

PERANCANGAN KAMPANYE “CERDAS BERPLASTIK” SEBAGAI UPAYA MENGURANGI SAMPAH PLASTIK DI KALANGAN IBU RUMAH TANGGA

M. Syaifullah Islamudin ¹⁾, Haya Salsabil Darmawan ²⁾, Rusman Al Fauzi ³⁾, dan Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian ⁴⁾

¹⁾ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
21052010087@student.upnjatim.ac.id

²⁾ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
21052010101@student.upnjatim.ac.id

³⁾ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
21052010133@student.upnjatim.ac.id

⁴⁾ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
aileena.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Sampah plastik merupakan salah satu masalah lingkungan terbesar di dunia saat ini. Peningkatan produksi dan konsumsi plastik menyebabkan akumulasi sampah yang sulit terurai, merusak ekosistem, dan mengancam kesehatan manusia serta makhluk hidup lainnya. Di dalam rumah tangga, ibu rumah tangga sering menjadi pengelola utama dalam hal pembelian dan penggunaan barang sehari-hari, termasuk plastik. Oleh karena itu, peran mereka sangat krusial dalam upaya mengurangi dampak negatif sampah plastik. Kampanye “Cerdas Berplastik” dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan memberikan edukasi kepada masyarakat, terutama ibu rumah tangga, tentang cara mengurangi penggunaan plastik dan mengelola sampah plastik secara efektif. Dengan pendekatan yang tepat dan partisipasi aktif dari ibu rumah tangga, diharapkan kampanye ini dapat membantu mengurangi volume sampah plastik dan berkontribusi pada pelestarian lingkungan.

Kata Kunci : *Ibu Rumah Tangga, Kampanye, Sampah Plastik*

ABSTRACT

Plastic waste is one of the biggest environmental problems in the world today. Increased production and consumption of plastic lead to the accumulation of waste that is difficult to decompose, damaging ecosystems and threatening the health of humans and other living beings. In households, housewives often become the primary managers in terms of purchasing and using everyday items, including plastic. Therefore, their role is crucial in efforts to reduce the negative impact of plastic waste. The "Cerdas Berplastik" campaign is designed to raise awareness and provide education to the community, especially housewives, on how to reduce plastic usage and manage plastic waste effectively. With the right approach and active participation from housewives, it is hoped that this campaign can help reduce the volume of plastic waste and contribute to environmental conservation.

Keywords : *Housewives, Campaign, Plastic Waste*

PENDAHULUAN

Sampah plastik merupakan salah satu dari banyaknya masalah lingkungan yang dihadapi oleh dunia saat ini. Plastik yang awalnya diperkenalkan sebagai solusi praktis dan efisien, telah digunakan secara luas dalam berbagai industri karena kemudahan dan ketahanannya. Namun, sifatnya yang sulit terurai secara alami, sampah plastik menumpuk dan menyebabkan pencemaran lingkungan yang membahayakan kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya.

Di Indonesia sendiri, masalah sampah plastik menjadi semakin mengkhawatirkan seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan urbanisasi yang cepat. Negara ini merupakan salah satu penghasil sampah plastik terbesar di dunia, dengan estimasi lebih dari 3,2 juta ton sampah plastik yang dihasilkan setiap tahunnya. Sayangnya, infrastruktur dan sistem pengelolaan sampah yang ada saat ini belum memadai untuk menangani volume sampah plastik yang begitu besar. Akibatnya, sebagian besar sampah plastik berakhir di sungai, laut, dan area lingkungan lainnya, menyebabkan kerusakan ekosistem serta berdampak negatif terhadap kesehatan masyarakat.

Penggunaan plastik sekali pakai, seperti kantong belanja, botol air mineral, dan peralatan makan sekali pakai, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup modern. Meskipun praktis, plastik ini sering kali hanya digunakan sekali sebelum dibuang, yang secara signifikan menambah volume sampah plastik global. Bahaya plastik bagi lingkungan telah menyadarkan banyak pihak akan pentingnya tindakan untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya daur ulang dan pengelolaan sampah secara efektif.

Menurut Badan Pusat Statistik (2018), "Salah satu penyumbang terbesar timbulan sampah berasal dari kegiatan rumah tangga. Tercatat sebanyak 62% sampah di Indonesia merupakan sampah yang dihasilkan dari kegiatan domestik atau aktivitas rumah tangga, dan baru sekitar 1,2% rumah tangga yang sudah melakukan kegiatan daur ulang sampahnya" (Vitasari et. al., 2023).

Di tingkat rumah tangga, ibu rumah tangga seringkali menjadi pengguna utama produk plastik, dari kantong belanja sekali pakai hingga kemasan makanan. Peran mereka dalam pengelolaan sampah domestik sangat penting, karena keputusan mereka dalam memilih, menggunakan, dan membuang produk plastik dapat berdampak besar terhadap lingkungan sekitar. Oleh karena itu, peran edukasi dan kesadaran dari ibu rumah tangga dalam mengelola sampah domestik tidak hanya penting untuk lingkungan saat ini, tetapi juga untuk mendorong keberlanjutan lingkungan bagi generasi mendatang. Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu (Pangestu, 2019). Kampanye merupakan salah satu cara efektif untuk mengedukasi masyarakat dan mempengaruhi perilaku mereka terkait isu-isu tertentu. Dalam konteks ini, kampanye "Cerdas Berplastik" digunakan sebagai media untuk mengedukasi dan meningkatkan kesadaran ibu rumah tangga tentang penggunaan plastik.

Dengan memberikan informasi yang jelas dan strategi praktis, kampanye ini bertujuan untuk mendorong ibu rumah tangga agar lebih selektif dalam menggunakan plastik, memilih alternatif yang lebih ramah lingkungan, dan menerapkan metode pengelolaan sampah yang lebih efektif. Diharapkan, perubahan ini akan menghasilkan pengurangan signifikan dalam jumlah sampah plastik yang dihasilkan di tingkat rumah tangga, yang pada akhirnya akan mengurangi dampak pencemaran lingkungan serta membuka jalan menuju praktik yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan kampanye "Cerdas Berplastik" ini adalah metode penelitian kualitatif. Pendekatan ini meliputi observasi dan studi literatur untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor pendukung dan hambatan yang mempengaruhi upaya mengurangi sampah plastik di kalangan ibu rumah tangga. Data akan dikumpulkan dengan memfokuskan pada prinsip 5W+1H (Who, What, When, Where, Why, dan How), yaitu siapa yang terlibat dalam kampanye, apa yang dilakukan dalam kampanye, kapan dan di mana kampanye dilaksanakan, mengapa kampanye ini penting, dan bagaimana kampanye ini diimplementasikan serta dirasakan dampaknya oleh partisipan. Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang komprehensif untuk mendukung keberhasilan kampanye "Cerdas Berplastik" dalam mengubah perilaku ibu rumah tangga terhadap penggunaan plastik..

Analisis data akan dilakukan dengan pendekatan tematis, di mana hasil dari wawancara dan studi literatur akan diidentifikasi dan dianalisis untuk mengungkapkan pola-pola tematik dan naratif terkait dengan kampanye "Cerdas Berplastik". Metode kualitatif ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam dan kontekstual tentang implementasi kampanye serta perubahan perilaku yang diharapkan dalam upaya mengurangi dan mengelola sampah plastik di tingkat rumah tangga.

PEMBAHASAN

1. Logo



Gambar 1. Logo Kampanye "Cerdas Berplastik"
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Logo kampanye "Cerdas Berplastik" menggunakan konsep monoline, dimana logo dibuat dari tarikan garis dengan bentuk utama lampu yang terdiri dari elemen botol dan daun untuk merepresentasikan nama dari kampanye itu sendiri yaitu "Cerdas Berplastik". Perpaduan warna biru dan hijau dipilih karena mencerminkan komitmen kampanye terhadap pengelolaan plastik yang lebih bijaksana dan upaya untuk menjaga lingkungan tetap bersih dan sehat.



Gambar 2. Elemen Logo Cerdas Berplastik
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berikut adalah makna dari elemen-elemen yang ada di dalam logo:

- Botol plastik : salah satu produk plastik yang paling umum digunakan dan sering kali menjadi polutan utama di lingkungan.
- Lampu : melambangkan inovasi dan kesadaran. Seperti lampu yang menerangi kegelapan, kampanye ini berusaha untuk menerangi pikiran masyarakat tentang pentingnya mengelola plastik dengan bijak.
- Daun : Melambangkan kehidupan dan alam, daun adalah ikon universal dari alam dan lingkungan yang sehat. Menekankan pentingnya menjaga ekosistem alam dari pencemaran plastik.

2. Supergrafis



Gambar 3. Supergrafis
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Supergrafis berfungsi untuk memperkuat identitas dan pesan kampanye melalui elemen visual yang konsisten dan menarik. Supergrafis juga dapat diterapkan pada berbagai media yang akan digunakan dalam kampanye, seperti poster, postingan media sosial, brosur, dan media kampanye lainnya. Dengan penggunaan supergrafis yang konsisten, kampanye ini akan lebih mudah dikenali dan dapat menyampaikan pesan secara lebih efektif kepada audiens yang lebih luas. Supergrafis dari kampanye "Cerdas Berplastik" ini diambil dari elemen-elemen yang terdapat pada logo, yang dituangkan dalam bentuk kotak rounded.

3. Feeds Instagram



Gambar 4. Feeds Instagram Kampanye Cerdas Berplastik
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kampanye Cerdas Berplastik merupakan kampanye yang berfokus pada kampanye secara online dengan menggunakan media Instagram. Kampanye online ini dilakukan dengan memberikan informasi yang relevan dan edukatif melalui berbagai postingan, story, dan video, di Instagram tentang pentingnya pengurangan penggunaan plastik dan pengelolaan sampah plastik yang lebih bijaksana. Dengan memanfaatkan Instagram sebagai platform utama, kampanye ini berharap dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

4. Ambient Media



Gambar 5. Ambient Media

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain menggunakan media sosial, kampanye “Cerdas Berplastik” juga menggunakan media lain untuk menyampaikan pesan kampanye. Salah satu media yang digunakan adalah ambient media. Ambient media berfungsi untuk menarik perhatian konsumen untuk menyampaikan pesan. Ambient media dari kampanye “Cerdas Berplastik” ini berupa tempat sampah yang di desain menyerupai gelas plastik dan cup kopi karton. dimana tempat sampah yang berbentuk gelas plastik untuk sampah plastik dan gelas kopi untuk sampah biasa pada umumnya.

5. Poster



Gambar 6. Poster Infografis
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Poster dari kampanye “Cerdas Berplastik” memuat informasi tentang alternatif produk pengganti plastik yang lebih ramah lingkungan, seperti kantong belanja dari kain, botol minum stainless steel, dan peralatan makan yang dapat digunakan kembali. Poster ini digunakan sebagai media untuk kampanye offline atau turun langsung ke masyarakat. Dengan menampilkan alternatif yang praktis dan mudah diakses, poster ini diharapkan dapat memotivasi masyarakat untuk beralih ke produk-produk yang lebih berkelanjutan dan berkontribusi pada pengurangan sampah plastik.

6. Stiker



Gambar 7. Stiker
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Stiker digunakan sebagai media kampanye untuk "Cerdas Berplastik". Stiker ini mencakup logo kampanye, quotes, dan stiker recycle untuk mengingatkan audiens agar selalu menggunakan peralatan yang dapat digunakan berulang kali. Ini merupakan upaya untuk meningkatkan kesadaran akan penggunaan plastik yang bijak dan praktik daur ulang.

7. Kaos



Gambar 8. Kaos
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kaos kampanye ini didesain dengan logo dan slogan "Cerdas Berplastik", digunakan sebagai media promosi untuk menyebarkan pesan tentang kampanye "Cerdas Berplastik." Selain digunakan sebagai media promosi, media kaos ini juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Kaos ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana edukasi yang menginspirasi tindakan nyata dalam mengurangi sampah plastik di lingkungan sekitar.

8. Totebag



Gambar 9. Totebag
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Totebag kampanye, yang juga dihiasi dengan logo dan slogan "Cerdas Berplastik", digunakan sebagai media promosi tambahan. Totebag ini berfungsi ganda sebagai alat promosi dan solusi praktis untuk menggantikan kantong plastik sekali pakai. Dengan membawa totebag ini, masyarakat didorong untuk beralih ke kebiasaan yang lebih ramah lingkungan dan turut berkontribusi dalam mengurangi sampah plastik.

9. Kegiatan Kampanye



Gambar 10. Kegiatan Kampanye
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Kegiatan kampanye “Cerdas Berplastik” ini dilakukan di wilayah Rungkut, Surabaya. Kegiatan kampanye ini dilakukan dengan melakukan wawancara kepada narasumber. Selain itu, sebagai bagian dari kegiatan ini, kami juga membagikan merchandise berupa totebag kain dan botol minum dari kampanye “Cerdas Berplastik” kepada para narasumber. Merchandise ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai contoh nyata dari alternatif produk ramah lingkungan yang dapat menggantikan plastik sekali pakai dalam kehidupan sehari-hari

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kampanye "Cerdas Berplastik" bertujuan untuk mengurangi sampah plastik dengan meningkatkan kesadaran dan edukasi di kalangan ibu rumah tangga mengenai penggunaan plastik yang bijak dan alternatif ramah lingkungan. Melalui berbagai media seperti Instagram hingga poster, kampanye ini menyampaikan pesan penting tentang perlunya beralih ke produk yang lebih berkelanjutan, seperti tas belanja kain, botol air stainless steel, dan sedotan logam atau bambu. Dengan pendekatan yang kreatif dan informatif, kampanye ini berusaha mendorong ibu rumah tangga untuk membuat pilihan yang lebih ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dapat mengurangi dampak negatif plastik terhadap lingkungan.

Dengan melibatkan ibu rumah tangga sebagai agen perubahan, kampanye ini tidak hanya berupaya mengurangi dampak negatif plastik terhadap lingkungan, tetapi juga mendorong kebiasaan baru yang lebih baik untuk keberlanjutan bumi bagi generasi mendatang. Dengan memberikan edukasi dan solusi praktis yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, kampanye "Cerdas Berplastik" berharap dapat membentuk pola pikir dan perilaku yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan, sehingga dapat mewariskan bumi yang lebih sehat dan bersih kepada anak cucu kita.

REFERENSI

- Pangestu, R. (2019). Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 4(2).
- Vitasari, V., Ismail, K., Amrivo, V., & Yulikasari, T. E. (2023). PERAN PEREMPUAN MAJLIS TA'LIM AL-JALIL DALAM PENGELOLAAN SAMPAH RUMAH TANGGA DI KELURAHAN DOMPAK. *AGRONIMAL: Jurnal Ilmiah Pertanian dan Peternakan*, 1(1), 1-10.