

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sampah adalah sisa dari hasil kegiatan yang dilakukan oleh manusia yang sudah tidak terpakai, sampah yang tidak dapat dimanfaatkan kembali dapat memberi dampak negatif terhadap lingkungan sedangkan sampah yang dapat diolah dan dimanfaatkan kembali akan memberikan dampak yang positif terhadap lingkungan. Sampah plastik merupakan salah satu dari sekian banyak jenis sampah yang dapat dimanfaatkan kembali. Sampah plastik menjadi salah satu permasalahan yang terjadi di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Indonesia memiliki masalah serius terkait sampah plastik, terutama di daerah perkotaan.

Berdasarkan data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), Indonesia pada tahun 2020 telah menghasilkan 67,8 juta ton sampah. Berdasarkan jenisnya, jumlah sampah plastik berada di urutan kedua setelah sampah makanan yaitu sebesar 17%. DKI Jakarta menduduki urutan ke-4 sebagai provinsi yang memiliki timbulan sampah terbanyak yaitu sebanyak 3,054,812 ton setelah Jawa Timur dengan jumlah sebanyak 5,737,698 ton, Jawa Tengah sebanyak 4,354,210 ton, lalu Jawa Barat sebanyak 4,143,734 ton. DKI Jakarta sendiri berdasarkan kota administrasinya, Jakarta Timur menghasilkan sampah dengan jumlah 829,738 ton, Jakarta Barat sebesar 719,768 ton, Jakarta Selatan sebesar 701,164 ton, Jakarta Utara sebesar 489,481 ton, Jakarta Pusat sebesar 308,331 ton, lalu di urutan terakhir yaitu Kepulauan Seribu dengan jumlah 6,329 ton pada tahun 2020.

Besarnya permasalahan sampah di Indonesia khususnya sampah plastik membuat berbagai pihak baik secara individu maupun kelompok melakukan berbagai gerakan untuk mengatasi permasalahan sampah plastik, termasuk cara kreatif yang menggunakan sebuah pertunjukan

musik sebagai pemikat ketertarikan masyarakat agar ikut serta dalam menanggulangi sampah plastik.

Musik mempunyai hubungan erat dengan manusia, dalam kehidupan sehari-hari kita dapat mendengar musik secara sengaja maupun tidak sengaja seperti melalui tv, handphone, komputer dan radio. Lagu merupakan salah satu bentuk komunikasi massa dimana proses penyampaian pesannya melalui lagu oleh sebuah musisi atau pihak tertentu, lagu yang terdiri dari musik dan teks/lirik proses pengonsumsiannya bisa disebut sebagai salah satu bentuk komunikasi. (Yuliarti, 2015)

Lekatnya musik dengan kehidupan manusia membuat sebuah konser musik menjadi hiburan yang banyak diminati oleh masyarakat. Sebagai contoh konser musik Synchronize Fest, Kiki Aulia sebagai *Program Director* menyatakan pada pertunjukan pertamanya tahun 2016 Synchronize Fest berhasil membawa berkisar 23.000 penonton, lalu pada tahun 2017 sebanyak 40.000 penonton, dan lebih dari 50.000 penonton pada tahun 2018. (Aditia, 2019)

Konser musik yang dapat mendatangkan banyak orang membuat sebuah konser musik kerap dimanfaatkan untuk kampanye sosial, salah satunya adalah kampanye pengumpulan sampah botol plastik. TrashStock Festival merupakan sebuah acara yang diselenggarakan tepat pada tanggal 16-17 Juli 2016 di Taman Baca Kesiman, Denpasar, Bali. TrashStock Festival melakukan kampanye pengelolaan sampah plastik yang dikemas dengan konser musik, kampanye itu diwujudkan dengan diberlakukannya sistem tiket seperti pada poster tersebut. Pengunjung yang ingin datang ke acara tersebut dapat membawa 2 Kilogram botol plastik bekas untuk mendapatkan tiket masuk gratis, dan dikenakan biaya setengah harga tiket masuk apabila membawa 1 Kilogram botol plastik bekas.

Pemerintah Kabupaten Probolinggo melakukan hal yang sama, kampanye pengumpulan sampah botol plastik dilakukan di sebuah konser musik Nawahati yang diselenggarakan pada tanggal 27 Oktober 2019 di

Alun-alun Kota Kraksaan. Kepala Dinas Komunikasi dan Informasi, Kabupaten Probolinggo, Yulius Christian menyatakan masyarakat yang ingin menonton konser dapat membayar tiket dengan 3 sampah botol plastik. Sampah botol plastik dijadikan sebagai alat pembayaran untuk mengedukasi masyarakat agar peduli lingkungannya dengan menjaga kebersihan. (Zulkiflie, 2019)

Ruma Beta Foundation adalah sebuah organisasi non-profit yang didirikan pada tahun 2018 yang berfokus pada pendidikan, seni, dan lingkungan hidup. Aksi Demi Bumi adalah sebuah program kampanye pengumpulan sampah botol plastik yang diinisiasi oleh Ruma Beta Foundation. Ruma Beta Foundation memanfaatkan sebuah konser musik untuk melakukan kampanye pengumpulan botol plastik, konser musik yang dapat mendatangkan banyak pengunjung diharapkan berpengaruh langsung terhadap banyaknya jumlah sampah botol plastik yang terkumpul. Jarangnya kampanye mengenai sampah botol plastik yang dibalut dengan sebuah konser musik, terutama sebuah konser musik yang memakai sistem tiket dengan sampah botol plastik membuat kegiatan ini berpotensi baik menjadi sebuah kampanye yang menarik dan efektif dilakukan.

Media konvensional seperti poster umumnya digunakan sebagai media komunikasi dalam kampanye. Seiring berjalannya waktu serta berkembangnya teknologi yang semakin pesat, media digital juga berperan penting dalam melakukan komunikasi karena sifatnya yang dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan mempunyai jangkauan luas. Hasil survei We Are Social pada april 2021 mengatakan Instagram melampaui media sosial lainnya seperti Facebook menjadi platform media sosial terfavorit. (Dhani, 2021)

Perancangan visual ini memiliki tujuan untuk membuat media kampanye yang berisi informasi terkait konser Aksi Demi Bumi mulai dari pengisi acara, rangkaian kegiatan hingga informasi cara menonton konsernya, selain itu dalam mendukung kampanye ini juga terdapat

edukasi mengenai sampah botol plastik. Visual kampanye dibuat informatif agar masyarakat mau ikut serta mengumpulkan sampah botol plastik untuk ditukarkan dengan tiket konser sebagai salah satu bentuk kepedulian terhadap lingkungan. Media yang digunakan untuk kampanye ini berupa poster, konten media sosial, *merchandise* dan *banner*.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Kurangnya perhatian masyarakat, khususnya penggemar musik terhadap konser Aksi Demi Bumi.
2. Sulitnya mengumpulkan sampah botol plastik dalam jumlah banyak.
3. Kurangnya kesadaran masyarakat terkait pengelolaan sampah plastik.

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara mengkomunikasikan kampanye CSR Aksi Demi Bumi kepada penggemar musik pop?
2. Bagaimana perancangan visual yang efektif dan media apa saja yang digunakan untuk mendukung kebutuhan kampanye CSR Aksi Demi Bumi?

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan yang akan dicapai dalam Tugas Akhir ini yaitu:

1. Tertariknya penggemar musik untuk ikut serta mengumpulkan sampah botol plastik agar dapat menonton konser Aksi Demi Bumi.
2. Terciptanya visual media kampanye baik pada media konvensional maupun digital untuk memberikan edukasi dan informasi mengenai kampanye CSR Aksi Demi Bumi, yaitu kampanye tentang pengumpulan sampah botol plastik yang dibalut oleh sebuah konser musik.

1.5. Manfaat Perancangan

Dalam perancangan Tugas Akhir ini terdapat beberapa manfaat, yaitu:

1. Manfaat Secara Teoritis

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi mahasiswa sebagai referensi perancangan dengan topik serupa di masa yang akan datang.

2. Manfaat Secara Praktis

Hasil dari perancangan ini dapat berguna sebagai pendukung kegiatan kampanye CSR Aksi Demi Bumi dalam mencapai tujuannya, mulai dari mempengaruhi perilaku dan menambah wawasan seseorang hingga membuat penggemar musik ikut serta mengumpulkan sampah botol plastik sehingga dapat ditukarkan dengan tiket konser Aksi Demi Bumi.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat perancangan mengenai Tugas Akhir dan sistematika dalam penulisan laporan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menjelaskan teori-teori berdasarkan studi literatur yang sesuai dengan topik Tugas Akhir beserta dengan pemilihan media perancangan. Tinjauan pustaka berisi teori utama dan teori pendukung yang sesuai dengan topik Tugas Akhir.

BAB III METODOLOGI DESAIN

Membahas mengenai metode penelitian yang diterapkan, meliputi pencarian data hingga hasil perolehan data. Data yang diperoleh akan di analisis untuk digunakan sebagai pemecahan masalah topik Tugas Akhir.

BAB IV STRATEGI KREATIF

Membahas hasil analisis serta mendeskripsikan strategi yang tepat untuk digunakan dalam perancangan media kampanye CSR pengumpulan sampah botol plastik melalui konser musik Aksi Demi Bumi.

BAB V PENUTUP

Berisi hasil kesimpulan akhir dari hasil perancangan beserta saran maupun masukan kepada pihak-pihak terkait proses yang dilakukan dalam perancangan Tugas Akhir.

