembali oleh “Siklus” seperti produk dari *Wings*, *Nestle* dan *Total Chemindo* untuk dikirim ke “Siklus”.



Gambar 1.3 Siklus Refil

Sumber: Siklus.com (2022)

Adanya fakta-fakta yang melatarbelakangi permasalahan sampah plastik rumah tangga, “Siklus” menyebarkan pesan #AyoIsiUlang. “Siklus” percaya hal ini dapat memengaruhi perubahan sikap masyarakat terkait dalam hal peduli lingkungan, khususnya sampah kemasan plastik. Pentingnya perubahan sikap yang dilakukan oleh kegiatan komunikasi pesan kampanye ini ternyata dapat digunakan sebagai sarana untuk menilai efek dari suatu pesan persuasif. Penilaian sikap dalam studi persuasif ini memang paling umum digunakan dengan tujuan untuk melihat apakah pesan yang sudah diberikan dapat mengubah sikap seseorang atau tidak. Hal ini dikarenakan dengan menerima informasi verbal biasanya dapat membentuk sebuah sikap. Perubahan sikap ini juga dapat diamati melalui proses bagaimana penerima pesan mempelajari isi dari suatu objek, pesan, situasi atau orang, yang kemudian akan dilihat juga apakah ada tujuan yang dapat dicapai dari informasi tersebut. Inti pesan yang disampaikan positif dan bermanfaat maka dapat tercipta perubahan sikap (Krisyanti, Ilona & Anjang, 2020).

Gumelar (2016) menjelaskan pengertian dari sikap lingkungan sebagai perasaan positif atau negatif dengan masalah yang berkaitan dengan lingkungan baik objek, masyarakat dan lainnya. Sikap peduli lingkungan merupakan bagian dari segala sesuatu yang menjaga kelestarian hidup ini, tidak menimbulkan dampak kerusakan baik itu dari segi tindakan, inovasi, keputusan, program dan semua kaitan yang menyangkut lingkungan sehingga alam sekitar tetap terjaga baik, sehat bersih dan nyaman untuk makhluk hidup. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pesan #AyoIsiUlang terhadap perubahan sikap peduli lingkungan pada akun Instagram @siklusrefill.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Sejauh mana pengaruh pesan #AyoIsiUlang terhadap perubahan sikap peduli lingkungan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pesan #AyoIsiUlang terhadap perubahan sikap peduli lingkungan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai kalangan yang terbagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Manfaat Akademis

Berdasarkan uraian di atas manfaat secara teoritis dalam kajian bidang komunikasi lingkungan, komunikasi pembangunan, komunikasi sosial dan bahan referensi yang membahas terkait pesan #AyoIsiUlang ataupun peduli lingkungan pada kemasan plastik produk rumah tangga.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi baru kepada PT. Siklus Refil Indonesia, pemerintah, masyarakat dan para pembaca terkait dampak sampah plastik. Manfaat praktis lainnya juga untuk meningkatkan kesadaran terhadap peduli lingkungan untuk diimplementasikan menjadi salah satu bentuk pencegahan dari sikap menyumbang pencemaran lingkungan. Penelitian ini dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi oleh “Siklus” yang sudah melakukan Gerakan #AyoIsiUlang dalam media sosial akun Instagram @siklusrefill.