

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia erat kaitannya dengan penggunaan plastik. Setiap hari dalam berbagai aktivitasnya, manusia menggunakan plastik untuk bermacam-macam keperluan, karena plastik merupakan material yang sangat berguna dalam kehidupan. Peranan dari plastik telah menggantikan kayu dan logam karena kelebihan yang dimilikinya antara lain ringan, kuat, mudah diwarnai dan murah. Banyak hal yang terbuat dari plastik mulai dari kantong belanja, kemasan minuman, peralatan rumah tangga, mainan anak, elektronik dll. Terlepas dari segala kemudahan dan keuntungan menggunakan plastik, plastik juga membawa bencana bagi lingkungan. Berbagai dampak negatif dari penggunaan produk plastik diakibatkan karena penggunaannya yang tidak ramah lingkungan. Seperti permasalahan dari sampah plastik yang dibuang sembarangan pada lingkungan, kurangnya kesadaran masyarakat Indonesia untuk mengolah dan daur ulang sampah plastik bekas pakai. Hal ini menjadi permasalahan global karena penggunaan plastik yang semakin masif di masyarakat tetapi tidak diimbangi dengan kesadaran manusia terhadap lingkungan akan tanggung jawabnya terhadap sampah.

Menurut hasil riset Jambeck yang merupakan peneliti dari Universitas Georgia Amerika Serikat, Pada tahun 2015 Indonesia berada pada peringkat kedua dunia penghasil sampah plastik ke laut yang mencapai sebesar 187,2 juta ton setelah Cina yang mencapai 262,9 juta ton per tahun (CNN Indonesia, 2016). Sedangkan, data terbaru dari Asosiasi Industri Plastik Indonesia (INAPLAS) dan Badan Pusat Statistik (BPS), Pada tahun 2018, sampah plastik di Indonesia mencapai 64 juta ton/tahun dimana sebanyak 3,2 juta ton merupakan sampah plastik yang dibuang ke laut. (Tribunnews, 2018).

Berdasarkan data dari Sustainable Waste Indonesia (Dalam Solopos, 2018) Pada tahun 2018 tercatat dari 100 % sampah plastik yang dihasilkan, 69% diantaranya masuk ketempat pembuangan akhir dan hanya 7% yang didaur ulang. Sisanya 24% mencemari lingkungan.

Permasalahan sampah plastik di Indonesia dengan rendahnya tingkat daur ulang sampah plastik hanya mencapai 7% yang artinya kurangnya tanggung jawab masyarakat terhadap sampah plastik menjadi permasalahan di Indonesia yang serius yang harus di tanggulangi. Hasil survei menurut asosiasi manajemen sampah Swedia dalam kumparan.com mengatakan bahwa 99% sampah rumah tangga di Swedia sudah berhasil di daur ulang. Pada tahun 2016 Swedia mulai menggalakkan kampanye yang bernama gerakan “Mijonarl -Vanlig”. Gerakan ini dilakukan untuk mengurangi sampah besar dengan cara memperbaikinya dan menggunakannya lagi. Keberhasilan kampanye ini karena adanya dukungan dari warga Swedia yang disiplin dalam menjaga lingkungan seperti memilah sampah sesuai dengan jenisnya, sebelum masuk dalam proses daur ulang yang selanjutnya akan diubah jadi sumber listrik bagi ribuan rumah, pemanas saat musim dingin, kertas, berbagai peralatan dapur, kompos, dan juga biogas.

Pada kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa untuk tidak menggunakan plastik, negara Swedia merupakan negara yang menggunakan plastik juga tetapi bisa menanggulangi dengan cara daur ulang. Permasalahan sampah plastik bisa diolah menjadi bahan yang berguna dan menambah sirkulus kehidupan dari sampah plastik dengan mulai dari membuat barang yang berguna dari sampah. Jadi jika sampah plastik diolah dengan baik, plastik tidak akan menjadi masalah yang serius di Indonesia.

Melihat hal ini, pemerintah melakukan upaya menanggulangi plastik di Indonesia yaitu dengan menargetkan untuk mengurangi sampah plastik sebesar 70% pada tahun 2025 yang tercatat pada peraturan presiden Republik Indonesia nomer 97 tahun 2017 tentang kebijakan dan strategi nasional pengelolaan sampah rumah tangga dan sampah sejenis sampah rumah tangga. Sesuai dengan peraturan

yang ditetapkan pemerintah, berbagai perusahaan atau organisasi melakukan berbagai terobosan baru untuk mengurangi sampah plastik di Indonesia, seperti pada Starbucks Indonesia yang mulai melakukan kampanye hijau dengan menggunakan bahan ramah lingkungan yang tidak menggunakan plastik yaitu mendorong program *Bring On Your Tumbler* dengan mengajak pelanggannya untuk mengganti gelas kemasannya menjadi menggunakan tumbler agar dapat mengurangi jumlah penggunaan gelas kertas. Sedangkan, McDonald's Indonesia meluncurkan kampanye #MulaiTanpaSedotan untuk mengurangi timbunan sampah plastik dengan tidak lagi menyediakan dispenser sedotan plastik di 189 gerai McDonald's di seluruh Indonesia secara serentak menuju perubahan besar di masa depan.

PT. AQUA Mississippi sebagai pelopor produsen air minum kemasan di Indonesia yang didirikan pada tahun 1973 dan memiliki 14 pabrik di Indonesia. Pada tahun 1998, AQUA yang berada di bawah naungan PT. Tirta Investama bergabung dengan Danone yang merupakan salah satu kelompok perusahaan air minum dalam kemasan terbesar didunia dan ahli dalam nutrisi. Maka melihat permasalahan sampah plastik yang terjadi, Danone AQUA yang menggunakan kemasan plastik pada kemasannya ikut berpartisipasi untuk mencapai target yang diatur oleh pemerintah dengan mengembangkan inisiatif AQUA Lestari sebagai tanggung jawab dalam sosial dan lingkungan, maka Danone AQUA meluncurkan kampanye #BijakBerplastik pada tanggal 5 Juni 2018 yang bertujuan untuk bertanggung jawab dalam penggunaan plastik untuk mendorong perubahan dalam skala besar, dengan melibatkan masyarakat di Indonesia khususnya pada *followers* instagram @aqualestari. Alasannya dilakukan kampanye ini karena untuk mendukung peraturan pemerintah dan AQUA sejak tahun 1993 telah menjadi pelopor dalam pengumpulan sampah dan memiliki program daur ulang pertamanya dengan yayasan dana mitra lingkungan serta banyak program bersama mitra yang berhasil untuk mengumpulkan dan mengelola sampah plastik sehingga Danone AQUA mendapatkan sertifikat B-Corp sebagai perusahaan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) pertama yang mendapatkan penghargaan internasional

serta diakui sebagai perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial dengan melibatkan masyarakat.



Gambar 1. Poster Kampanye Danone AQUA #BijakBerplastik

Sumber : Danone AQUA



Gambar 2. Flyer dan pesan *caption* dalam unggahan @aqualestari untuk edukasi daur ulang pada Kampanye #BijakBerplastik

Sumber : *Official Account* Instagram @aqualestari

Kampanye #BijakBerplastik yang diluncurkan oleh AQUA ikut melibatkan masyarakat Indonesia khususnya pada *followers* instagram @aqualestari untuk berkontribusi membangun sebuah budaya daur ulang dan kesadaran serta keterlibatan dalam menjaga lingkungan. Pada Kampanye #BijakBerplastik menjelaskan bahwa gerakan kampanye #Bijakberplastik yang pertama yaitu merupakan gerakan bijak dalam penggunaan plastik itu sendiri. Masyarakat harus lebih bijak dan bertanggung jawab dalam menggunakan plastik supaya tidak menjadi sampah yang terbuang ke lingkungan dengan cara mengumpulkan semua sampah plastik dari alam. Karena, sampah yang kita hasilkan bisa distributed ke dalam berbagai cara yaitu dengan membuangnya

menuju Tempat Pembuangan Akhir (TPA), melakukan daur ulang atau dibuang sembarangan ke alam. Kampanye #BijakBerplastik juga mengajak untuk lebih bertanggung jawab dalam pengelolaan sampah. Untuk memiliki perilaku dan pengetahuan terkait dengan pengelolaan tersebut, Danone AQUA memberikan edukasi masyarakat khususnya pada *followers* Instagram dalam unggahan pada instagram Danone AQUA terhadap plastik jika dibuang sembarang maka akan merusak lingkungan serta memberikan pengetahuan tentang daur ulang. Kampanye #BijakBerplastik yang akan menjadi tanggung jawab perusahaan yaitu meningkatkan inovasi botol plastik. AQUA memiliki teknologi untuk merancang kemasan yang lebih baik dan berkelanjutan, menggunakan rantai pasokan sirkular untuk industri plastik daur ulang untuk membuat seluruh kemasan 100% dapat didaur ulang pada 2025. *Maka, fokus dalam kampanye ini yaitu mengajak masyarakat untuk bijak dalam mengonsumsi plastik yaitu dengan bertanggung jawab dengan sampah yang telah dikonsumsi dengan cara mengumpulkan sampah dan mulai dengan daur ulang plastik yang mudah dengan mengubah sampah plastik yang sudah tidak digunakan menjadi barang yang memiliki nilai ekonomi, seperti Danone AQUA memberikan edukasi untuk merubah sampah plastik menjadi vas bunga, dompet atau hiasan.* Hal ini dibutuhkan kesadaran masyarakat khususnya pada *followers* instagram @Aqualestari berjalannya program kampanye ini.

Upaya yang sudah dilakukan oleh Danone AQUA untuk memperluas gerakan #Bijakberplastik yaitu secara aktif melakukan kampanye di ruang publik dengan terlibat dalam berbagai *event* olahraga dan festival musik termasuk *event* Maybank Bali Marathon 2018 dan *We The Fest* 2018 serta kolaborasi antar industri. AQUA juga memiliki enam tempat *Recycling Bussiness Unit* (RBU) di Indonesia yang mengumpulkan 12.000 Ton sampah botol plastik per tahun dengan memberdayakan 9.000 pemulung. Selain itu, dalam kampanye #BijakBerplastik Danone-Aqua juga menghadirkan sosok anak muda yang memiliki kepedulian terhadap alam, yaitu Nadine Chandrawinata. Nadine merupakan seorang *publik figure* dan pengagas komunitas *sea soldier*. Nadine giat mengkampanyekan dan

mengajak anak-anak muda agar melakukan hal kecil yang dapat memberikan pengaruh besar pada pengurangan sampah plastik di laut. Danone AQUA memiliki harapan bahwa Nadine dapat sebagai contoh nyata terhadap khalayak sebagai anak muda yang peduli terhadap alam.

Pada era globalisasi saat ini teknologi dan informasi telah berkembang dengan cepat. Perkembangan teknologi memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Contohnya adalah penggunaan internet yang dibutuhkan untuk memperoleh kemudahan berkomunikasi, mencari informasi dan kebutuhan lainnya. AQUA sebagai salah satu dari beberapa perusahaan air minum kemasan yang memberikan beberapa informasi untuk *followers* atau pengikutnya. Banyak Informasi yang diberikan AQUA dengan menggunakan media yang berbeda pula. Salah satu media informasi yang dilakukan AQUA adalah dengan memanfaatkan teknologi internet untuk menginformasikan mengenai program yang dijalankan AQUA untuk kesejahteraan lingkungan yang disebut dengan AQUA Lestari. Teknologi Internet menyediakan berbagai media sosial. Maka AQUA harus memilih media informasi yang tepat untuk menyampaikan pesannya. Salah satu dari beberapa media informasi AQUA untuk menyebarkan informasi yaitu membuat *official account* program lingkungan mereka pada aplikasi Instagram @aqualestari untuk memberitahu berbagai macam informasi termasuk kampanye #BijakBerplastik.

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Instagram banyak digunakan untuk mempromosikan dan menyebarkan informasi yang memiliki kebutuhan tertentu. Dengan keunggulan yang diberikan oleh Instagram, banyak perusahaan akan mempertimbangkan menggunakan Instagram sebagai media informasinya. Dengan menggunakan *official account* Instagram perusahaan dapat memberikan berbagai informasi mengenai program dan kampanye yang dibuat kepada publik terutama *followers* akun resmi Instagram perusahaan dengan cara memposting informasi pada Instagram @aqualestari.

Akun instagram @aqualestari memiliki pengikut atau *followers* sebanyak berjumlah 4.709 orang pada tanggal 28 Oktober 2018 pukul 07.02 WIB. Instagram banyak diikuti oleh masyarakat Indonesia yang artinya dengan memberikan informasi kampanye #BijakBerplastik melalui *official account* Instagram @aqualestari maka ada sebanyak empat ribu lebih masyarakat Indonesia akan menerima informasi kampanye tersebut. Melihat hal ini, peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh pesan kampanye #BijakBerplastik terhadap perilaku ramah lingkungan (survei pada *followers official account* instagram @aqualestari). Karena itu, pada penelitian ini yang akan dibahas adalah pesan kampanye #BijakBerplastik AQUA. Seperti yang telah dibahas bahwa pesan kampanye tersebut bisa saja mempengaruhi perilaku *followers official account* instagram. Karena itu, berdasarkan latar belakang di atas maka judul penelitian yang akan diangkat oleh peneliti adalah **PENGARUH PESAN KAMPANYE #BIJAKBERPLASTIK TERHADAP PERILAKU RAMAH LINGKUNGAN (SURVEI PADA FOLLOWERS OFFICIAL ACCOUNT INSTAGRAM @AQUALESTARI)**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut : Seberapa besar pengaruh pesan kampanye #BijakBerplastik terhadap perilaku ramah lingkungan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, peneliti menyimpulkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pesan kampanye #BijakBerplastik terhadap perilaku ramah lingkungan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini untuk menguji model kampanye ostergaraad untuk diterapkan pada penelitian “Pengaruh Pesan Kampanye #BijakBerplastik terhadap Perilaku Ramah Lingkungan” (survei pada *followers official account* instagram @aqualestari). Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan pemikiran penelitian - penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi tolak ukur Danone AQUA dan perusahaan lain yang terkait dalam melakukan penyampaian pesan kampanye agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak sasaran untuk mempengaruhi, menggerakkan dan meningkatkan kepedulian, sehingga tujuan yang diharapkan dapat tercapai.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, teori penelitian yang berhubungan terhadap permasalahan yang diteliti, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini terdapat desain penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik penarikan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, waktu dan tempat penelitian.

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 PENUTUP

Menyatakan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi judul buku, jurnal, dan bahan-bahan penerbitan lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang, dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan.

LAMPIRAN

Lampiran ini berisikan data-data pendukung untuk penelitian seperti perhitungan statistik dan dokumentasi.