

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Sedotan adalah alat yang membantu seseorang agar lebih mudah menikmati minuman. Sampai saat ini, sedotan masih sering digunakan pada berbagai produk minuman yang dijual di pasaran dan untuk penyajian minuman di banyak kafe dan restoran. Di Indonesia, penggunaan sedotan plastik sudah menjadi hal yang lumrah. Masyarakat suka menggunakannya karena harganya yang murah dan mudah didapatkan. Namun, penggunaan sedotan plastik sekali pakai ini berdampak buruk bagi lingkungan. Material plastik yang terkandung dalam sedotan sangat sulit terurai sehingga tanah maupun perairan yang menjadi tempat pembuangannya menjadi tercemar. Sayangnya, dampak buruk dari sampah sedotan plastik ini belum disadari oleh semua orang.

Pencemaran lingkungan akibat sampah plastik ini menjadi masalah besar bagi dunia, termasuk Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara pengguna sedotan plastik tertinggi di dunia. Menurut Komunitas Divers Clean Action (2017) yang dimuat dalam situs berita *online* yang berjudul Gerakan Anti Sedotan Plastik yang Kian Gencar di Indonesia, menyatakan bahwa terdapat 93 juta batang sedotan plastik yang digunakan setiap harinya. Sedotan plastik tersebut bersumber dari restoran, minuman kemasan, dan sumber lainnya. Jika jumlah sedotan plastik tersebut direntangkan akan mencapai jarak sejauh 16.784 km<sup>2</sup> atau sama dengan jarak tempuh dari kota Jakarta ke kota Meksiko. Dalam seminggu, pemakaian sedotan plastik setara dengan jarak tiga kali keliling bumi. Sedotan merupakan sampah plastik terbesar kelima di dunia, dan 6 juta batang berada di pantai dan laut.

Menurut berita yang dilansir oleh CNN Indonesia (2018), beberapa aktivitas di Indonesia sudah dilakukan untuk mengatasi dan mengurangi masalah sampah plastik. Salah satunya adalah kampanye anti sedotan plastik. Sejumlah

perusahaan besar yang telah melakukannya antara lain, KFC, Starbucks, McDonald's, The Body Shop, Hotel Hyatt, Hotel Hilton, serta perusahaan maskapai *Alaska Airlines* dan *American Airlines*.

Menurut berita yang dilansir oleh KumparanFOOD (2018), bertepatan pada Hari Kopi sedunia, Starbucks Indonesia meluncurkan program bertajuk "Starbucks Greener Nusantara" yang diadakan pertama kali di seluruh gerainya di Bali. Program ini dimulai pada 01 Oktober 2018, di mana Starbucks Indonesia berupaya mengurangi sampah plastik dengan menyediakan sedotan berbahan kertas, kantung plastik yang terbuat dari singkong sehingga mudah terurai, hingga sendok, garpu, dan pisau yang menggunakan bahan dari pati jagung. Tidak hanya itu, pengaduk kopi dari plastik juga diganti dengan bahan kayu. Begitu pula gelas plastik untuk minuman dingin diganti dengan gelas daur ulang berbahan *recycled poly-ethylene terephthalate* (RPET) dengan tutup bagian atasnya berbentuk corong untuk memudahkan pelanggan minum tanpa sedotan.

Selain Starbucks, restoran cepat saji McDonald's juga sudah mulai melakukan kampanye serupa. Kampanye yang dilakukan oleh McDonald's ini disebut dengan Gerakan #MulaiTanpaSedotan. Sejak tanggal 12 November 2018, McDonald's sudah tidak menyediakan dispenser untuk sedotan plastik di semua gerainya yang ada di Indonesia. Kelak McDonald's akan menggunakan sedotan berbahan kertas sebagai pengganti sedotan plastik.

Hotel Hyatt dan Hilton merupakan contoh lain perusahaan yang menerapkan larangan sedotan plastik sekali pakai. Hyatt menyediakan sedotan berbahan ramah lingkungan bagi tamu hotel yang menginginkannya. Dibandingkan Hyatt, Hotel Hilton mengambil kebijakan yang lebih keras. Hilton melarang penggunaan sedotan plastik di seluruh jaringan hotelnya pada akhir tahun 2018. Tak hanya itu, manajemen hotel juga menyingkirkan botol air minum plastik di tiap perhelatan yang diadakan di Hilton. Pihak Hilton menawarkan sedotan berbahan kertas yang bisa terurai dan kebijakan ini mampu mengurangi 2,5 juta sedotan plastik tiap tahun.

*Alaska Airlines* adalah maskapai pertama yang melarang penggunaan sedotan plastik. Pada 21 Mei 2018, sedotan plastik sekali pakai dilarang pada semua penerbangan dan ruang tunggu Bandara. Menurut traveler, aturan ini berlaku mulai 16 Juli 2018. Selain itu, perusahaan maskapai *American Airlines* juga telah

memberlakukan hal serupa. Perusahaan maskapai ini berkomitmen menggunakan sedotan, sendok, dan garpu yang ramah lingkungan, serta pengaduk berbahan bambu di ruang tunggu maskapai mulai Juli 2018.

Bertepatan dengan Hari Bumi pada tanggal 22 April 2018, The Body Shop Indonesia bersama 300 karyawannya berkumpul di *Car Free Day* Sudirman untuk mengkampanyekan “Tolak Sedotan Plastik”. Kegiatan tersebut dihadiri oleh aktivis lingkungan, *public figure* seperti Nadine Chandrawinata serta *beauty vlogger* Abel Cantika dan Andra Alodita. Kampanye ini merupakan upaya lanjutan dan berkesinambungan The Body Shop Indonesia atas isu sampah plastik sejak tahun 2013 juga di momentum Hari Bumi, di mana saat itu dimulai dengan menolak kantong plastik, yang kembali dilanjutkan saat ini dengan menolak sedotan plastik.



**Gambar 1. Kampanye “Tolak Sedotan Plastik” The Body Shop**

Sumber : [www.thebodyshop.co.id](http://www.thebodyshop.co.id)

Menurut berita yang dilansir oleh Kompas.com (2019), pembatasan sedotan plastik sekali pakai juga diterapkan oleh PT. Fast Food Indonesia (KFC). KFC melakukan kampanye yang disebut dengan *#NoStrawMovement*. Kampanye *#NoStrawMovement* ini berawal dari teguran komunitas Divers Clean Action (DCA) yang sering menemukan sampah plastik KFC di laut Kepulauan Seribu. Sedangkan di Kepulauan Seribu tidak ada gerai KFC dan ternyata sampah tersebut berasal dari pengunjung yang membawa bekal KFC. KFC melakukan kampanye ini pertama kali di wilayah Jabodetabek pada bulan Mei 2017. Hasilnya, di tahun 2017 KFC berhasil mengurangi penggunaan sedotan sebanyak 46% di setiap gerai KFC. Hingga akhir tahun 2018 pengurangan tersebut sudah mencapai 91%.

Pihak KFC pun bekerja sama dengan Komunitas Divers Clean Actions (DCA) dalam melakukan kampanye ini. Pada tahun 2017, KFC bersama Divers Clean Action

(DCA) telah melakukan kegiatan membersihkan sampah plastik di pesisir Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu, dan didapat bahwa setiap  $100m^2$  terkumpul 936 buah sedotan. Itu setara 12 gerbong kereta api besar dan itu baru per  $100m^2$  saja dan dari satu pulau.



**Gambar 2. Poster kampanye #NoStrawMovement KFC**

Sumber : Dokumen Pribadi

Bersamaan dengan Hari Terumbu Karang, tanggal 8 Mei 2018 juga ditetapkan sebagai hari #NoStrawMovement. Kini, KFC telah menerapkan gerakan tanpa sedotan di seluruh gerai miliknya pada skala Nasional untuk mendukung kampanye #NoStrawMovement. Adapun bentuk kampanye yang dilakukan oleh KFC adalah dengan mengeluarkan poster, video bahaya sampah sedotan plastik di setiap gerai KFC, iklan di sosial media, serta mengadakan instalasi edukasi tentang kondisi laut dan sampah di Indonesia yang berada di gerai KFC Paramount Serpong. Selain itu, ada juga acara seperti *-talkshow* dan pelatihan yang dapat diikuti oleh konsumen KFC di gerai KFC Paramount Serpong tersebut. Kegiatan yang dilakukan berhubungan dengan gaya hidup ramah lingkungan seperti pembuatan *ecobrick*, mendaur ulang plastik, *storytelling*, dan lainnya. Kini kampanye #NoStrawMovement sudah mulai diikuti oleh beberapa negara lainnya seperti Singapura, Hongkong, Australia dan China.

Sebagian perusahaan yang diceritakan di atas telah menyediakan alternatif lain untuk menggantikan sedotan plastik, kecuali KFC. KFC masih menyediakan sedotan plastik berukuran besar untuk menu minumannya yang berjenis *float*. Hal ini sangat



disayangkan karena KFC merupakan salah satu restoran cepat saji di Indonesia yang memelopori gerakan anti sedotan plastik ini. Hal inilah yang membuat peneliti memilih KFC sebagai objek penelitian.

Kampanye anti sedotan plastik yang dilakukan oleh perusahaan tidak akan ada artinya bila tidak ada kesadaran dari masyarakat untuk mendukungnya. Masyarakat harus ikut serta dalam mengurangi penggunaan sedotan plastik sekali pakai dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini harus ditularkan secara meluas, sebab proses daur ulang sampah plastik yang selama ini dikampanyekan dinilai masih belum efektif untuk dalam mengurangi volume sampah yang terus meningkat. Kesadaran untuk mengurangi penggunaan bahan plastik harus ditingkatkan di masyarakat. Tujuannya agar setiap pengusaha makanan ikut terpengaruh untuk tidak lagi menggunakan perlatan makan dan minum dari bahan plastik, dan itu dimulai dari alat sederhana seperti sedotan.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mencari tahu apakah ada pengaruh kampanye *#NoStrawMovement* KFC terhadap kesadaran masyarakat untuk tidak menggunakan sedotan plastik (survei pada pengunjung restoran KFC di Cinere Mall Depok pada bulan Mei 2019). dugaannya adalah kampanye tersebut bisa saja mempengaruhi masyarakat untuk tidak menggunakan sedotan plastik. Oleh karena itu, judul penelitian yang diangkat oleh peneliti adalah **PENGARUH KAMPANYE *#NOSTRAWMOVEMENT* KFC TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT UNTUK TIDAK MENGGUNAKAN SEDOTAN PLASTIK (SURVEI PADA PENGUNJUNG RESTORAN KFC DI CINERE MALL DEPOK PADA BULAN MEI 2019)**

## **I.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah : Apakah ada pengaruh antara kampanye *#NoStrawMovement* KFC terhadap kesadaran masyarakat untuk tidak menggunakan sedotan plastik ? (Survei pada Pengunjung Restoran KFC di Cinere Mall Depok Bulan Mei 2019).

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, peneliti menetapkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh serta mengukur seberapa besar pengaruh kampanye *#NoStrawMovement* KFC terhadap kesadaran masyarakat untuk tidak menggunakan sedotan plastik (Survei pada Pengunjung Restoran KFC di Cinere Mall Depok Bulan Mei 2019).

### **I.4 Manfaat Penelitian**

Selain memiliki tujuan, penelitian ini diharapkan juga memiliki manfaat bagi berbagai kalangan. Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu manfaat secara akademis dan manfaat secara praktis.

#### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menguji model kampanye Ostergaard untuk mengetahui adanya pengaruh Kampanye *#NoStrawMovement* KFC terhadap kesadaran masyarakat untuk tidak menggunakan sedotan plastik” (survei pada pengunjung restoran KFC di Cinere Mall Depok pada bulan Mei 2019). Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan pemikiran penelitian - penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kampanye lingkungan seperti kampanye anti sedotan plastik.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi KFC dan masyarakat. Masyarakat diharapkan lebih sadar akan bahaya menggunakan sedotan plastik secara terus-menerus. Selain itu, KFC dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk memajukan dan mengembangkan program kampanye yang sudah dibuat. Kampanye ini dilakukan dengan menggunakan media komunikasi seperti poster, video pendek, serta iklan di media sosial.

### **I.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini untuk memudahkan penyusunan skripsi, sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdapat uraian mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini meliputi uraian berbagai teori-teori dan pengertian yang menjadi dasar dalam menguraikan masalah untuk memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penulisan.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, serta waktu dan tempat penelitian dilakukan.

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini merupakan analisis untuk memberikan jawaban atau solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran kemampuan penulis dalam memecahkan masalah.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Menyatakan pemahanan peneliti mengenai masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka memuat referensi buku maupun sumber lain yang digunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses penyusunan skripsi.

## **LAMPIRAN**