

Perancangan Kampanye Pengolahan Sampah Plastik Menjadi Dispenser Kresek Sebagai Solusi Pengurangan Sampah Plastik

Yuriko Virginia¹, Deddi Duto Hartanto², Merry Sylvia³
Desain Komunikasi Visual, Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: yurikovirginia@gmail.com

Abstrak

Sampah plastik di Indonesia semakin bertambah setiap hari. Walaupun pemerintah telah berusaha untuk mengolahnya namun sampah plastik akan terus bertambah jika masyarakat Indonesia masih menggunakan plastik terutama plastik sekali pakai. Sudah banyak alternatif yang bisa menggantikan plastik tetapi masyarakat Indonesia masih memiliki kebiasaan menggunakan plastik karena praktis dan mudah didapatkan. Jika memang tidak dapat mengurangi plastik, lebih mudah jika kita memakai kembali plastik yang sudah digunakan. Perlu adanya solusi kreatif yang mengajak masyarakat untuk berinisiatif mengolah sampah plastik mereka dengan memakai ulang sampah plastik. Kampanye “PALAGI” dirancang untuk memberikan pesan bahwa jika plastik yang masih bagus, pakai ulang lagi, dan edukasi tentang berbagai macam cara untuk menggunakan plastik kembali. Adapun produk dispenser kresek yang menjadi solusi pengguna kresek bekas agar dapat menyimpan kresek bekas dengan rapi dan mudah sekaligus mendukung daur ulang karena dispenser kresek terbuat dari sampah plastik yang didaur ulang.

Kata kunci: Kampanye, Sampah Plastik, Dispenser Kresek, Pakai Ulang Lagi.

Abstract

Title: Campaign Design on Processing Plastic Waste into Plastic Bag Dispenser as a Solution to Reducing Plastic Waste

Plastic waste in Indonesia is increasing every day. Although the government has tried to process it, plastic waste will continue to grow if the Indonesian people still use plastic, especially disposable plastic. Many alternatives can replace plastic, but Indonesian people still have the habit of using plastic because it is practical and easy to obtain. If we cannot reduce plastic, it is easier to reuse plastic that has been used. There needs to be a creative solution that invites people to take the initiative to process their plastic waste by reusing it. The “PALAGI” campaign is designed to convey the message that if the plastic is still good, reuse it again, and to educate people on various ways to reuse plastic. Plastic bag dispenser product are utilized as a solution for used plastic bag users so that they can store the used plastic bag neatly and easily while supporting recycling because the dispensers are made from recycled plastic waste.

Keywords: Campaign, Plastic Waste, Plastic Bag Dispenser, Reuse.

Pendahuluan

Sampah plastik menjadi salah satu sumber pencemaran lingkungan di Indonesia. Menurut *Indonesia Solid Waste Association* (InSWA), sampah plastik di Indonesia mencapai 5,4 juta ton per tahun dan menjadi negara kedua penyumbang sampah plastik terbanyak di lautan, setelah China (Ramadhani, May 18, 2017). Sampah plastik di Indonesia terbilang sangat banyak walaupun masyarakat Indonesia sudah melakukan tindakan daur ulang sampah plastik. Berdasarkan data

Sustainable Waste Indonesia (SWI), kurang dari 10% sampah plastik terdaur ulang dan lebih 50% tetap berakhir di tempat pembuangan akhir (TPA) (Syahni, September 10, 2019). Pelaksanaan daur ulang sampah plastik di Indonesia terbilang masih rendah.

Salah satu produk plastik umum digunakan di masyarakat adalah kresek atau kantung plastik. Kegunaan kresek atau kantung plastik umumnya

sebagai wadah penyimpanan barang belanjaan sementara atau pembungkus produk agar lebih aman. Kresek dan kantong plastik digunakan setiap hari karena kebutuhan masyarakat yang selalu membutuhkan plastik. Seiring berjalannya waktu, kenyamanan dan kepraktisan kantong plastik malah membuatnya menjadi sampah plastik. Orang-orang tidak lagi menggunakan kantong plastik berulang kali, tapi sekali pakai yang akhirnya menumpuk menjadi sampah.

Dibanding dengan pengelolaan dan daur ulang sampah plastik yang tidak ada hentinya, ada cara yang lebih baik untuk mengurangi sampah plastik yaitu mengendalikan jumlah dan peredaran plastik dengan mengubah kebiasaan masyarakat untuk mengurangi pemakaian plastik dalam kehidupan sehari – hari khususnya pada plastik sekali pakai seperti kantong plastik. Kantong plastik yang sudah dipakai masih bisa digunakan lagi dalam berbelanja, membawa barang bawaan dan fungsi lainnya. Pengumpulan kantong plastik bekas biasanya disimpan di tempat penyimpanan. Namun, kantong plastik bekas jika tidak disimpan dengan rapi akan terlihat berantakan. Tempat pengambilan kantong plastik seharusnya mudah terlihat dan rapi agar mudah dan diingat untuk diambil serta digunakan kembali.

Dari pihak pemerintahan Indonesia, upaya penanganan sampah plastik masih terus dilakukan. Salah satunya yang sudah berlaku pada pasar dan swalayan di beberapa kota di Indonesia adalah kebijakan kantong plastik berbayar yang dimana masyarakat harus membayar kantong plastik seharga Rp. 200,- yang dikeluarkan melalui surat edaran nomor S. 1230/PSLB3-PS/2016 yang dikeluarkan Direktorat Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah dan Bahan Berbahaya dan Beracun KLHK (“Hasil survei: Efektivitas uji coba kebijakan kantong plastik berbayar pada ritel modern”, 2016). Kebijakan ini diharapkan dapat mengubah perilaku masyarakat dalam berkonsumsi dengan tidak menggunakan kantong plastik

Selain itu, di lain sisi, warga Siwalankerto Utara RW 3 yang setiap bulannya memilah sampah plastik mereka dan digunakan untuk membuat kostum. Kostum dari sampah plastik ini biasanya dilombakan di daerah tersebut. Namun, pengolahan limbah plastik menjadi kostum sangat disayangkan oleh ketua RW 3 Siwalankerto Utara karena pada akhirnya kostum akan menjadi sampah lagi. Pengolahan limbah plastik yang bisa diubah menjadi nilai jual yang lebih tinggi selalu diharapkan olehnya tetapi belum pernah bisa dilaksanakan.

Tujuan Perancangan

1. Membuat dispenser kresek dari sampah plastik.

2. Merancang kampanye pemakaian ulang kresek dengan produk dispenser kresek sebagai salah satu solusi pengurangan sampah plastik beserta media-media pendukungnya

Plastik

Plastik merupakan salah satu bahan yang paling banyak digunakan. Bahan plastik mempunyai beberapa keunggulan, yaitu ringan, kuat, mudah dibentuk, anti karat, tahan terhadap bahan kimia, serta biaya produksi yang lebih murah. Tetapi daya guna plastik juga terbatas karena kekuatannya lemah, tidak tahan panas atau mudah rusak pada suhu yang rendah. Bahan pembuat plastik pada mulanya adalah minyak dan gas, tetapi di dalam perkembangan zaman bahan – bahan ini digantikan dengan bahan sintesis sehingga dapat diperoleh sifat-sifat plastik yang diinginkan. Jenis – jenis plastik yaitu PET (*Polyethylene Terephthalate*), HDPE (*High Density Polyethylene*), PVC (*Polyvinyl Chloride*), LDPE (*Low Density Polyethylene*), PP (*Polypropylene*), PS (*Polystyrene*) dan *Other* (PC atau *Polycarbonate* dan plastik *Multilayer*). Nomor atau urutan angka yang telah disebutkan menjadi simbol masing – masing jenis plastik beserta dengan simbol daur ulang segitiga.



Sumber:

<https://www.smpn1painan.sch.id/html/index.php?id>

Gambar 1. Simbol Recycling Plastik Yang Ada Pada Produk Plastik

Kresek

Kantong plastik jenis kresek dan kemasan plastik lainnya merupakan alat pengemas yang paling banyak dipergunakan karena murah, praktis dan mudah didapat. Sebagian besar plastik sekarang ini belum menggunakan plastik non-organik. Hal ini disayangkannya, karena temuan terkait plastik 2amanya alias plastik yang mudah dihancurkan sudah mengalami banyak inovasi. Fajar Budiyo, Sekjen Asosiasi Industri Plastik Indonesia (Inaplas) mengatakan terkait persoalan produksi kantong plastik kresek bahwa bahan baku kantong plastik kresek bukan *bio degradable*, melainkan *degradable* (Trisianty, 2019). Secara ilmiah, bahan plastik kresek itu adalah HDPE (*High Density Poly Ethylene*). Kemudian ditambahkan semacam zat aditif 2amanya oxium yang berfungsi sebagai oksidator. Dalam kurun waktu tertentu, kandungan tersebut diperkirakan dapat terdegradasi menjadi ukuran kecil demi menjaga lingkungan dari pencemaran limbah plastik. Sebagian besar kantong kresek biasanya jenis HDPE (High Density Polyethylene) dan telah berkali – kali mengalami proses daur ulang. Seberapa banyaknya kresek tersebut bisa dilihat dari teksturnya yang

semakin tebal, tidak elastis atau mudah sobek, kasar, dan berbau. Muhammad Ghozali, Peneliti Bioplastik dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Pusat Penelitian Kimia mengatakan bahwa kita tidak tahu saat di daur ulang itu bahannya dari berasal mana walaupun sudah dicuci tapi ditakutkan ada migrasi zat-zat dari daur ulang (Nabila, 2019). Kresek hitam biasanya sudah didaur ulang sebanyak 4 sampai 5 kali. Sementara proses daur ulang kresek berwarna tidak sesering kresek hitam. Sudah ditambah zat pewarna, bahannya HDPE juga. Kresek warna merah atau belang-belang juga berbahaya, tapi tidak seberbahaya yang warna hitam. LDPE (Low Density Polyethylene) belum memiliki campuran zat apapun dari proses daur ulang yaitu yang berwarna bening karena sudah foodgrade dan khusus untuk makanan.

Pengolahan Sampah Plastik

Pengolahan sampah membutuhkan lahan sebagai tempat pembuangan akhir (TPA). Seharusnya pengolahan sampah harus dilakukan dengan efisien dan efektif, yaitu sebisa mungkin dekat dengan sumbernya, seperti dilingkungan RT/RW, sekolah, dan rumah tangga sehingga jumlah sampah dapat dikurangi. Ada beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi volume sampah, empat (4R) prinsip yang dapat digunakan dalam menangani masalah sampah antara lain sebagai berikut:

1. *Reduce* (mengurangi), yaitu upayakan meminimalisir barang atau material yang kita pergunakan.
2. *Reuse* (mengggunakan kembali), yaitu pilihlah barang yang bisa dipakai kembali.
3. *Recycle* (mendaur ulang), yaitu barang yang sudah tidak berguna lagi bisa didaur ulang sehingga bermanfaat serta memiliki nilai tambah.
4. *Replace* (mengganti), yaitu mengganti barang-barang yang hanya bisa dipakai sekali dengan barang yang lebih tahan lama.

Pengelolaan sampah yang baik memberikan dua manfaat penting yaitu mengurangi pencemaran lingkungan dan pemanfaatan sampah dapat meningkatkan nilai ekonomi atas benda yang bersangkutan, sehingga menguntungkan masyarakat tertentu yang mengelolanya (Hadi, 2001). Salah satu cara pengolahan sampah plastik menjadi material baru adalah dengan melelehkan sampah plastik. Plastik yang aman untuk digunakan dan didaur ulang adalah plastik yang memiliki nomor 2,4 dan 5 karena efek peleburan plastik tipe tersebut tidak menimbulkan efek racun. Caranya adalah sebagai berikut.

1. Sampah plastik dibersihkan, dipilah dan dikumpulkan sesuai jenisnya. Plastik juga dapat ditimbang beratnya jika sudah mengetahui berapa banyak yang dibutuhkan. Wadah yang digunakan adalah wadah yang terbuat dari stainless steel atau aluminium ataupun yang tahan panas.
2. Sampah plastik lalu dimasukkan oven dengan suhu 250 – 270 derajat. Dipanaskan selama 20 menit.

3. Setelah 15 menit, wadah dikeluarkan dan leburan plastik dicampur untuk menggabungkan warna atau membentuk pola warna tertentu lalu dimasukkan kembali ke dalam oven (opsional)
4. Wadah dikeluarkan dari oven dan memindahkan leburan plastik dengan dan sendok aluminium atau kayu. Cetakan yang digunakan terbuat dari besi atau yang tahan panas.
5. Plastik ditekan dan didiamkan selama 5 menit.
6. Plastik yang sudah dibentuk dikeluarkan dari cetakan dan dirapikan ujungnya jika kurang rapi.

Kampanye

Kampanye adalah aktivitas komunikasi yang ditujukan untuk memengaruhi orang lain agar ia memiliki wawasan, sikap dan perilaku sesuai dengan kehendak atau keinginan penyebar atau pemberi informasi (Cangara, 2016). Jadi, yang dimaksud kampanye adalah suatu kegiatan atau perilaku yang dilakukan untuk mempengaruhi orang lain dengan mengkomunikasikan suatu pesan atau informasi untuk mengubah sikap dan perilaku sesuai dengan tujuan yang diinginkan dalam kurun waktu tertentu. Komunikasi dalam berkampanye biasanya berkaitan dengan tujuann, sasaran, kegiatan apa, dan membujuk atau memotivasi siapa. Untuk membangun komunikasi yang efektif, pengirim pesan harus tahu dampak apa yang diinginkan, sehingga pesan yang akan disampaikan dapat mencapai sasaran yang dimaksud dengan tepat. Pengiriman pesan tersebut harus melalui media yang menjangkau sasaran dan mengembangkan saluran umpan balik untuk mengetahui dan mengevaluasi tanggapan yang ada.

Sasaran Perancangan

Sasaran Workshop

Sasaran untuk kegiatan *workshop* adalah pria dan wanita 18-30 tahun dari Siwalankerto Utara RW 3 di Surabaya dengan status ekonomi sosialnya C – D yang merupakan Anggota Karang Taruna dan UMKM. Pemilihan sasaran perancangan didasarkan pada kebiasaan berhemat, kurang konsisten dalam melakukan usahanya, senang melakukan sesuatu bersama – sama dan menghargai ilmu baru sehingga *workshop* pembuatan dispenser kresek bisa menjadi wawasan bagi mereka untuk mengolah sampah plastik.

Sasaran Kampanye

Sasaran untuk kampanye adalah pria dan wanita 20-35 tahun di Surabaya dan sekitarnya dengan status ekonomi sosialnya B – C Pemilihan sasaran perancangan didasarkan pada kebiasaan mereka dalam konsumtif, peduli lingkungan dan menyimpan kresek bekas. Kampanye ini akan membantu dan mengingatkan mereka untuk mengurangi sampah plastik dengan menggunakan ulang plastik sebagai

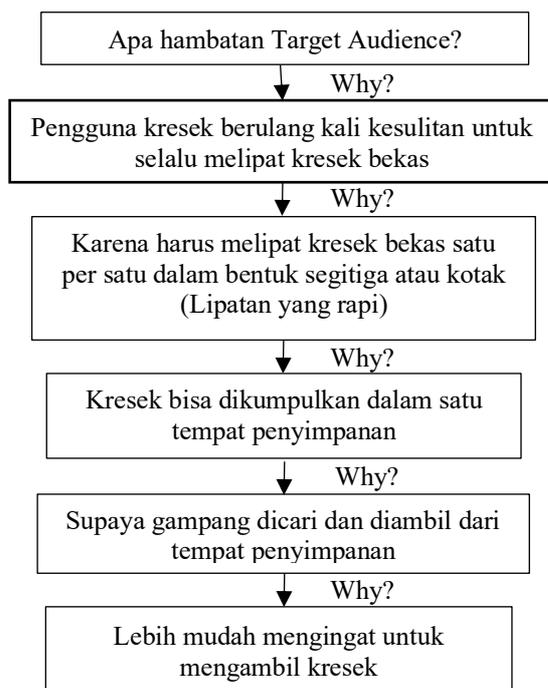
salah satu caranya. Produk dispenser kresek juga akan membantu dalam penyimpanan kresek bekas mereka.

Metode Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Data diperoleh dengan wawancara. Sasaran yang dipilih adalah pria dan wanita 20 tahun keatas yang berdomisili di Kota Surabaya, status ekonomi sosialnya B+. Pemilihan sasaran perancangan didasarkan pada kebiasaan mereka dalam menyimpan kresek bekas dan peduli lingkungan dengan mengurangi sampah plastik. Selain sasaran perancangan, wawancara dilakukan kepada salah satu pelaku UMKM untuk mencari tahu lebih dalam masalah pengolahan plastik di Siwalankerto Utara RW 3. Observasi dan data yang berhubungan dengan perancangan kampanye juga diperoleh dari *research* dan media massa juga dibutuhkan. Setelah itu, data lapangan dan teori dihubungkan untuk merancang kampanye yang menjawab permasalahan pengguna kresek bekas dan sampah plastik.

Metode Analisis

Data yang telah terkumpul akan dianalisis dengan dua metode berbeda, yang disesuaikan dengan sasaran perancangan workshop dan kampanye. Hasil wawancara dan observasi dengan sasaran perancangan kampanye dianalisis menggunakan metode *Why Test*, untuk mencari akar masalah yang dialami pengguna kresek bekas. Alasan- alasan tersebut ditinjau dari melihat kebiasaan, memahami pola pemakaian kresek bekas, cara dan tempat menyimpan kresek. *Why Test* ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Analisis *Why Test*

Sedangkan, hasil wawancara dan observasi dengan salah satu anggota UMKM Siwalankerto Utara RW 3 dianalisis dengan analisis 5W1H (*what, when, why, where, who and how*). Metode ini digunakan untuk mengetahui keadaan sasaran perancangan *workshop* saat ini dan sebagai acuan untuk perencanaan ke depan. Analisis 5W1H sasaran perancangan *workshop* adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Analisis 5W1H

5W1H	Pertanyaan	Jawaban
What	Apa yang dijual dalam bisnis mereka?	Produk berupa kostum dan aksesoris dari sampah plastik.
	Apa yang menjadi halangan mereka selama berjualan?	Kendala waktu karena sibuk dengan keseharian dan proyek besar yang membutuhkan tenaga kerja lebih
	Apa peluang mereka selanjutnya?	Mereka mau bekerja secara fleksibel seperti bisnis rumahan dan membuat kerajinan.
	Apakah sudah pernah mendapatkan ilmu daur ulang plastik?	Tidak, semua hasil produk merupakan hasil kreativitas mereka.
Who	Siapa saja yang berjualan?	Ibu – ibu 25 – 35 tahun yang hobi membuat kerajinan dan daur ulang plastik.
When	Sejak kapan berjualan?	Bermacam – macam, ada yang sudah 3 tahun, setahun dan lainnya.
	Sejak kapan bank sampah dinonaktifkan?	Sudah setahun diaktifkan. Warga masih mengumpulkan sampah plastik untuk dijual ke pemulung.
Where	Dimana penjualannya?	Berjualan di daerah Siwalankerto Utara.
Why	Mengapa bisnis menjadi pasif?	Kendala waktu sehingga tidak dapat konsisten karena proses pengerjaannya yang lama dan pesanan dalam jumlah banyak.
How	Bagaimana promosi penjualan bisnis mereka?	<i>Word of mouth</i> , sosial media yaitu whatsapp serta lomba <i>Green and Clean</i> bebas sampah plastik RW 3

Pembahasan

Workshop

Selain itu, *target audience workshop* perlu edukasi bisnis yang cocok dengan gaya hidup mereka yang sibuk dan memiliki kebiasaan mengumpulkan sampah plastik. Dengan edukasi *workshop*, mereka bisa menerapkan ilmu pengolahan sampah plastik yang baru dan bisa dilakukan kapan saja untuk kedepannya. *Workshop* akan dilakukan secara *online* dengan menggunakan bahan dan alat yang mudah dicari dan merupakan barang yang dipakai sehari – hari.

Kampanye

Dari analisis tersebut, *target audience* kampanye memiliki kebiasaan untuk mengumpulkan kresek bekas namun banyak yang malas melipat kresek tersebut. Kresek bekas seharusnya disimpan dengan rapi agar lebih gampang untuk diambil dari tempat penyimpanannya. Karena risih dengan kresek bekas yang berantakan maka mereka menyembunyikan kresek bekas yang akibatnya mereka kadang lupa atau malas mengambil kresek bekas untuk digunakan kembali.

Tabel 2. Kesimpulan dan Pemecahan Masalah

Kesimpulan	Pemecahan Masalah
Target Audience kesulitan untuk melipat kresek bekas setiap kali akan disimpan karena dengan melipat kresek bekas satu per satu bisa tersimpan dengan rapi dan tidak mengambil banyak ruang di tempat penyimpanannya.	Perlu adanya pemberian solusi yang tepat mengenai cara penyimpanan kresek bekas yang efektif agar kresek bekas bisa tersimpan dengan rapi dengan cara yang cepat dan mudah digunakan selanjutnya.
<i>Target Audience</i> risih dengan kresek bekas yang tidak dilipat dan berantakan sehingga menyembunyikan kresek bekasnya di tempat tertutup atau tidak terlihat agar ruang/kamar tetap rapi.	Perlu adanya tempat penyimpanan yang dapat ditaruh di tempat yang mudah terlihat serta terlihat rapi supaya memudahkan <i>Target Audience</i> untuk selalu ingat mengambil kresek bekas.
Calon pelaku UKM memiliki usaha daur ulang plastik namun tidak pernah konsisten dalam usahanya hingga beberapa sudah tidak menjalankan usahanya.	Perlu adanya kegiatan atau sosialisasi ilmu daur ulang sampah plastik yang baru dan memungkinkan untuk dilakukan dengan fleksibel serta bisa diterapkan sesuai dengan kreativitas dan hobi mereka.

Dispenser Kresek

Dispenser kresek terbuat dari leburan sampah plastik yang dicetak menjadi papan plastik. Papan plastik hasil lebur dipotong sesuai ukuran (12 cm x 28 cm x 9cm) dan dipasang secara manual. Pembuatan model dispenser kresek menggunakan aplikasi *sketch up* untuk ilustrasi model. Pencobaan pembuatan dispenser menggunakan oven, loyang kue dan alat dan bahan sederhana lainnya.

Isi Pesan (What to Say)

Kampanye pengolahan sampah plastik menjadi dispenser kresek membawa pesan bahwa dispenser kresek sebagai solusi yang mudah dan efektif dalam menyimpan kresek bekas untuk mengingatkan target audience agar menggunakan kresek bekas yang mereka kumpulkan.

Insight: Malas lipat kresek karena merasa hal itu merepotkan dan membuang waktu.

Solusi Pemecahan Masalah: Perlu adanya edukasi kreatif mengenai metode melipat yang rapi dan efektif serta tempat penyimpanan khusus kresek besar agar bisa ditaruh di tempat yang mudah terlihat sehingga memudahkan untuk mengambil kresek bekas.

Pesan Komunikasi: “Beresin dan simpan kresek untuk mempermudah penggunaan kembali nantinya.”

Isi pesan pada tahap kampanye adalah sebagai berikut:

- Tahap *awareness*: Memperlihatkan masalah pengguna kresek sehari – hari serta fakta dan info mengenai sampah plastik dan cara daur ulang.
- Tahap peluncuran produk: Memperkenalkan dispenser khusus menyimpan kresek menjadi solusi masalah pengguna kresek serta diperkenalkan bahwa produk yang terbuat dari sampah plastik sekali pakai.
- Tahap edukasi: Gunakan metode lipat ini untuk dilakukan dengan , mudah, simpel dan cepat.

Bentuk Pesan (How to Say)

Pesan bersifat edukatif, ringan dan tidak menggurui dengan bahasa Indonesia semi-formal yang sederhana dan biasa dipakai sehari – hari. Inti dari pesan komunikasi kampanye adalah untuk mengurangi sampah plastik dengan cara menggunakannya kembali sehingga di setiap konten akan memiliki pesan untuk selalu menggunakan kembali sampah plastik yang masih bisa digunakan. Visualisasi yang digunakan awalnya menggunakan gambar sampah plastik serta tips dan edukasi bagaimana sasaran perancangan dapat membantu mengurangi sampah plastik dengan contoh penggunaan sampah plastik yang bisa dipakai ulang lagi.

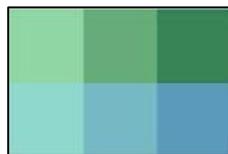
Tema Pesan /Big Idea

Kampanye ini merupakan kampanye pengolahan sampah plastik terutama dengan cara daur ulang

plastik menjadi dispenser kresek dan penggunaan plastik kembali dengan menggunakan kresek berulang kali. Untuk menyampaikan pesan, *big idea* yang digunakan adalah “Selama plastik masih bagus, dipakai ulang lagi.” yang memiliki konsep bahwa sampah plastik diusahakan untuk didaur ulang atau dipakai kembali. Gerakan #pakaiulanglagi merupakan bagian dari big idea. Produk dispenser kresek juga dinamakan SEKAR (Simpan krEsek beKas Anti Ribet). SEKAR memiliki banyak arti dan salah satu artinya adalah “menjadi yang terbaik” yang juga menunjukkan bahwa awalnya dispenser kresek berasal dari sampah plastik dengan teknik *upcycle*, diubah menjadi barang atau produk dengan yang lebih berguna dan seringkali bersifat lebih bagus daripada awalnya yaitu sebagai dispenser untuk menyimpan kresek bekas. *Workshop* juga dinamakan “Sampah Jadi Sekar” karena sesuai dengan *big idea*, pesan yang disampaikan yaitu dari sampah menjadi sesuatu yang lebih baik atau bernilai seperti halnya mengubah sampah plastik menjadi barang dengan nilai jual yaitu dispenser kresek.

Pengarahan Pesan Visual (*art directing*)

Gaya visual yang digunakan memberikan kesan “ramah lingkungan” dan bersifat minimalis dan modern yang cocok dengan karakteristik *target audience* kampanye. Oleh karena itu, warna yang digunakan adalah perpaduan warna biru, hijau dan putih. Warna biru menunjukkan ekspresi rasa ketenangan, kepedulian serta ekspresi *artistic*. Warna hijau identik dengan alam atau lingkungan dan melambangkan kedamaian. Warna putih merupakan warna yang murni, bersih dan memiliki makna terlahir kembali yang menunjukkan produk dispenser kresek yang dihasilkan dari daur ulang sampah plastik. Kombinasi *typeface* yang digunakan berupa font sans serif yaitu Poppins (Primer) dan Cabin (Sekunder) yang bersifat minimalis dan modern.

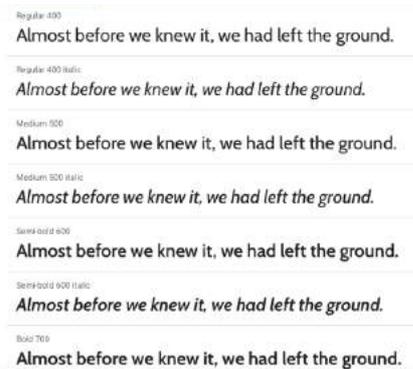


Gambar 3. Referensi warna



Sumber: <https://fonts.google.com/specimen/Poppins>

Gambar 4. Typeface Poppins



Sumber: <https://fonts.google.com/specimen/Cabin>

Gambar 5. Typeface Cabin



Sumber: <https://yellowimages.com/stock/liquify-fluid-marble-non-seamless-textures-vol-1-45815/>

Gambar 6. Referensi Key Visual

Media yang dipilih sesuai dengan sasaran perancangan dan cara penyampaiannya. Media yang dipilih dapat digunakan dalam jangka waktu yang panjang dan berkelanjutan. Berikut pembagian penggunaan media selama periode pelaksanaan kampanye.

Tabel 3. Pembagian Media Pra - Kampanye

Media Utama	Penjelasan
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Social Media post</i> - Sosialisasi dengan peserta <i>workshop</i> - Video tutorial <i>Workshop</i> - Booklet - <i>Brief workshop</i> - <i>Word of Mouth</i> - <i>Workshop</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Sosialisasi mengenai penjelasan <i>workshop</i> di Balai RW 3. - Modul berupa <i>brief workshop</i> diberikan kepada peserta sosialisasi. - Pelaksanaan <i>workshop</i> dilakukan secara online melalui grup Whatsapp dengan pemberian video tutorial <i>workshop</i> serta booklet dalam bentuk file digital. - Forum tanya jawab dilakukan dalam grup <i>whatsapp</i> yang berisi anggota <i>workshop</i>.

Tabel 4. Pembagian Media Kampanye

Media Utama	Penjelasan
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Social Media post</i> - Dispenser Kresek - <i>E-commerce</i> - Video tutorial 	<ul style="list-style-type: none"> - Awal konten sosial media (Instagram), memperlihatkan bahaya penggunaan plastik dan perlunya mengurangi sampah plastik. - Produk Dispenser kresek dikenalkan ditampilkan dan dipasarkan melalui sosial media di Instagram serta penjualan <i>online</i> (penjualan produk ready dan <i>pre-order</i>) sebagai solusi permasalahan dan pesan dari kampanye beserta tutorial penggunaan juga ditunjukkan melalui video tutorial di Instagram.



Gambar 7. Logo Kampanye



Gambar 8. Modul Workshop

Tabel 5. Pembagian Media Post – Kampanye

Media Utama	Penjelasan
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Social Media post</i> - Akun Instagram produk peserta <i>workshop</i> - <i>E-commerce</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Konten kampanye dan penjualan produk dispenser kresek masih dilanjutkan melalui sosial media dan <i>e-commerce</i>. - Untuk ke depannya, jika peserta <i>workshop</i> membuat karya produk melalui ilmu <i>workshop</i> akan dibantu untuk penjualan secara <i>online</i> melalui akun Instagram dan <i>e-commerce</i>. - Kampanye dapat dilanjutkan secara online dan offline jika memungkinkan serta kolaborasi dan kerja sama dengan pihak yang berkaitan

Proses ide dimulai dari *big idea* “Selama masih bagus, pakai ulang lagi”. Sehingga inti nama kampanye menjadi “pakai ulang lagi” yang disingkat menjadi “PALAGI”. Adapun visual plastik dan pengulangan yang menggantikan huruf A menjadi kresek yang terbalik dan menggantikan huruf G dengan simbol *reset*. Penerapan warna juga berlaku pada seluruh media sebagai identitas dari kampanye PALAGI.



Gambar 9. Video Workshop



Gambar 10. Instagram Kampanye



Gambar 11. Dispenser Kresek



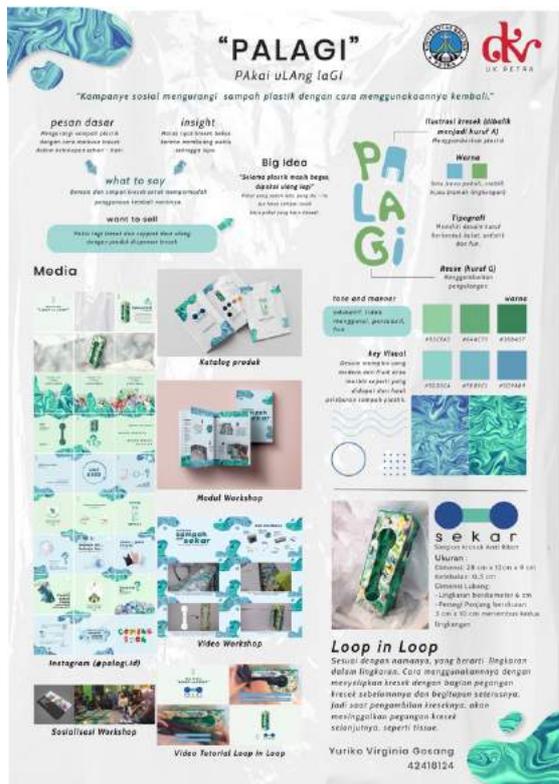
Gambar 12. Video Tutorial Dispenser Kresek



Gambar 13. Katalog Produk



Gambar 14. Sosialisasi Workshop



Gambar 15. Poster Konsep

Simpulan

Sampah plastik di Indonesia terus bertambah setiap harinya seiring dengan pertumbuhan penduduk dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Penanganan sampah plastik oleh pemerintah pun masih belum bisa menangani sampah plastik secara menyeluruh. Namun, seharusnya sampah plastik juga menjadi tanggung jawab masyarakat Indonesia untuk mengolah sampah plastik dan juga mengurangi pemakaian plastik sekali pakai dalam bentuk kebiasaan dalam kehidupan sehari – hari. Perlunya rasa peduli dan inisiatif dari masyarakat Indonesia sendiri untuk meminimalisir penggunaan plastik pada masing – masing individu

Oleh karena itu, perlunya media yang mampu menyampaikan pesan kepada masyarakat bahwa tidak ada salahnya untuk mengambil aksi mengurangi sampah plastik dengan cara yang mudah dilakukan yaitu dengan menggunakan ulang plastiknya. Adapun banyak cara dan banyak jenis plastik yang sebenarnya masih bisa kita gunakan berulang kali tetapi masyarakat masih memiliki kebiasaan untuk membuang plastik setelah dipakai sekali. Untuk itu, penting untuk menyampaikan pesan bahwa plastik yang masih bisa digunakan sebaiknya dipakai ulang daripada langsung dibuang.

Adapun masyarakat Indonesia yang sudah memiliki kebiasaan menggunakan plastik kembali terutama kresek. Walaupun sudah menggunakan kresek

berulang kali, beberapa halangan seperti tempat penyimpanan seadanya, malas melipat kresek sehingga kadang lupa atau malas mengambil kresek bekas. Perlu adanya wadah khusus untuk mempermudah pengambilan kresek serta penyimpanannya yang mudah. Salah satu solusinya adalah dengan menggunakan dispenser kresek dengan metode penyimpanan yang tidak merepotkan sehingga mempermudah pengguna kresek bekas untuk mengambil dan menyimpan kreseknya.

Di lain sisi, cara mengolah sampah plastik yang bisa dilakukan adalah mendaur ulang sampah plastik menjadi barang baru. Hal ini sangat cocok dengan warga Siwalankerto RW 3 yang sudah mengumpulkan sampah plastik dan bisa mendaur ulang sampah plastik menjadi barang dengan nilai jual sehingga menguntungkan warga dan sekaligus menambah wawasan dalam pengolahan sampah plastik yang bisa diterapkan dan dilakukan di masa mendatang.

Kampanye PALAGI yang memiliki singkatan Pakai Ulang Lagi yang memiliki big idea “selama masih bagus, dipakai ulang lagi” dimana semua media memiliki konsep dimana plastik apapun itu, jika memang masih bisa dipakai maka pakai ulang lagi ataupun diolah menjadi sesuatu yang lebih berguna. PALAGI dirancnagan dengan cara membagikan edukasi tentang sampah plastik, cara mendaur ulang dan berbagai tips mudah menggunakan ulang plastik dalam kehidupan sehari – hari beserta dispenser kresek dari sampah plastik sebagai solusi sasaran perancangan yang menggunakan ulang kresek sekaligus membantu daur ulang plastik. Media yang digunakan disesuaikan dengan sasaran perancangan yaitu di media sosial Instagram dan modul dan video workshop untuk warga Siwalankerto Utara RW 3. Kampanye PALAGI bersifat edukatif, persuatif, tidak menggurui namun juga menyenangkan dan interaktif sehingga sasaran perancangan menjadi lebih peka dan berinisiatif dalam mengolah sampah plastik. Dari konten pada kampanye, perlahan diarahkan pada penjual dispenser kresek.

Daftar Pustaka

Syahni, D. (2019, September 10). Daur ulang sampah plastik di Indonesia rendah. *Mongabay*. Retrieved from <https://www.mongabay.co.id/2019/09/10/daur-ulang-sampah-plastik-di-indonesia-rendah/>

Ramadhani, Y. (2017, May 18). Solusi masalah sampah: Plastik berbahan singkong. *Tirto*. Retrieved from https://tirto.id/solusi-masalah-sampah-plastik-berbahan-singkong-coWM?utm_source=CopyLink&utm_medium=Share

Cangara, H. (2016). *Komunikasi politik konsep, teori, dan strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Hasil survei: Efektivitas uji coba kebijakan kantong plastik berbayar pada ritel modern. (2016, April 5). *YLKI*. Retrieved from <http://ylki.or.id/2016/04/hasil-survei-efektivitas-uji-coba-kebijakan-kantong-plastik-berbayar-pada-ritel-modern/>

Hadi, A. S. (2001), *Daur ulang barang bekas sebagai penopang sumber kehidupan*, Laporan Penelitian, Universitas Indonesia Program 17 Pascasarjana Bidang Ilmu Hukum, Jakarta.

Trisianty, D. (2019, July 25). Candu kantong plastik kresek. Retrieved from <https://www.itsmartenviro.co.id/id/2019/07/candu-kantong-plastik-kresek/>

Nabila, K. (2019, August 10). Benarkah kresek hitam lebih berbahaya dari kresek warna lainnya. Retrieved from <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4660270/benarkah-kresek-hitam-lebih-berbahaya-dari-kresek-warna-lainnya>