

AMBIENT SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL EFEK SAMPAH PLASTIK

Dini Amalia Islamiyati¹, Eko Hadi Prayitno²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Universitas Negeri Jakarta

¹diniamalialislamiyati@gmail.com, ²journalekohadi@gmail.com

Abstrak

Indonesia menjadi penyumbang sampah plastik nomor 2 di dunia, permasalahan ini masih menjadi persoalan yang belum selesai hingga saat ini. Sampah plastik membutuhkan puluhan hingga ratusan tahun untuk bisa terurai. Hal ini sangat meresahkan perupa, maka diciptakan karya berbentuk *ambient* media karena bisa langsung berinteraksi dengan masyarakat, keunikan dan karakter *ambient* media mampu mengundang rasa penasaran, memiliki kekuatan memaksa alam bawah sadar audiens untuk tidak bisa menolak pesannya. Penciptaan karya dilakukan melalui metodologi *research-led practice* melalui fokus riset (*research*). Menggunakan metode pengaplikasian karya secara langsung, dan menanyakan respon masyarakat terkait karya. Visual karya *ambient* media 1, 2, dan 3 berupa penyu, ikan, lumba-lumba, dan paus. Dikarenakan efek sampah plastik berakibat negatif, yaitu berbahaya bagi kesehatan manusia, tidak bisa hilang tetapi hanya berubah menjadi potongan sangat kecil (mikroplastik) bisa mencemarkan air dan tanah, akan sampai ke tubuh manusia, meracuni rantai makanan, dan mampu mengancam kelestarian satwa laut. Data 2017 Konferensi Kelautan Perserikatan Bangsa-Bangsa Amerika Serikat disebutkan sampah plastik di lautan membunuh 100.000 mamalia laut, penyu, dan ikan dalam jumlah besar setiap tahun, karena dianggap sebagai makanan. Oleh karena itu karya *ambient* media ini mengingatkan masyarakat untuk peduli keseimbangan ekosistem.

Kata Kunci: Sampah Plastik, Media Ambien, Hewan Laut, Kampanye Sosial.

Ambient as a Social Campaign Media for the Effect of Plastic Waste

Abstract

Indonesia is the number 2 contributor of plastic waste in the world, this problem is still an unfinished problem until now. Plastic waste takes tens to hundreds of years to biodegrade. This is very troubling for artists, so it is created in the form of *ambient* media because it can directly interact with the community, the uniqueness and character of *ambient* media is able to invite curiosity, has the power of forcing the subconscious audience to not be able to reject the message. The creation of the work is done through *research-led practice* methodology through research focus (*research*). Using the method of applying the work directly, and asking the community's response related to the work. Visual works of *ambient* media 1, 2, and 3 in the form of turtles, fish, dolphins, and whales. Because the effects of plastic waste negatively, which is harmful to human health, can not be lost but only turned into very small pieces (microplastics) can pollute water and soil, will reach the human body, poison the food chain, and be able to threaten the sustainability of marine animals. The United Nations Marine Conference's 2017 data said plastic waste in the oceans kills 100,000 marine mammals, turtles, and fish in large numbers each year, as it is considered food. Therefore, this *ambient* media work reminds the public to care about the balance of the ecosystem.

Keywords: Plastic Waste, Ambient Media, Marine Animals, Social Campaign.

PENDAHULUAN

Sampah plastik menjadi masalah yang masih belum terselesaikan hingga saat ini, ditambah dengan kemajuan teknologi dan revolusi industri yang membuat pengaruh negatif terhadap perilaku masyarakat, (Affandi, 2013:98-108) terutama sifat konsumtif. Masalah lingkungan yang masih berlangsung salah satunya disebabkan karena penumpukan sampah, terutama sampah plastik yang sulit terurai secara alam, ini tentunya tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah namun seluruh lapisan masyarakat juga perlu berperan untuk bersama-sama mengurangi sampah plastik terutama sekali pakai. Berdasarkan data Sampah Nasional (SIPSN) dari total tumpukan sampah 45,75% sampah tidak terkelola dan dibuang ke lingkungan dan 18,05% merupakan sampah plastik, terlebih sifat sekali pakai buang dari sampah plastik menyebabkan volume sampah semakin menggunung. Plastik yang terbuang ke sungai, danau, pantai, dan laut tidak hanya menjadi permasalahan di Indonesia, namun sudah menjadi permasalahan dunia.

Indonesia sendiri menjadi penyumbang sampah plastik ke laut nomor dua terbesar di dunia, yakni mencapai sebesar 187,2 juta ton (Jambeck, 2015 : 769). Kenyataan ini tentunya sangatlah meresahkan, karena diperlukan puluhan hingga ratusan tahun bagi sampah plastik untuk bisa terurai. Sampah plastik yang terbuang pun tidak akan pernah hilang, hanya berubah bentuk menjadi partikel kecil (mikroplastik) yang bisa mengganggu hidup satwa dan bahkan akhirnya bisa masuk ke tubuh manusia jika memakan hewan laut yang tercemar efeknya bisa menyebabkan kanker dan penyakit lainnya. Upaya pemerintah seperti membuat media iklan televisi dan mengkampanyekan dengan media konvensional agar masyarakat bisa mengurangi pemakaian plastik sekali pakai. Namun dari sekian banyaknya iklan dengan media konvensional, ambient media hadir untuk menyita perhatian masyarakat di tempat-tempat tak terduga, tanpa memaksa mereka menyediakan waktu khusus untuk menikmati sebagaimana yg biasa dilakukan

media-media konvensional biasa seperti televisi, dan lain-lain (Wijaya, 2011:25-26).

Namun ambient media masih jarang digunakan di Indonesia terutama yang membawa masalah sosial di masyarakat, padahal media ini lebih mengena serta membuat penasaran, khususnya masyarakat yang merasa lebih maju. Tujuan dan manfaat penciptaan karya ini adalah mengkampanyekan “Efek Sampah Plastik” pada masyarakat melalui ambient media agar lebih peduli pada lingkungan sekitar dan peka terhadap masalah yang sedang terjadi dan ingin memberikan kesan masyarakat “merasa bersalah” terutama dengan setiap sampah yang dihasilkannya. Dengan kesadaran satu orang mungkin bernilai kecil, namun jika banyak yang menyadari efek sampah plastik tersebut ini akan membawa perubahan yang besar. Ambient media divisualisasikan sesuai konsep yang menyatu dengan lingkungan, yakni memanfaatkan objek di lingkungan sekitar yang berkaitan dengan masalah yang diangkat.

Penulisan karya mengkaji tiga penulisan yang berkaitan dengan aspek konseptual, visual dan operasional, penulisan tersebut dianalisis persamaan metode dan aspek yang digunakan serta apa pembaharuan karya yang dibuat.

Ambient media adalah sebuah bentuk komunikasi pemasaran yang unik. Pesan dirancang menyatu dengan mediana sehingga media menjadi pesan dan pesan menjadi media (McLuhan, 2005: 7). Ambient media ini sendiri memiliki daya pikat yang besar seperti yang dikemukakan oleh Clemens Aristanto (2007 Cakram Vol. 284) jika dibandingkan dengan iklan media konvensional, ambient media justru memiliki *stopping power* cukup tinggi dikarenakan oleh sifatnya yang *unzappable* (tidak dapat diganti salurannya seperti saluran televisi) dan *unavoidable* (tidak dapat dihindari).

Kampanye sosial adalah serangkaian proses komunikasi terencana bersifat non-komersil yang berisi tentang masalah-masalah sosial di masyarakat. Tujuan dari

kampanye sosial adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan masalah sosial yang sedang terjadi. Kriteria kampanye sosial yaitu seperti tidak bersifat komersil, keagamaan, bermuatan politik dan diperuntukkan untuk seluruh lapisan masyarakat. (Venus, 2004:7)

Sampah plastik merupakan sisa kegiatan sehari-hari manusia yang berbentuk semi padat atau padat atau berupa zat anorganik bersifat sulit terurai dan tidak ramah lingkungan, karena sebagian besar bahan anorganik tidak dapat diurai oleh mikroorganisme secara keseluruhan. Berdasarkan data Sistem Informasi Permasalahan Sampah Nasional (SIPSN) tahun 2020 menyebutkan bahwa dari total sampah di Indonesia sampah plastik menduduki urutan kedua terbanyak sebesar 18,5% setelah sampah sisa makanan. Berdasarkan hasil penelitian yang diterbitkan oleh Sekretariat Konvensi Keanekaragaman Hayati (*United Nations Convention on Biological Diversity*) tahun 2016, sampah plastik ini juga telah mengancam kurang lebih 800 spesies satwa laut, sebanyak 40% merupakan mamalia laut dan 44% merupakan spesies burung laut. Pada tahun 2017 data ini diperbarui pada Konferensi Kelautan Perserikatan Bangsa-Bangsa di markas besar di New York, yang menyebutkan bahwa sampah plastik di lautan telah membunuh 1 juta burung laut, 100.000 mamalia laut, penyu dan ikan dalam jumlah besar setiap tahun.

Efek yang ditimbulkan sampah plastik tidak hanya pada satwa laut saja namun juga bisa sampai kepada manusia melalui apa yang dikonsumsi. Selain itu mamalia yang terbunuh oleh sampah plastik mempunyai peran besar menjaga keseimbangan ekosistem dan iklim. Dengan kurun waktu yang lama, produksi sampah plastik yang meningkat plastik tidak akan hilang begitu saja namun hanya berubah menjadi potongan kecil mikro plastik yang bisa mencemari tanah air bumi.

METODE

Metode penelitian menggunakan metode pendekatan *research-led practice*, menganalisis data yang sifatnya deskriptif berdasarkan fakta efek atau dampak sampah plastik di lingkungan sebagai kampanye sosial yang akan diterapkan melalui *ambient media*. Sebelum perupa melakukan proses rancangan awal karya, dilakukan survei dengan menggunakan metode survei Google form. Sumber data dalam penelitian diperoleh dari berbagai narasumber, sumber jurnal tertulis dan foto guna memperoleh data yang diperlukan. Perupa menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Tahap pembuatan karya meliputi: (1) Rancangan Awal, (2) Uji Coba Rancangan Awal, (3) Analisis dan Evaluasi Rancangan Awal (4) Rancangan Model, (5) Produksi Karya. Tahapan proses pembuatan karya ini telah melalui 5 tahap, dan akan melalui tahap pengaplikasian karya serta menanyakan pendapat calon pengguna terhadap karya secara langsung dengan metode wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum proses pembuatan rancangan awal karya, studi pendahuluan dilakukan dengan mencari data yang berkaitan dan memiliki kesamaan dengan produk yang akan dibuat. Dengan ini juga perupa mencari tahu lebih lanjut di beberapa jasa-jasa periklanan. Dengan studi trend produk sejenis ini bisa menjadi lebih tahu bagaimana dan apa teknik, visual serta konsep yang digunakan produk sejenis, dengan itu bisa mencari apa kelebihan dan kekurangan dari produk tersebut.

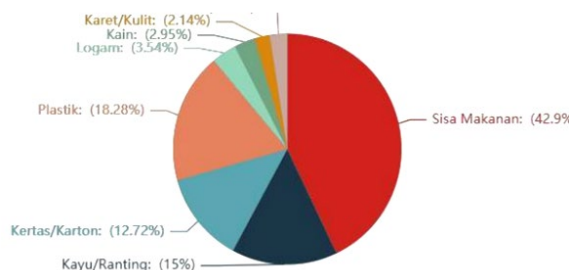
Observasi dilakukan guna melengkapi kebutuhan data dari aspek konseptual visual hingga operasional. Data yang didapatkan berupa referensi artistik dari jurnal dan gambar serta pengalaman pribadi. Target calon pengguna dari penelitian ini yakni laki-laki dan perempuan usia 17-30 tahun,

pendidikan terakhir SLTA. Untuk lokasi penempatan karya yakni di wilayah DKI Jakarta, karena merupakan salah satu kota besar metropolitan Jabodetabek, sehingga menjadi penghasil timbunan sampah terbanyak. penentuan lokasi ini Berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) tahun 2020.

No	Wilayah Jakarta	Timbunan Sampah harian (Ton)
1	Jakarta Timur	2,273.25
2	Jakarta Barat	1,971.97
3	Jakarta Selatan	1,921.00
4	Jakarta Utara	1,341.04
5	Jakarta Pusat	844.74
6	Kep. Seribu	17.34

Gambar 1. Hasil Analisis Timbunan Sampah DKI Jakarta

Berdasarkan gambar di atas, Jakarta timur menduduki posisi pertama timbunan sampah terbanyak dibandingkan wilayah Jakarta lain. Dari total timbunan sampah yang dihasilkan per hari pada tahun 2020, sampah plastik berada di posisi kedua sampah terbanyak sesuai diagram berikut :



Gambar 2. Komposisi Sampah Jakarta 2020 SIPSN

Karena berdasarkan data tersebut diatas lokasi penempatan karya Ambient Media ini ditargetkan khusus yakni di wilayah Jakarta Timur.

Tahapan Pembuatan Karya

Rancangan Awal meliputi rancangan aspek konseptual visual dan operasional berdasarkan hasil data studi trend produk sejenis, target pasar dan calon pengguna. Rancangan awal diantaranya ada (1)

Rancangan konseptual berisi strategi perancangan, strategi kreatif sampai strategi karya kepada target calon pengguna. (2) Rancangan visual terdapat hasil eksplorasi berupa rancangan visual karya, dan (3) Rancangan Operasional membahas mengenai bahan dan alat yang akan digunakan pada proses pembuatan karya.

Dalam uji coba rancangan awal karya rancangan awal yang sudah di produksi kemudian diaplikasikan pada tempat perencanaan peletakkan karya selama beberapa hari. Selama pemasangan karya pada lokasi yang sudah ditentukan diharapkan adanya interaksi dan penerimaan pesan dari setiap karya yang diciptakan pada calon pengguna. Selama proses pemasangan, perupa melakukan pengamatan secara berkala, dokumentasi hingga wawancara pada beberapa calon pengguna terkait karya *ambient* media yang dipasang. Dari uji coba rancangan awal ada beberapa catatan dan masukkan untuk karya akhir

Dari hasil uji coba rancangan awal perupa menganalisis dan menerapkan beberapa saran sebagai acuan perancangan karya akhir terkait pendapat calon pengguna. Berdasarkan hasil wawancara pada 9 calon pengguna, pesan yang disampaikan bisa dipahami namun warna yang digunakan kurang kontras sehingga butuh beberapa waktu pengguna memahami objek. Karna itu perupa mencoba untuk mengevaluasi kembali bentuk, warna serta visual untuk perancangan karya akhir.

Dari hasil analisis dan evaluasi rancangan awal, perupa melakukan perancangan model sebelum karya akhir siap diproduksi. Setelah membuat rancangan model perupa konsultasi dengan dosen pembimbing karya terkait Aspek konseptual, visual hingga operasional karya. Dari hasil pendapat calon pengguna pada rancangan awal karya dan konsultasi dosen pembimbing karya, terdapat beberapa perubahan visual pada ketiga karya, mulai dari perubahan bentuk objek, warna hingga media.

Produk Hasil Penciptaan

Dalam penciptaan karya ini dihasilkan sebuah ambient sebagai media kampanye sosial efek sampah plastik, terdiri dari 3 karya antara lain 1) “Stop Plastik Sekali Pakai” dengan menggunakan media rambu stop yang dikombinasikan dengan objek penyu merepresentasikan bagaimana efek sampah plastik menyiksa dan membunuh satwa liar terutama yang terancam punah. 2) “*What Goes In Ocean Goes In You*” dan “*No Way Home*” yang menggunakan media tumblr yang memiliki fungsi dan solusi masalah yang diangkat, yakni mengkampanyekan untuk mengurangi pemakaian botol plastik. 3) Paus Penjaga Bumi, sebuah instalasi yang menggunakan beberapa media dan teknik diolah sedemikian rupa untuk merepresentasikan kesan dramatis paus yang mati karena banyaknya sampah plastik.

Selain visual, disetiap karya juga dimasukkan slogan dan kata-kata himbauan dan peringatan sesuai konsep masing-masing ketiga karya tentang efek yang ditimbulkan sampah plastik terhadap satwa-satwa terdampak yakni penyu, ikan dan mamalia (lumba-lumba dan paus).



Gambar 3. Karya 1 “Stop Plastik Sekali Pakai”

Pada karya pertama ini bertujuan untuk mengkampanyekan permasalahan salah satu efek dari sampah plastik terhadap lingkungan, terutama satwa laut yang terancam punah. Plastik sendiri butuh ratusan hingga ribuan tahun untuk bisa terurai dan tidak sebanding dengan usia

satwa yang hidup. Karya ini pertama ini menggabungkan konsep dengan memanfaatkan bentuk benda yang ada di lingkungan.

Media ini diletakkan di *outdoor* (luar ruang) yakni dipinggir jalan agar masyarakat seolah-olah melihat penyu yang berdarah karena terikat sampah plastik di tiang tersebut. terdapat 15 calon pengguna yang tertarik dan penasaran dengan karya ambient media ini. Kemudian perupa melakukan wawancara terhadap 5 orang responden dan mereka memahami pesan yang disampaikan.



Gambar 4. Karya 2 “*What Goes In Ocean Goes In You*” dan “*No Way Home*”

Karya 2 desain 1 berjudul “*What Goes In Ocean Goes In You*” memiliki konsep bahwa plastik tidak akan pernah hilang, hanya akan berubah bentuk menjadi mikroplastik, dan bisa kembali ke tubuh manusia melalui apa yang di konsumsi, sementara pada desain 2 berjudul “*No Way Home*” memiliki konsep efek yang ditimbulkan sampah plastik terhadap satwa. Satwa lumba-lumba menghabiskan hidupnya melompat di permukaan air laut, dengan penuhnya sampah plastik di laut mereka tidak punya lagi tempat pulang untuk berenang melompat dengan bebas dan luas, ini merepresentasikan bahwa sampah plastik yang memenuhi laut telah mengambil alih rumah tempat tinggal mereka.

Lokasi untuk karya 2 adalah outdoor (luar ruang) yaitu di warung makan dipinggir jalan. Pemilihan lokasi meja warung makan ini karena di lokasi tersebut masyarakat diam duduk beberapa saat untuk makan dan biasanya melihat-lihat apa yang

ada didekatnya. Pada karya 2, 5 calon pengguna merasa tertarik dan dari 4 orang responden, mereka dapat merasakan karya dan diingatkan kembali untuk memakai botol isi ulang.

Karya 3 memiliki konsep efek yang ditimbulkan oleh sampah plastik terhadap keseimbangan ekosistem kehidupan. Paus sendiri merupakan satwa yang memiliki peran besar terhadap keseimbangan ekosistem hingga iklim, karena itu paus disebut sebagai pahlawan “penjaga bumi”. Ditemukannya paus dengan tubuh penuh dengan sampah plastik menandakan bahwa laut sudah dipenuhi oleh sampah dan akhirnya termakan oleh satwa-satwa laut termasuk paus, karena mungkin mereka mengira itu adalah makanan.



Gambar 5. Karya 3 “Paus Penjaga Bumi”

Lokasi yang dipilih untuk Karya 3 adalah *outdoor* (luar ruang) yaitu dipinggir jalan, karena ukuran karya yang cukup besar jadi perupa memilih jalanan yang agak lapang agar tidak mengganggu calon pengguna yang melintas jalan tersebut. Pada karya 3 ini terdapat 10 calon pengguna yang tertarik, 5 diantaranya di wawancara oleh perupa dan merasakan kesan dramatis dari karya

KESIMPULAN

Dari hasil analisis karya ambient media dapat disimpulkan bahwa

1. Kurangnya penerapan ambient media di Indonesia khususnya yang mengampanyekan tentang masalah sosial di masyarakat seperti masalah

efek yang ditimbulkan sampah plastik. Penciptaan karya ini juga untuk menyumbangkan ide dan pemikiran yang diaplikasikan kedalam bentuk karya ambient media

2. Merancang Ambient Media “Efek Sampah Plastik” mengampanyekannya pada masyarakat agar lebih peduli pada lingkungan sekitar. Berdasarkan pendapat calon pengguna, dari total 29 calon pengguna yang tertarik terdapat beragam respon dari ketiga karya, salah satunya calon pengguna merasa diingatkan kembali dan merasakan kesan dramatis dari karya.
3. Menerapkan *ambient* media melalui pemilihan bahan, teknik yang akan digunakan dan lokasi penempatan yang efektif bagi target calon pengguna. Lokasi yang dipilih adalah *outdoor* (luar ruang) karena dirasa sangat strategis menarik perhatian khalayak karena memiliki karakter media yang relatif besar, yang hampir tidak dibatasi oleh ukuran ruang tertentu, bersifat terbuka, serta memungkinkan kreativitas yang tinggi tentang bagaimana cara mempresentasikan karya *ambient* media ini

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, M. 2013. Pengaruh Game Online terhadap Tingkat Efektivitas Komunikasi Interpersonal pada Kalangan Pelajar. *Jurnal. Samarinda : Fakultas Ilmu Komunikasi*
- Antar, Venus. 2004. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jenna, R. Jambeck. 2015. *Plastic waste inputs from land into the ocean*. University of Georgia.
- Latifah, Arsianti. 2015. *Modul Strategi Media*. Retrieved from <https://>

www.google.com/amp/s/docplayer.info/amp/42828552-Strategi-media.html

Nugrahani, R. 2009. *Perkembangan Ambient Media di Indonesia*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

SIPSN Data Sampah Nasional Tahun 2020 (Diakses 30 Maret 2021 Pk 21:30:33 WIB) <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn>

Sukma Wijaya, B. 2013. *Iklan Ambient Konsep, Strategi Pesan dan Implementasi*. Jakarta : Universitas Bakrie

Sukma Wijaya, B 2009. *Produksi Pesan Iklan Ambient Media dalam Konteks Komunikasi Berasa: Sebuah Studi Eksploratoris*. Jakarta: Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana