

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Sampah merupakan hal yang sulit terlepas dari kehidupan manusia. Sampah merupakan bahan terbuang atau dibuang oleh manusia yang dianggap sudah tidak lagi memiliki nilai ekonomis, misalnya plastik. Plastik dapat ditemukan dengan mudah dalam kehidupan sehari-hari. Contohnya pada saat berbelanja, kita selalu diberikan kantong plastik oleh penjual. Jika itu terus dilakukan tanpa adanya pengimbangan dalam bentuk mendaur ulang atau upaya pengurangan penggunaan plastik, tentu akan merusak ekosistem. Terlebih jika penanganannya tidak dilakukan secara efektif.

Persoalan sampah merupakan permasalahan besar yang ada di Indonesia. Fatah (2019) menjelaskan bahwa Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) memublikasikan data yang berisi jumlah rata-rata dari produksi sampah di Indonesia yaitu mencapai angka 175.000 ton per-hari atau setara dengan 64 juta ton per-tahun. Jika menggunakan data tersebut, maka dapat diasumsikan sampah yang dihasilkan setiap orang per-hari sekitar 0,7 kilogram (<https://indopos.co.id/read/2019/07/07/180601/wow-indonesia-produksi-64-juta-ton-sampah-per-tahun/>, diakses pada 23 september 2019).

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) mengumumkan sekitar 72 persen masyarakat Indonesia masih kurang peduli dengan masalah sampah (Din, 2019). Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta dan Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP) telah melakukan riset dan menemukan bahwa data konsumsi kantong plastik mencapai 240-300 juta lembar per-tahunnya, atau setara dengan 1.900-2.400 ton per-tahunnya (Riset DLH, 2018).

Secara tidak sadar, manusia telah bergantung pada penggunaan kantong plastik. Penggunaan plastik digunakan pada banyak aktivitas, salah satunya adalah untuk membawa barang saat berbelanja dan juga digunakan sebagai wadah untuk membawa makanan atau barang-barang lainnya. Laporan Indeks Perilaku

Dhea Salsabila, 2020

*PENGARUH PESAN KAMPANYE 'DIET KANTONG PLASTIK' TERHADAP SIKAP MENGURANGI*

*PENGUNAAN KANTONG PLASTIK (Survei pada Followers Akun Instagram @iddkp)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Ketidakpedulian Lingkungan Hidup memiliki data bahwa sebanyak 81,4 persen rumah tangga Indonesia jarang membawa tas belanja sendiri (Badan Pusat Statistik, 2018).

Pada mulanya, kantong plastik telah menjadi inovasi yang sangat membantu kehidupan manusia. Namun saat ini kantong plastik telah menjadi salah satu sumber pencemaran lingkungan. Penggunaan kantong plastik yang sering dilakukan secara tidak bijak, membuat jumlah sampah kantong plastik terus meningkat. Sampah plastik merupakan sampah yang sulit untuk diuraikan. Menurut data pada Laporan Indeks Perilaku Ketidakpedulian Lingkungan Hidup Indonesia 2018, 53% penanganan sampah rumah tangga di Indonesia, dilakukan dengan cara dibakar (Badan Pusat Statistik, 2018).

Perlu diketahui, pembakaran kantong plastik berbahaya karena dapat menimbulkan zat-zat beracun. Kantong plastik juga lama terurai, hingga lebih dari 100 tahun, padahal dalam pemakaiannya, kantong plastik sering kali digunakan hanya dalam sekali pemakaian saja oleh konsumen. Bahan baku untuk memproduksi kantong plastik juga dari bahan kimia dan energi yang tidak dapat diperbarui, termasuk minyak bumi yang lebih baik digunakan untuk keperluan dasar lainnya (<https://dietkantongplastik.info/tentang-kami/>, diakses pada 19 September 2019).

Sosialisasi mengenai bahaya atau dampak negatif kantong plastik perlu dilakukan kepada masyarakat. Pesan yang disampaikan kepada masyarakat adalah mengenai ajakan untuk dapat mengurangi penggunaan kantong plastik dalam kehidupan sehari-hari. Pesan mengurangi penggunaan kantong plastik harus dapat melekat dibenak masyarakat hingga menciptakan kebiasaan baru yaitu berbelanja menggunakan plastik ramah lingkungan atau menggunakan tas guna ulang saat berbelanja atau membeli dan membawa sesuatu.

Permasalahan sampah menjadi perhatian nasional, khususnya pemerintah. Banyak perusahaan, organisasi hingga komunitas yang turut memberikan perhatian terhadap permasalahan ini. Berbagai upaya dilakukan guna mengajak masyarakat untuk mengurangi penggunaan kantong plastik, salah satunya adalah pemberian

informasi melalui media sosial. Media sosial sering dianggap sebagai media yang paling diminati oleh masyarakat, seperti Facebook, Twitter, Path, Instagram, dan lain-lain.

Berdasarkan data, dari total penduduk di Indonesia 268,2 juta jiwa, 150,0 juta jiwa diantaranya merupakan pengguna aktif internet dan 150,0 juta jiwa pengguna media sosial aktif yang merupakan 56 persen dari populasi di Indonesia. Dari jumlah para pengguna internet, 80 persen diantaranya adalah pengguna Instagram (Hootsuite, 2019).

Upaya pemberian informasi mengenai sampah plastik banyak dilakukan oleh kelompok-kelompok yang berfokus pada lingkungan. Informasi, ajakan hingga kampanye pengurangan sampah plastik di Indonesia telah dilakukan oleh perusahaan, organisasi hingga komunitas dengan tujuan mengajak masyarakat agar peduli dengan lingkungan sekitarnya. Salah satu kampanye yang mengajak masyarakat untuk peduli dengan lingkungan adalah kampanye mengurangi penggunaan kantong plastik sekali pakai seperti yang dilakukan oleh organisasi Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik.

Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik adalah organisasi nirlaba yang merupakan perkumpulan nasional yang berfokus pada persoalan sampah plastik dan memiliki misi mengajak masyarakat untuk lebih bijak dalam menggunakan kantong plastik. Dalam Kurniadi dan Hizasalisi (2017), Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik telah muncul sejak awal 2013 dan resmi menjadi perkumpulan nasional pada tanggal 14 Agustus 2014. Menurut data dari laman websitenya, Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik ini merupakan hasil penggabungan lembaga-lembaga pegiat isu kantong plastik seperti Change.org, Ciliwung Institute, Earth Hour Indonesia, Greeneration Indonesia, Leaf Plus, Indorelawan, Si Dalang, The Body Shop, dan beberapa perwakilan individu (<http://dietkantongplastik.info/>, diakses pada 21 September 2019).

Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik melakukan kampanye Diet Kantong Plastik yang mengajak masyarakat untuk lebih bijak dalam menggunakan kantong plastik. Kampanye ini bukan kampanye yang melarang penggunaan kantong

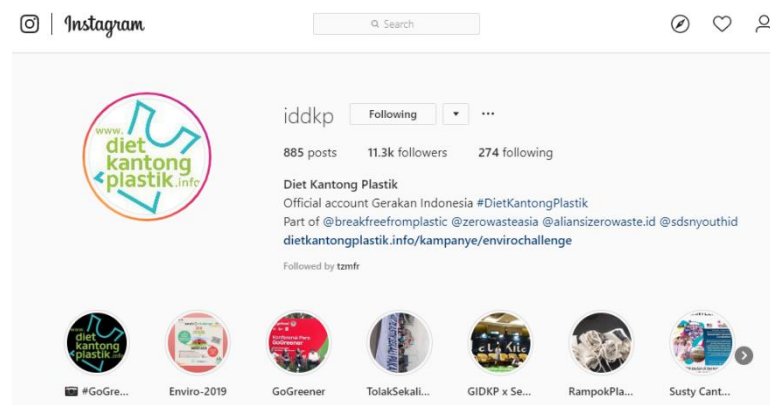
**Dhea Salsabila, 2020**

**PENGARUH PESAN KAMPANYE 'DIET KANTONG PLASTIK' TERHADAP SIKAP MENGURANGI  
PENGUNAAN KANTONG PLASTIK (Survei pada Followers Akun Instagram @Iddkp)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi  
[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

plastik secara total, namun mengajak masyarakat untuk mengurangi penggunaan kantong plastik yang berlebihan. Bahaya kantong plastik dan permasalahan sampah di Indonesia menjadi latar belakang dan fokus utama dari Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik. Kampanye ini mengharapkan adanya kesadaran masyarakat untuk lebih bijak dalam menggunakan kantong plastik demi menyelamatkan lingkungan dari bahaya atau dampak negatif kantong plastik.

Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik ini menjalankan kampanye dengan berbagai macam kegiatan seperti Wisata Plastik, Rampok Plastik, Edukasi DKP, Pelatihan DKP, petisi *#pay4plastic*, dan *Envirochallenge*. Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik juga menyebarluaskan kampanye ini melalui media sosial yang dimilikinya seperti website, facebook, twitter, dan instagram Diet Kantong Plastik, dengan menggunakan hastag *#DietKantongPlastik* (<http://dietkantongplastik.info/>, diakses pada 21 September 2019).



Gambar 1.1  
Profil akun Instagram @iddkp

Akun Instagram @iddkp yang dikelola oleh Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik ini telah memiliki 11.326 (sebelas ribu tiga ratus dua puluh enam ribu) pengikut. Dalam Instagramnya, GIDKP menyampaikan pesan berupa foto, video dan keterangan foto yang berisikan ajakan mengurangi penggunaan kantong plastik, informasi mengenai dampak negatif penggunaan kantong plastik, kegiatan

peduli lingkungan, tips dan juga alternatif untuk mengurangi pemakaian kantong plastik.



Gambar 1.2. Salah satu unggahan akun Instagram @iddkp  
Sumber : Instagram @iddkp

Menurut Rogers dan Storey (1987) dalam Venus (2019:9), kampanye adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu kepada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Sebuah kampanye akan lebih bermakna jika pesan yang disampaikan memberikan efek atau perubahan kepada khalayaknya karena pesan akan memberikan sebuah dorongan kepada khalayak untuk mengubah sikap dan perilaku. Pfau dan Parrot (1993) dalam Venus (2019:14) mengatakan bahwa dalam melakukan kampanye, perubahan yang diharapkan selalu berkaitan dengan aspek pengetahuan, sikap dan perilaku.

Pentingnya kesadaran masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan dan bahaya kantong plastik, menjadi latar belakang Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik untuk membuat kampanye Diet Kantong Plastik. Kampanye Diet Kantong Plastik dilakukan salah satunya pada media sosial Instagram, yaitu pada akun @iddkp. Kampanye ini dilakukan untuk menyebarkan semangat, dan memunculkan sikap hingga perilaku mengurangi penggunaan kantong plastik pada masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik memiliki misi untuk mengajak masyarakat agar dapat lebih bijak dalam menggunakan kantong plastik dengan

Dhea Salsabila, 2020

**PENGARUH PESAN KAMPANYE 'DIET KANTONG PLASTIK' TERHADAP SIKAP MENGURANGI**

**PENGUNAAN KANTONG PLASTIK (Survei pada Followers Akun Instagram @Iddkp)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

tujuan untuk menyelamatkan lingkungan dari bahaya kantong plastik. Tujuan sebuah kampanye adalah untuk mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku melalui pesan kampanye yang disampaikan. Menurut Zimbardo dan Ebbesen sikap adalah suatu predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) seseorang, ide, atau objek yang berisi komponen-komponen kognitif, afektif dan konatif (Ahmadi, 2009:150). Ketika instagram @iddkp menyampaikan sebuah pesan, pesan tersebut mungkin akan diterima dan mempersuasi *followers*, yang diharapkan dapat membentuk atau mengubah sikap *followers* untuk mengurangi penggunaan kantong plastik. Sikap mengurangi penggunaan kantong plastik yang dimaksud adalah sikap *followers* Instagram @iddkp yang mungkin akan terbentuk, rasa ingin melakukan mengurangi penggunaan kantong plastic yang akan muncul karena adanya pengaruh dari pesan kampanye Diet Kantong Plastik yang disampaikan.

Sesuai dengan penjabaran di atas, dapat dikatakan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana. Jika kampanye dilakukan dengan metode dan menyampaikan pesan-pesan yang tepat, maka akan dapat memengaruhi sikap dan perilaku target khalayaknya. Kemudian, sesuai dengan keadaan saat ini, peneliti tertarik untuk meneliti kampanye Diet Kantong Plastik yang dilakukan oleh Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pesan Kampanye ‘Diet Kantong Plastik’ terhadap Sikap Mengurangi Penggunaan Kantong Plastik (Survei pada Followers Akun Instagram @iddkp)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh pesan kampanye “Diet Kantong Plastik” terhadap sikap mengurangi penggunaan kantong plastik *followers* Instagram @iddkp?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh pesan kampanye Diet Kantong Plastik terhadap sikap mengurangi penggunaan kantong plastik *followers* Instagram @iddkp.

Dhea Salsabila, 2020

**PENGARUH PESAN KAMPANYE ‘DIET KANTONG PLASTIK’ TERHADAP SIKAP MENGURANGI PENGGUNAAN KANTONG PLASTIK (Survei pada Followers Akun Instagram @Iddkp)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Selain memiliki tujuan, penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan manfaat bagi berbagai kalangan. Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu :

##### **a. Manfaat Akademis**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pengembangan ilmu komunikasi, serta dapat dijadikan sebagai referensi, landasan atau acuan untuk penelitian lanjutan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya mengenai pelaksanaan kampanye yang dapat mempengaruhi sikap masyarakat.

##### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca untuk memahami tentang kampanye yang dapat mempengaruhi sikap khalayak. Diharapkan pembaca juga akan mengetahui tentang pengaruh kampanye dengan sikap khalayak melalui pesan yang disampaikan pada media sosial Instagram. Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi evaluasi kampanye pada pesan yang disampaikan oleh Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik melalui Instagram @iddkp.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan pembuatan skripsi ini.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijelaskan penelitian terdahulu, konsep-konsep yang akan menjelaskan penelitian ini, model kampanye Ostergaard, dan kerangka berpikir yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini.

Dhea Salsabila, 2020

*PENGARUH PESAN KAMPANYE 'DIET KANTONG PLASTIK' TERHADAP SIKAP MENGURANGI  
PENGUNAAN KANTONG PLASTIK (Survei pada Followers Akun Instagram @iddkp)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi  
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan pendekatan penelitian kuantitatif, jenis penelitian eksplanatif, paradigma positivistik, metode penelitian survei, populasi dan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian yang dilakukan.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan menjelaskan deskripsi objek penelitian, hasil dari penelitian yang telah dilakukan dalam bentuk data, dan pembahasan dari data yang diperoleh.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari yang sudah dijelaskan sebelumnya pada bagian pembahasan dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Bab ini 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 pendukung untuk penelitian, seperti foto, dan daftar pernyataan kuesioner.