# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa dekade terakhir, fenomena penggunaan plastik telah menjadi isu lingkungan yang signifikan dan memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak. Pada awal penemuannya, plastik banyak digunakan untuk mengganti penggunaan bahan-bahan organik agar produk bisa bertahan lebih lama (Decy Arwini, 2022). Tetapi ternyata penggunaan plastik tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, semakin berkembangnnya penggunaan plastik menjadi lebih meluas dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari aspek kebutuhan manusia saat ini. Sifat yang dimiliki bahan plastik yang membuatnya sulit untuk digantikan dengan bahan lain untuk berbagai macam pengaplikasian khususnya dalam kegiatan sehari-hari seperti contohnya alat berbelanja, kemasan makanan dan minuman, alat-alat rumah tangga, dan mainan anak (Qana Fadhila and Murtono, 2024).

Seiring meningkatnya penggunaan produk berbahan plastik menyebabkan jumlah produksi sampah plastik yang dihasilkan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Sampah plastik yang tidak dikendalikan dengan baik dan bertanggung jawab mengakibatkan Indonesia menjadi penyumbang limbah sampah plastik terbesar ke dua di dunia. Menurut informasi Asosiasi Industri Plastik Indonesia (INAPLAS) dan Badan Pusat Statistik (BPS) 2020, menyebutkan bahwa sampah plastik di Indonesia mencapai 64 juta ton per tahun, sebanyak 3,2 juta ton merupakan sampah plastik yang dibuang ke laut. Sementara kantong plastik yang terbuang ke lingkungan sebanyak 10 miliar lembar per tahun atau 85.000 ton kantong plastik (Warta Geospasial, 2020).

Permasalahan sampah di Kabupaten Kuningan saat ini juga semakin serius. Menurut berita harian Detik.com Jabar yang ditulis oleh (Taufik, 2024) didalam berita tersebut Pj Bupati Kuningan R Iip Hidayat mengatakan bahwasannya produksi sampah di Kuningan rata-rata per hari sekitar 480 ton, baik sampah organik maupun anorganik. Dan dari jumlah timbunan sampah tersebut hanya 200 ton saja yang dibuang ke TPA Ciniru hanya dibuang saja tanpa pengolahan lanjutan,

kondisi ini sudah hampir penuh dan diprediksi akan *over load* dalam kurun waktu 1,5 tahun ke depan.

Begitupun hasil dari observasi yang menjadi salah satu faktor penyebab timbunan sampah tersebut, peneliti melakukan pengamatan langsung ke lapangan dan melihat masih banyak prilaku penggunaan plastik sehari-hari yang berlebihan, dikarenakan kurangnya kesadaran akan penggunaan plastik yang berlebihan seperti lebih sering membeli minuman kemasan sekali pakai dibandingan menggunakan *tumbler*, terlalu sering membungkus makanan yang padahal masih bisa makan ditempat, dan saat berbelanja masih banyak yang tidak memilih membawa kantong belanja sendiri seperti *totebag,* bahkan sudah disediakan kantong yang ramah lingkungan di minimarket misalnya akan tetapi tetap memilih menggunakan plastik dikarenakan praktis dan murah. Meski dianggap praktis dan ekonomis, nyatanya penggunaan plastik dapat menimbulkan limbah sampah plastik yang sangat berbahaya bagi lingkungan hidup dan komponen di dalamnya (Priliantini, Krisyanti, & Situmeang, 2020).

Dengan adanya permasalahan tersebut, diperlukan adanya kampanye dikarenakan kurangnya media kampanye untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dan beralih ke produk yang ramah lingkungan. Kampanye yang dilakukan didalam penelitian ini adalah kampanye lingkungan. Kampanye lingkungan adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi yang terencana untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi sikap, dan mendorong perilaku masyarakat agar peduli dan bertindak terhadap isu-isu lingkungan tertentu, misalnya pengurangan sampah, konservasi alam, perubahan iklim, atau penggunaan energi berkelanjutan. (Rohman & Anandhia, 2021). Target audiens dari kampanye dampak bahaya penggunaan plastik sekali pakai ini yaitu remaja akhir berusia 18-24 tahun, Dikarenakan menurut penelitian terdahulu (Plastik Amara, 2020) yang berjudul Perancangan Kampanye Diet Plastik bagi Remaja dengan Mengangkat Isu Pencemaran Plastik di Laut Indonesia, bahwasannya remaja usia 17 – 25 adalah pengguna plastik terbanyak di Indonesia dengan jumlah mencapai 89,3 Juta orang.

Oleh karena itu diharapkan penelitian dengan judul "**Kampanye Dampak Negatif Penggunaan Plastik Sekali Pakai Melalui Ilustrasi Digital**" dengan media utama *E-Book* visual ilustrasi sebagai informasi yang mudah dipahami

tentang dampak negatif penggunaan plastik sekali pakai agar bisa beralih ke produk alternatif yang lebih ramah lingkungan. Tujuan *E-Book* dengan visual ilustrasi, dikarenakan Ilustrasi dapat dipahami sebagai pesan yang disajikan melalui visual/rupa dengan fungsi dan tujuan tertentu sebagai ‘media’ (alat penyampai) dan‘penjelas informasi’ juga berlaku sebaliknya serta menjadi daya estetis melalui elemen-elemen di dalamnya (Ahdiyat, 2021).

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan yaitu:

1. Diperlukan kampanye sebagai upaya untuk mendorong masyarakat agar lebih memilih produk ramah lingkungan, sehingga dapat mengurangi penggunaan plastik sekali pakai.
2. Kurangnya kesadaran remaja akhir usia 18-24 Tahun sehingga dibutuhkan media informasi akan dampak negatif penggunaan plastik sekali pakai.

## 1.3 Rumusan Masalah

Dari hasil permasalahan di atas bisa dirumuskan permasalahannya yaitu:

1. Bagaimana Membuat konsep *e-Book* ilustrasi sebagai media kampanye untuk masyarakat agar lebih memilih produk ramah lingkungan?
2. Bagaimana Membuat visualisasi *e-Book* ilustrasi sebagai media informasi untuk remaja akhir usia 18-24 Tahun tentang dampak negatif penggunaan plastik sekali pakai?

## 1.4 Tujuan Perancangan

1. Merancang konsep *E-Book* ilustrasi sebagai media kampanye untuk masyarakat agar lebih memilih produk ramah lingkungan.
2. Memvisualisasikan *E-Book* ilustrasi sebagai media informasi untuk remaja akhir usia 18-24 Tahun tentang dampak negatif penggunaan plastik sekali pakai.

## 1.5 Batasan Lingkup Perancangan

Dari hasil identifikasi masalah dan rumusan masalah di atas maka di butuhkan Batasan lingkup perancangan agar memiliki fokus yang jelas dan terarah, yaitu:

### A. Batasan Media

1. Media Utama

Media utama kampanye dampak negatif penggunaan plastik sekali pakai ini merupakan media utama *e-Book* visual ilustrasi yang menjelaskan tentang dampak negatif dari penggunaan plastik sekali pakai.

2. Media Pendukung

Media pendukung dari kampanye dampak negatif penggunaan plastik sekali pakai melalui *e-Book* visual ilustrasi agar lebih efektif dan tersampaikan antara lain: media sosial, *X-banner*, *tumbler*, kantong belanja, desain *twibbo*n, poster, dan *sticker*.

3. Konten pembahasan

Konten pembahasan didalam *e-Book* visual ilustrasi ini konten pembahasan didalam *e-Book* ilustrasi ini hanya terbatas pada informasi terkait definisi, dampak, penyebab, dan Solusi dari bahaya penggunaan plastik sekali pakai dalam sehari-hari seperti: terlalu sering membeli minuman botol plastik, tidak membawa kantong sendiri saat berbelanja, penggunaan sedotan plastik, dan sering memngungkus makanan.

### B. Target Audiens

1. Geografis

   Target geografis audiens pada perancangan ini berfokus di wilayah Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

2. Demografis

   18-24 tahun adalah remaja usia 18-24 tahun yang termasuk ke dalam kelompok remaja akhir (Fathinah, Abdullah, & Bakry, 2024)

   Usia : 18 – 24 tahun

   Tingkat Pendidikan : SMA-KULIAH

   Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

3. Psikografis

Remaja akhir yang tinggal di wilayah Kabupaten Kuningan yang tertarik terhadap nila-nilai kepedulian lingkungan dan minat terhadap konten visual dan isu lingkungan.

## 1.6 Manfaat Perancangan

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini berpotensi menjadi sumber referensi dalam efektivitas penggunaan media visual, seperti *E-Book* ilustrasi, dalam menyampaikan pesan-pesan terkait lingkungan.

2. Manfaat Praktis

   Dalam perancangan kampanye ini, diharapkan bisa membantu meminimalisir penggunaan plastik sekali pakai serta agar masyarakat khususnya remaja di Kabupaten Kuningan, untuk lebih memilih menggunakan produk yang berbahan ramah lingkungan dibandingkan dengan penggunaan plastik sekali pakai.

## 1.7 Metode Perancangan

Untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini, diperlukan pemilihan metode yang tepat berdasarkan isu yang diidentifikasi. Penelitian ini akan dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong, 2013 mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaat berbagai metode ilmiah (Fiantika et al., 2022).

### 1.7.1 Metode Pengumpulan Data

A. Observasi

Melakukan pengamatan mengenai dampak negatif penggunaan plastk sekali pakai melaui artikel, berita dan jurnal kemudian peneliti melakukan pengamatan di lingkungan sekitar dan melihat masih banyak prilaku penggunaan plastik sehari-hari yang berlebihan, seperti penggunaan sedotan plastik, lebih sering membeli minuman kemasan sekali pakai dibandingan

menggunakan *tumbler*, terlalu sering membungkus makanan yang padahal masih bisa makan ditempat, dan saat berbelanja masih banyak yang tidak memilih membawa kantong belanja sendiri seperti *totebag,* bahkan sudah disediakan kantong yang ramah lingkungan di minimarket misalnya akan tetapi tetap memilih menggunakan plastik dikarenakan praktis dan murah.

B. Wawancara

Proses wawancara yang akan dilakukan untuk mendapatkan data serta informasi dari berbagai narasumber yang sesuai dengan topik peracangan ini diantara lain yaitu: wawancara dengan Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Kuningan (DLHK) untuk mengumpulkan data informasi yang sesuai denga judul penelitian ini untuk melengkapi data informasi yang sesuai dengan penelitian ini.

C. Studi Literatur

Pengumpulan data tertulis berupa literatur yang berkaitan dengan teori dampak negatif penggunaan plastik sekali pakai, kampanye serta berbagai senis dokumen dan media yang bersumber dari berita, jurnal dan artikel yang membahas mengenai topik dan permasalahan yang sama.

D. Kuesioner

Menyebarkan beberapa pertanyaan berupa formulir secara daring untuk mendapatkan informasi pertanyaan tentang media E-Book kepada target audiens, sebagai data pendukung.

### 1.7.2 Metode Analisis Data

Teknik Analisa data didalam penelitian perancangan ini menggunakan metode analisa model Milles dan Huberman, Menurut Miles and Huberman analisis data model interaktif ini memiliki 3 komponen yaitu (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan/verifikasi Ketiga komponen utama yang terdapat dalam analisis data kualitatif itu harus ada dalam analisis data kualitatif. Sebab hubungan keterikatan antara ketiga tersebut harus terus dikomparasikan untuk menentukan arahan isi kesimpulan sebagai hasil akhir penelitian (Rony Zulfirman, 2022).

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap krusial dalam analisis data kualitatif yang bertujuan untuk menyederhanakan dan mengorganisir data mentah menjadi informasi yang lebih bermakna dan terstruktur.

2. Penyajian Data

Penyajian data analisis data kualitatif yang bertujuan untuk mengorganisir informasi secara sistematis dan bermakna. Melalui proses ini, peneliti dapat menyajikan hasil penelitian dalam bentuk yang mudah dipahami, baik berupa narasi deskriptif, tabel, bagan, atau grafik yang menggambarkan hubungan antar fenomena yang diteliti.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari serangkaian langkah penelitian. Kesimpulan tersebut diambil berdasarkan hasil analisis data serta verifikasi data yang telah dilakukan melalui bukti-bukti yang diperoleh di lokasi penelitian.

### 1.7.3 Metode Penyelesaian Masalah

Metode yang digunakan dalam penyelesaian masalah dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan proses desain yang dipopulerkan oleh Robin Landa, metode ini diperkenalkan oleh Landa dalam bukunya yang berjudul Graphic design solutions 5th edition (Sanjaya & Streit, 2023). Didalam metode tersebut ada 5 tahapan proses desain yaitu Orientation, Analysis, Concepts, Design, Implementation. Kelima tahapan tersebut merupakan tahapan berjenjang dan bertingkat. Sehingga masing-masing tahapan harus dilalui untuk mendapatkan hasil yang sesuai.

*1. Orientation*

*Orientation* ataupun orientasi, yang Dimana pada tahap ini peneliti mengumpulan data maupun informasi mengenai permasalahan yang ada, serta mengenai penyebab dari permasalahan tersebut, sekaligus dengan mencari informasi tentang target audiens untuk mencapai tujuan.

*2. Analysis*

Ditahap ini setelah informasi telah dikumpulkan, peneliti selanjutnya menganalisis data sudah ada. Kemudian menyusun strategi perancangan untuk mencapai target audiens untuk mendapatkan solusi masalah dan media yang

sesuai dan efektif. Sehingga solusi yang ada dapat menggambarkan ide dasar dari perancangan.

*3. Concept*

pada tahap ini, peneliti melakukan pengumpulan ide beserta tujuan dari percancangan yang sudah terlihat garis besarnya untuk lebih kreatif dalam ide dan konsep desain dengan data yang sudah dikumpulkan. Sehingga referensi-referensi yang ada dapat dibuat.

*4. Design*

Kemudian ditahap keempat ini, proses desain ataupun mengeksekusi dari konsep perancangan yang ada dilakukan. Pada tahap ini memvisualisasikan keseluruhan yang berhubungan dengan desain dari perancangan ini dilakukan.

*5. Implementation*

Ditahap terakhir ini, rancangan dari keseluruhan final desain dari media utama serta media pendukung yang nantinya diimplementasikan pada berbagai bentuk media yang telah ditentukan.




*Gambar 1. 1 5 Tahapan Design Process robin landa*
*Sumber :* https://binus.ac.id/malang/2022/02/51-tahap-concepts-dalam-proses-desain-robin-landa/

## 1.8 Sistematika Penulisan

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakanag
1.2 Identifikasi Masalah
1.3 Rumusan Masalah
1.4 Tujuan Perancangan
1.5 Batasan Lingkup Perancangan
1.6 Manfaat Perancangan
1.7 Metode Perancangan
1.8 Sistematika Penulisan

**BAB II LANDASAN TEORETIS**

2.1 Kajian Teori dan Studi Literatur
2.2 Tinjauan Perancangan Terdahulu

2.3 Kerangka Teoritis

**BAB III ANALISIS DATA DAN KONSEP PERANCANGAN**

3.1 Data dan Objek Perancangan

3.2 Hasil Analisis Data

3.3 Konsep Kreatif

3.4 Konsep Visual

3.5 Konsep Media

3.6 Program Kreatif

**BAB IV VISUALISASI HASIL PERANCANGAN**

4.1 Pengolahan Ide

4.2 Eksekusi Visual

4.3 Penerapan pada Media

**BAB V PENUTUP**

5.1 Simpulan

5.2 Saran