

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Krisis sampah di lingkungan sudah menjadi tantangan besar di era urbanisasi modern saat ini. Setiap tahun, manusia menghasilkan jumlah sampah yang semakin besar, menciptakan tekanan besar pada ekosistem bumi. Hal ini juga berdampak pada sektor pengelolaan sampah yang tidak optimal. Permasalahan ini seringkali ditemukan di lingkungan perkotaan, di mana peningkatan populasi dan urbanisasi telah menghasilkan jumlah sampah yang meningkat. Seiring dengan pertumbuhan kota-kota besar, masalah pengelolaan sampah telah menjadi lebih kompleks, dengan penumpukan sampah yang sering kali tidak terkelola dengan baik. Seperti data yang diperoleh melalui Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada tahun 2022 terdapat timbunan sampah mencapai 21.1 juta ton dari 202 kabupaten/kota se-Indonesia dengan 7,2 juta ton sampah belum terkelola dengan baik. (Kemenko PMK, 2023).

Seperti halnya permasalahan yang sedang dihadapi di kota Metro, Penumpukan sumber sampah di kota Metro pada tahun 2022 terutama dari sampah Rumah tangga 49,37 Ton, Sampah Perkantoran 9,31 Ton, Sampah Pasar 18,56 Ton, Sampah Perniagaan 8,50 Ton, Sampah Fasilitas Publik 8,04 Ton, Sampah Kawasan Industri 4,13 Ton, dan Sampah lain-lainnya 2,09 Ton (SIPSN, 2022) Selain itu, pembuangan sampah di lokasi yang tidak semestinya, seperti sungai dan selokan, dapat menghambat aliran air dan menyebabkan banjir saat hujan deras. Sampah-sampah ini sering dibuang secara ilegal tanpa pengelolaan yang tepat. Kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pembuangan sampah yang benar dan pengelolaan sampah yang berkelanjutan masih belum optimal. Akses informasi yang sangat baik di lingkungan perkotaan membuka peluang besar untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang krisis sampah.



Gambar 1 1 Sampah Menumpuk di Irigasi  
(Sumber: lampungnewspaper.disway.id)

Di era perkembangan teknologi dan informasi, penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi telah menjadi salah satu cara paling efektif untuk menyampaikan pesan secara massal. Media sosial merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang merubah pola penyebaran informasi yang sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak *audiens*) ke media sosial *dialogue* (banyak *audiens* ke banyak *audiens*) (Sari & Basir, 2020). Media sosial memberikan platform yang luas dan dapat diakses oleh berbagai kalangan, termasuk individu, komunitas, bisnis, dan lembaga pemerintah. Keunggulan utama media sosial adalah kemampuannya untuk mencapai *audiens* yang besar dan beragam dalam waktu yang relatif singkat serta memungkinkan respons langsung dari *audiens*, seperti komentar, like, atau berbagi informasi, yang dapat menghasilkan interaksi yang lebih mendalam dan efektif.

Rendahnya kesadaran masyarakat tentang iklan layanan masyarakat dan isu-isu yang disampaikannya merupakan hambatan utama. Banyak orang belum menerima informasi yang memadai atau tidak merasa terlibat dengan pesan yang disampaikan oleh iklan, karena ketidakjelasan atau kerumitan pesan yang

disampaikan dapat membuat masyarakat kesulitan untuk memahami dan merespons dengan tindakan yang diinginkan. Kurangnya daya tarik visual dalam iklan juga dapat membuatnya gagal menarik perhatian audiens, terutama di lingkungan media sosial yang membutuhkan konten menarik. Selain itu, masalah dapat muncul jika iklan tidak disebarluaskan secara luas, sehingga pesan yang ingin disampaikan tidak mencapai target yang diharapkan. Untuk mengatasi masalah ini, perancangan iklan layanan masyarakat yang lebih optimal harus mempertimbangkan strategi kreatif dan efektif, dengan memanfaatkan media sosial dan animasi *explainer* sebagai solusi yang menarik. Iklan layanan masyarakat dalam bentuk animasi mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat, dengan 73,33% responden memberikan respon sangat baik, sehingga cara ini dinilai layak digunakan sebagai media sosialisasi dan edukasi. (Ihsan, Mappesse, & Mustamin, 2021).

Menggunakan animasi *explainer* dalam perancangan iklan layanan masyarakat melalui media sosial merupakan strategi inovatif untuk menyampaikan pesan penting tentang isu lingkungan, seperti krisis sampah kepada masyarakat. Iklan layanan masyarakat bertujuan menyampaikan informasi yang berkaitan dengan kepentingan umum. Animasi *explainer* adalah jenis animasi yang dirancang untuk menjelaskan konsep, produk, layanan, atau pesan dengan cara yang mudah dipahami dan menarik. Penggunaan animasi *explainer* dalam iklan layanan masyarakat memungkinkan penyampaian pesan secara kreatif dan menghibur, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat. Salah satu keunggulan animasi *explainer* adalah kemampuannya untuk menyederhanakan informasi kompleks menjadi visual yang menarik. Dalam konteks krisis sampah, iklan animasi *explainer* dapat memvisualisasikan bagaimana tindakan sederhana, seperti mengurangi penggunaan plastik, memakai kantong belanja reusable, dan menerapkan konsep 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*), dapat memberikan dampak positif besar pada lingkungan. Dengan menggabungkan iklan layanan masyarakat animasi *explainer* dengan media sosial, iklan tersebut dapat dengan mudah dibagikan dan disebarluaskan secara daring oleh masyarakat. Masyarakat dapat dengan cepat berpartisipasi dalam menyebarkan

pesan lingkungan ini kepada rekan-rekan mereka, meningkatkan kesadaran dan memotivasi perubahan perilaku yang lebih berkelanjutan dalam pengelolaan sampah. Dengan demikian, perancangan iklan layanan masyarakat menggunakan animasi *explainer* melalui media sosial adalah solusi kreatif dan efektif dalam mengatasi krisis sampah dan mencapai tujuan berkelanjutan dalam pengelolaan lingkungan.

Pengenalan dan penerapan konsep 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) atau pengurangan, penggunaan kembali dan mendaur ulang sampah, merupakan salah satu cara dalam pengelolaan sampah terutama sampah yang dihasilkan dari limbah rumah tangga. Pengelolaan sampah yang paling sederhana seperti memisahkan sampah organik dan anorganik di masyarakat merupakan kunci awal penerapan konsep 3R. (Ristya, 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai konsep 3R yang dilakukan oleh (Herlinawati, *et al*, 2022) dikatakan bahwa sosialisasi mengenai penerapan 3R sebagai usaha peduli lingkungan di Desa Pengambangan, Rumbai Timur berjalan sukses dan lancar serta bermanfaat bagi masyarakat. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya respon positif serta antusiasme yang diberikan oleh masyarakat ketika mengikuti sosialisasi tersebut

Menggunakan animasi *explainer* dalam perancangan iklan layanan masyarakat melalui media sosial merupakan strategi inovatif untuk menyampaikan pesan penting tentang isu lingkungan, seperti krisis sampah, kepada masyarakat. Iklan layanan masyarakat bertujuan menyampaikan informasi yang berkaitan dengan kepentingan umum. Animasi *explainer* adalah jenis animasi yang dirancang untuk menjelaskan konsep, produk, layanan, atau pesan dengan cara yang mudah dipahami dan menarik.

Penggunaan animasi *explainer* dalam iklan layanan masyarakat memungkinkan penyampaian pesan secara kreatif dan menghibur, sehingga dapat menarik perhatian masyarakat. Salah satu keunggulan animasi *explainer* adalah kemampuannya untuk menyederhanakan informasi kompleks menjadi visual

yang menarik. Dalam konteks krisis sampah, iklan animasi *explainer* dapat memvisualisasikan bagaimana tindakan sederhana, seperti memilah sampah, mengurangi penggunaan plastik, atau memakai kantong belanja reusable, dapat memberikan dampak positif besar pada lingkungan dengan menggabungkan iklan layanan masyarakat animasi *explainer* dengan media sosial, iklan tersebut dapat dengan mudah dibagikan dan disebarluaskan secara daring oleh masyarakat. Masyarakat dapat dengan cepat berpartisipasi dalam menyebarkan pesan lingkungan ini kepada rekan-rekan mereka, meningkatkan kesadaran dan memotivasi perubahan perilaku yang lebih berkelanjutan dalam pengelolaan sampah. Dengan demikian, perancangan iklan layanan masyarakat menggunakan animasi *explainer* melalui media sosial adalah solusi kreatif dan efektif dalam mengatasi krisis sampah dan mencapai tujuan berkelanjutan dalam pengelolaan lingkungan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi :

1. Kesadaran masyarakat yang rendah terhadap pengelolaan sampah yang berkelanjutan, termasuk membuang sampah sembarangan, menjadi permasalahan serius yang merusak lingkungan.
2. Masalah pengelolaan sampah yang tidak optimal disebabkan oleh pengelolaan yang kurang baik.
3. Informasi media yang monoton tidak informatif, sehingga penulis merancang animasi *explainer* untuk mengatasinya.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, rumusan masalah perancangan ini adalah Bagaimana merancang iklan layanan masyarakat menggunakan animasi *explainer* melalui media sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang krisis sampah di lingkungan?

## **1.4 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan ini adalah :

1. Merancang iklan layanan masyarakat berbentuk animasi *explainer* yang disebarakan melalui media sosial.
2. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang krisis sampah di lingkungan perkotaan.
3. Mendorong perubahan perilaku masyarakat menuju pengelolaan sampah berkelanjutan.

## **1.5 Batasan Lingkup Perancangan**

Dalam perancangan ini, berikut adalah batasan lingkup yang akan diterapkan:

1. Perancangan karya komunikasi visual berbentuk Animasi *Explainer*
2. Perancangan utama menggunakan platform media sosial untuk menjangkau audiens yang luas, serta media pendukung berupa poster digital, X-banner, Totebag, dan kaos custom untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

## **1.6 Manfaat Perancangan**

### **1.6.1 Bagi Mahasiswa**

Perancangan ini akan memberikan manfaat yang signifikan bagi mahasiswa antara lain:

1. Pengalaman penelitian praktis dalam perancangan komunikasi berbasis media sosial.
2. Pengembangan keterampilan analitis dan berpikir kritis.
3. Pemahaman tentang peran media sosial dalam menyebarkan pesan lingkungan.

### **1.6.2 Bagi Institusi**

Institusi pendidikan akan mendapatkan manfaat sebagai berikut:

1. Kontribusi pada pengetahuan ilmiah dan penelitian di bidang komunikasi lingkungan.
2. Peningkatan kualitas pendidikan dengan pengalaman penelitian bagi mahasiswa.

3. Peningkatan reputasi institusi dalam penelitian dan pendidikan.

### **1.6.3 Bagi Lembaga**

Lembaga yang terlibat dalam pengelolaan sampah dan lingkungan juga akan mendapatkan manfaat sebagai berikut:

1. Informasi penting untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif.
2. Peningkatan kesadaran masyarakat tentang masalah krisis sampah.
3. Potensi untuk kerja sama dalam program-program lingkungan yang lebih efektif.