

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Pemanasan global telah menjadi tantangan lingkungan terbesar abad ini, dengan kenaikan suhu rata-rata bumi sebesar 1,1°C sejak era pra-industri, memicu banjir, kekeringan, dan anomali iklim yang mengancam ekosistem global (Hasyim, 2025). Menurut Panel Antar pemerintah untuk Perubahan Iklim (IPCC), emisi gas rumah kaca dari aktivitas manusia, seperti industri dan transportasi, berkontribusi signifikan terhadap krisis ini, dengan sektor tekstil dan pangan menyumbang hingga 20% emisi global. Media massa memainkan peran strategis dalam meningkatkan kesadaran publik melalui penyampaian informasi, persuasi, dan edukasi, yang mendorong perubahan perilaku berkelanjutan (Kustiawan et al., 2022). Di Indonesia, dampak pemanasan global terasa nyata, dengan tiga kota besar Jakarta, Makassar, dan Semarang mencatat anomali suhu panas ekstrem pada 2024, yang memperburuk kerusakan ekosistem perkotaan dan meningkatkan risiko banjir pesisir (Antarnews.com, 2024). Krisis ini menuntut solusi inovatif, termasuk produksi media berbasis edukasi seperti non-drama feature, untuk menginspirasi masyarakat menghadapi tantangan lingkungan yang semakin kompleks.

### The Five Pillars of Circular Fashion



Gambar 1.1. *The Five Pillars of Circular Fashion* (IDN Research Institute, 2025)

Industri *fast fashion* merupakan salah satu penyumbang utama degradasi lingkungan di Indonesia, menghasilkan 2,3 juta ton limbah tekstil setiap tahun, sebagian besar berupa bahan sintesis yang sulit terurai (Hanin, 2024). Limbah ini mencemari tanah dan air melalui mikroplastik serta bahan kimia berbahaya, seperti pewarna tekstil yang mengandung logam berat, yang mengancam kesehatan

manusia dan ekosistem perairan. Produksi *fast fashion* juga memicu deforestasi untuk lahan kapas, menghabiskan 93 miliar meter kubik air setiap tahun secara global, dan menghasilkan emisi karbon tinggi dari rantai pasok yang bergantung pada transportasi lintas benua (Albab et al., 2024). Di Indonesia, maraknya tren konsumsi pakaian murah di kalangan Gen Z memperburuk masalah ini, mengancam keadilan antargenerasi dengan meninggalkan beban lingkungan bagi generasi mendatang. Oleh karena itu, perubahan pola konsumsi menjadi kebutuhan mendesak untuk mengurangi dampak lingkungan dan mendukung keberlanjutan perkotaan.

Limbah makanan adalah isu lingkungan kritis lain di Indonesia, dengan produksi tahunan mencapai 23–48 juta ton, yang menyumbang 8% emisi gas rumah kaca nasional melalui pelepasan gas metana di tempat pembuangan akhir (Octaviani & Siwi, 2023). Gas metana memiliki potensi pemanasan global 25 kali lebih kuat dibandingkan karbon dioksida, mempercepat krisis iklim dan meningkatkan risiko bencana iklim. Selain itu, limbah makanan menyebabkan kerugian ekonomi hingga Rp551 triliun per tahun, setara dengan 2,5% PDB nasional, dan memperburuk stunting akibat distribusi pangan yang tidak merata, dengan 13 juta ton makanan layak konsumsi terbuang sia-sia (Ferdial et al., 2023). Di Jakarta, misalnya, pasar tradisional dan restoran menyumbang 40% limbah makanan perkotaan, menyoroti perlunya intervensi di tingkat rumah tangga dan komunitas. Pengelolaan limbah organik yang efektif menjadi prioritas untuk mendukung ketahanan pangan dan mitigasi perubahan iklim.

Krisis sampah plastik di Jakarta memperparah tantangan lingkungan perkotaan, dengan kota ini menghasilkan 3,11 juta ton sampah plastik setiap tahun, 60% di antaranya berakhir di sungai dan laut, mencemari Sungai Ciliwung dan memicu banjir musiman (World Bank, 2021). Sungai Ciliwung sendiri menerima 1.200 ton sampah plastik setiap hari, mengancam biodiversitas dan kesehatan masyarakat (Lotulung, 2023). Secara nasional, Indonesia adalah penyumbang sampah plastik laut terbesar kedua di dunia, menyumbang 10% dari total sampah plastik global, dengan dampak signifikan terhadap ekosistem laut di wilayah seperti Pulau Ternate (Rajamani & Min, 2024; Tamalene & Bahtiar, 2023). Produksi dan pembakaran sampah plastik juga menghasilkan emisi karbon yang memperburuk

pemanasan global. Untuk mengatasi krisis ini, pendekatan berbasis masyarakat, seperti program daur ulang dan edukasi publik, menjadi solusi yang mendesak untuk mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan ketahanan perkotaan.

Solusi berkelanjutan seperti *circular fashion* dan pengelolaan limbah organik menawarkan harapan untuk mengatasi krisis lingkungan. *Circular fashion* mempromosikan prinsip *repair, recycle, reuse, resell*, dan *rewear*, yang dapat mengurangi limbah tekstil hingga 30% dan menghemat sumber daya alam seperti air dan lahan (Pohan et al., 2024). Di Indonesia, komunitas seperti Kampung Perca telah berhasil mengolah limbah tekstil menjadi produk *fashion* bernilai tinggi, menunjukkan potensi ekonomi dari pendekatan ini. Dalam konteks limbah makanan, pendistribusian surplus pangan ke kelompok rentan dapat mengurangi 20% limbah organik, sekaligus mendukung ketahanan pangan bagi 1,5 juta rumah tangga miskin di perkotaan (Ferdial et al., 2023). Inisiatif seperti bank pangan di Jakarta telah menunjukkan keberhasilan dalam mengurangi limbah sekaligus membantu masyarakat marginal. Solusi ini memerlukan dukungan media yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong adopsi perilaku berkelanjutan di kalangan masyarakat.

Untuk menyebarkan solusi ini, format non-drama feature menjadi alat komunikasi yang ideal karena kemampuannya menggabungkan data ilmiah dengan narasi emosional yang mudah dipahami. Berbeda dengan berita keras yang cenderung faktual, non-drama feature menggunakan pendekatan seperti *biografi* dan *practical guide* untuk menyampaikan isu kompleks seperti limbah tekstil atau sampah plastik, menjadikannya relevan bagi audiens muda seperti Milenial dan Gen Z (Effendy et al., 2023). Dengan pendekatan yang tidak menggurui, non-drama feature mendorong perubahan perilaku tanpa memaksa, menjadikannya jembatan antara fakta lingkungan dan tindakan nyata di masyarakat.

Pendekatan *biografi* dalam video feature berfokus pada perjalanan hidup narasumber untuk menciptakan narasi yang autentik dan emosional, sehingga audiens dapat terhubung secara mendalam dengan isu yang disampaikan (Effendy et al., 2023). Misalnya, kisah seorang aktivis lingkungan yang beralih dari gaya hidup konsumtif ke minim sampah dapat menginspirasi audiens melalui perjuangan pribadinya, menunjukkan bahwa perubahan dimulai dari langkah kecil yang

relatable. Sementara itu, pendekatan *practical guide* menawarkan panduan langkah demi langkah yang aplikatif, seperti cara membuat kompos dari sisa makanan atau mengolah kain bekas menjadi produk baru, yang dapat langsung diterapkan oleh audiens di kehidupan sehari-hari (Putria, 2024). Pendekatan ini sering dilengkapi dengan visual seperti diagram atau demonstrasi langsung, memastikan pesan tidak hanya informatif tetapi juga actionable, sehingga audiens merasa diberdayakan untuk berkontribusi pada solusi lingkungan.

Program televisi "*Green Urbanism*" dirancang untuk mengatasi krisis lingkungan melalui non-drama feature, dengan episode pilot yang menyoroti tiga narasumber inspiratif: Farid Aulia Rahman, seorang aktivis lingkungan; Kampung Perca, komunitas *circular fashion*; dan Foodbank of Indonesia, organisasi pengelola limbah pangan (Nugroho, 2021; Pohan et al., 2024; Ferdial et al., 2023). Farid mempromosikan gaya hidup minim sampah melalui kampanye media sosial yang menjangkau jutaan pengikut, menginspirasi generasi muda untuk mengadopsi kebiasaan berkelanjutan. Kampung Perca mengolah limbah tekstil menjadi produk fesyen yang diekspor ke tiga negara, menunjukkan potensi ekonomi dari daur ulang. Foodbank of Indonesia mendistribusikan surplus makanan kepada kelompok rentan di 15 kota, mengurangi limbah pangan dan mendukung ketahanan pangan. Dengan mengintegrasikan data ilmiah dan kisah personal, "*Green Urbanism*" mengedukasi audiens tentang pentingnya konsumsi berkelanjutan dan aksi kolektif.

Proses produksi "*Green Urbanism*" melibatkan kolaborasi erat antara narator dan penata kamera untuk menciptakan narasi visual yang kuat dan menarik. Narator menggunakan teknik *voice-over* dengan intonasi yang tegas namun menenangkan untuk menyampaikan fakta ilmiah, seperti data limbah plastik atau emisi metana, sambil menghubungkan kisah narasumber dengan audiens (Kamila & Widagdo, 2021). Penata kamera memanfaatkan *close-up* untuk menonjolkan ekspresi emosional narasumber, seperti semangat Farid dalam kampanye, dan *wide shot* untuk menggambarkan dampak lingkungan, seperti tumpukan sampah di Sungai. Proses pra-produksi melibatkan riset mendalam, wawancara awal dengan narasumber, dan observasi lapangan untuk memastikan keakuratan data dan autentisitas narasi. Pendekatan ini memastikan bahwa video tidak hanya informatif tetapi juga estetis, mampu membangun keterikatan emosional dengan audiens.

Peran narator (voice-over) dan penata kamera sangat penting dalam proses produksi non-drama feature karena keduanya saling melengkapi untuk menyampaikan pesan lingkungan secara efektif. Narator, melalui voice-over, tidak hanya menyampaikan data ilmiah seperti statistik limbah, tetapi juga membangun alur cerita yang kohesif, memberikan konteks emosional yang membuat audiens peduli terhadap isu tersebut. Sementara itu, penata kamera memastikan visual mendukung narasi dengan *framing* yang tepat, seperti menggunakan *close-up* untuk menangkap emosi narasumber atau *wide shot* untuk menunjukkan skala dampak lingkungan, sehingga pesan menjadi lebih kuat dan memorable (Wirawan & Darmawan, 2020). Sinergi kedua peran ini memungkinkan "*Green Urbanism*" menghadirkan pengalaman audiovisual yang imersif, yang tidak hanya mengedukasi tetapi juga menginspirasi audiens untuk bertindak, seperti mengurangi limbah atau mengadopsi gaya hidup berkelanjutan.

- Narasumber "*Green Urbanism*" dipilih berdasarkan kontribusi dan pengaruh mereka dalam mengatasi krisis lingkungan. Farid Aulia Rahman, dengan jutaan pengikut di media sosial, telah berhasil menggerakkan ribuan anak muda untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai melalui kampanye daring (Nugroho, 2021). Kampung Perca, berbasis di Yogyakarta, telah mengolah lebih dari 10 ton limbah tekstil menjadi produk fesyen bernilai tinggi, mengekspor ke Jepang, Korea, dan Australia, serta menciptakan lapangan kerja bagi 50 pengrajin lokal (Pohan et al., 2024). *Foodbank of Indonesia*, dengan jaringan di 15 kota, mendistribusikan 500 ton surplus makanan setiap tahun kepada kelompok rentan, mengurangi limbah pangan dan mendukung 100.000 penerima manfaat (Ferdial et al., 2023). Narasumber ini tidak hanya menyampaikan solusi praktis tetapi juga membangun narasi optimisme bahwa perubahan lingkungan dapat dicapai melalui tindakan kolektif.

"*Green Urbanism*" memiliki urgensi tinggi sebagai alat edukasi dan inspirasi untuk generasi muda di tengah krisis lingkungan yang semakin mendesak. Dengan mengintegrasikan data ilmiah, seperti statistik limbah plastik dan emisi metana, dengan kisah inspiratif dari narasumber, program ini menyampaikan isu *fast fashion*, limbah makanan, dan sampah plastik secara mudah dipahami (Putria, 2024). Visual yang menarik, seperti gambar komunitas daur ulang atau aktivis di

lapangan, memperkuat pesan edukasi dan mendorong tindakan sederhana, seperti mendaur ulang sampah, mengurangi konsumsi pakaian, atau mendonasikan makanan berlebih. "*Green Urbanism*" mengajak anak muda untuk belajar dan ikut membuat kota lebih hijau, ramah, dan berkelanjutan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan fenomena permasalahan yang ada, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses produksi program feature *Green Urbanism*?
2. Bagaimana tugas dan tanggung jawab Narator (VO) dan penata kamera dalam program feature *Green Urbanism*?

## **1.3. Tujuan**

Sebagai bentuk usaha menemukan jawaban atas permasalahan, maka tujuan program dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan proses program feature *Green Urbanism*.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan tugas dan tanggung jawab Narator (VO) dan penata kamera dalam program feature *Green Urbanism*.

## **1.4. Manfaat**

Program ini bertujuan untuk memberi manfaat tidak hanya bagi peneliti namun juga untuk pihak lainnya. Berikut adalah manfaat dari program ini:

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

1. Memperkaya Tugas Akhir dalam bentuk produksi program non drama feature dengan tema lingkungan hidup.

2. Menambah referensi Tugas Akhir dalam bentuk produksi program non drama feature dengan tema lingkungan hidup, yang berfokus pada proses kerja jobdesk.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

1. Memberikan gambaran pada pembuat program proses produksi feature bertema lingkungan hidup.
2. Memberikan gambaran gambaran pada khalayak berita terkait isu (*waste management*) sebagai isu mendesak pada masyarakat urban.



