

PERANCANGAN KAMPANYE SAMPAH PUNTUNG ROKOK DI TAMAN KOTA BANDUNG (STUDI KASUS : ALUN-ALUN BANDUNG, ALUN-ALUN REGOL, DAN TAMAN LANSIA)

Lenny Isnaeni Sugianto¹, Dewi Iriani², Agus Triyadi³

Program Studi Desain Komunikasi Visual^{1,2,3}

Sekolah Tinggi Teknologi Bandung. Jl. Soekarno Hatta No. 378 Bandung 40235^{1,2}

Ars University, Jl. Terusan Sekolah No.1-2, Cicaheum, Kec. Kiaracandong, Jawa Barat 40282³

Lennyisnaeni29@gmail.com¹, dewiiriani@sttbandung.ac.id², atriyadi2001@gmail.com

Abstrak

Kota Bandung memiliki jumlah perokok tinggi, dengan jumlah perokok yang tinggi, sampah puntung rokok merupakan sampah yang sering ditemukan dan merusak pemandangan, puntung rokok di anggap kecil dan sepele, namun puntung rokok memiliki filter yang terbuat dari selulosa asetat yang terurai dalam kurun waktu 10 tahun. Selain dapat terurai dalam waktu yang lama, puntung rokok juga mengandung zat berbahaya yang dapat merusak kesehatan lingkungan. Untuk itulah puntung rokok tidak seharusnya dibuang sembarangan ke lingkungan. Perancangan media kampanye poster mengenai sampah puntung rokok, bertujuan untuk memberikan suatu himbauan dan informasi yang menarik dengan memberikan fasilitas asbak pada poster, *audience* mendapatkan informasi juga ikut berpartisipasi dalam kampanye, diharapkan dengan adanya media kampanye ini, masyarakat perokok dapat membiasakan untuk tidak membuang puntung rokok sembarangan.

Kata kunci:

Bandung, ruang terbuka, jumlah perokok tinggi, puntung rokok, poster

Abstract

The city of Bandung has a high number of smokers, with a high number of smokers, cigarette butts trash is often found and an eyesore, cigarette butts are considered small and trivial, but cigarette butts have filters made of cellulose acetate which decompose within 10 years. Besides being able to decompose for a long time, cigarette butts also contain harmful substances that can pollute the environment. For this reason, cigarette butts should not be thrown carelessly into the environment. The design of campaign media posters about cigarette butts waste, aims to provide attractive and interesting information by providing ashtray facilities on posters, the audience gets information also participates in the campaign, it is hoped that with this media campaign, smokers can get used to not throwing cigarette butts carelessly.

Keywords:

Bandung, open space, high number of smokers, cigarette butts, posters

I. PENDAHULUAN

Kota Bandung adalah ibu kota dari Provinsi Jawa Barat. Kota Bandung dikelilingi oleh pegunungan, dengan keadaan tersebut udara di Kota Bandung sangat sejuk dan nyaman. Kota Bandung juga merupakan salah satu kota wisata, kondisi topografi Kota Bandung yang unik dan memiliki berbagai potensi wisata seperti bangunan bersejarah, budaya, makanan khasnya, dan banyaknya taman kota, membuat wisatawan lokal maupun asing berkunjung ke Kota Bandung. Kota Bandung merupakan kota dengan penduduk terpadat di Jawa Barat, segala aktivitas terjadi setiap hari mulai dari aktifitas pemerintahan, industri, pendidikan, hiburan, jasa transportasi hingga aktifitas ekonomi seperti perdagangan pasar dan pertokoan. saat ini Kota Bandung merupakan salah satu kota tujuan utama pariwisata, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Jarak yang sangat dekat dengan ibu kota Jakarta membuat Bandung menjadi pilihan bagi wisatawan untuk menghabiskan akhir pekan mereka. Tersedianya ruang terbuka di Kota Bandung menjadi salah satu daya tarik masyarakat untuk menghabiskan waktu istirahat di ruang terbuka, seperti di Alun-alun dan taman-taman kota dan menjadi salah satu lokasi yang sering dikunjungi wisatawan pada hari libur. Menurut Badan Pusat Statistik(BPS) Kota Bandung, wisatawan mancanegara dan domestik pada tahun

2016 mencapai 5.000.625 pengunjung. Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung, banyak pula sampah yang ditinggalkan. Tidak sedikit masyarakat yang masih membuang sampah sembarangan.

Dari berbagai jenis sampah yang ditinggalkan wisatawan, salah satunya adalah puntung rokok. Puntung rokok merupakan salah satu limbah padat yang banyak dihasilkan dari aktivitas perokok. Sampah puntung rokok merupakan salah satu sampah yang sering dibuang sembarangan karena bentuknya yang kecil. Menurut Tobacco Control Support Centre Indonesia tahun 2012, kota Bandung sendiri memiliki jumlah perokok aktif mencapai 30% dari 2.490.622 jiwa, rata-rata mereka menghabiskan 12-29 batang perharinya. Dengan jumlah perokok dan jumlah konsumsi rokok yang cukup besar, sampah puntung rokokpun semakin banyak. Pada hari-hari libur besar sampah puntung rokok paling banyak ditemukan, pada bulan Januari lalu bertempat di alun-alun Bandung, jalan Braga, dan Asia afrika ditemukan banyak sampah puntung rokok. Wali Kota Bandung Oded M Denial prihatin karena banyaknya sampah puntung rokok dan beberapa botol miras, beliau mengatakan "Saya lihat masih banyak sampah, terutama puntung rokok, ini banyak sekali. Saya juga menemukan beberapa botol minuman keras, bagi perokok silahkan merokok, tapi puntungnya jangan dibuang sembarangan. Kesadaran masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan harus meningkat." ujarnya saat on air di Radio PRFM 107.5 News

Channel, Selasa (1/1/2019) (PRFM 107.5 News Channel,). Hal inipun sudah diliput di beberapa media.

Menurut hasil kuisioner yang telah dikumpulkan peneliti, banyak perokok membuang puntung rokok sembarangan dengan tidak ada asbak dan malas. Sampah puntung rokok menjadi pemandangan yang terlihat biasa ada disekitar kita, padahal di dalam puntung rokok terdapat filter. Filter rokok terbuat dari selulosa asetat yang dicampurkan dengan bahan-bahan kimia yang dapat terurai setidaknya dalam waktu 10 tahun. Bahan-bahan kimia yang terkandung dalam filter tersebut dapat keluar jika terkena air dan akan meracuni tanah, air, dan meracuni binatang bila termakan. Puntung rokok merupakan jenis sampah B3, sampah B3 adalah suatu buangan atau limbah yang sifat dan konsentrasinya mengandung zat yang beracun dan berbahaya sehingga secara langsung maupun tidak langsung dapat merusak lingkungan, mengganggu kesehatan, dan mengancam kelangsungan hidup manusia serta organisme lainnya. (PT. Logam jaya abadi), Pengolahan sampah B3 perlu penanganan dan pengolahan khusus, khususnya sampah puntung rokok yang sangat dekat dengan masyarakat. Banyaknya puntung rokok yang dibuang sembarangan yang dapat merusak lingkungan. Ruang terbuka merupakan salah satu tempat yang perlu dijaga kebersihannya dari puntung rokok.

Perlu adanya penyampaian informasi tentang sampah puntung rokok pada lingkungan, oleh karena itu diperlukan sebuah media yang berguna sebagai pengingat dan penyampaian informasi mengenai sampah puntung rokok terhadap lingkungan. Dengan membangun sebuah media kampanye yang dapat digunakan sebagai tempat pembuangan puntung rokok dan menjadi media pengingat akan puntung rokok bagi lingkungan, yang diharapkan dapat mengubah kebiasaan masyarakat untuk membuang puntung rokok dengan benar.

Sebuah komunitas pencinta alam di UK pada tahun 2015 lalu membuat sebuah kampanye menggunakan sebuah kotak yang digunakan untuk membuang puntung rokok dengan cara voting pemain sepak bola yakni Ronaldo or Messi. Pada tahun 2018 Cleartip meluncurkan poster yang berjudul planet plastic- the pitiful Pyramid poster tersebut menggambarkan piramida yang telah tergantikan oleh tumpukan-tumpukan sampah, poster tersebut dibuat untuk membuat masyarakat tidak membuang sampah sembarangan ketika berpergian. Perancangan media kampanye poster puntung savers ini adalah untuk mengingatkan perokok untuk tidak membuang puntung rokok sembarangan. Ilustrasi dari poster ini menggambarkan taman. Dengan pendekatan seperti ini diharapkan media kampanye ini akan lebih mengena baik kepada para perokok maupun pengunjung, baik sisi edukatif maupun peringatan.

Pesan disampaikan dengan gabungan antara media aplikasi dengan gambar. Media penyampaian pesan yang disampaikan dapat berupa perumpamaan tampilan lingkungan yang diisi dengan puntung rokok seolah kotor atau rusak, dengan bentuk yang memainkan emosi sehingga dapat dengan efektif memasuki alam pikiran para target audience. Maka dari itu, peneliti melakukan upaya pembaruan mediamedia alternatif komunikasi visual dalam bentuk media tercetak, media pendukung yang digunakan sebagai aplikasi dari media kampanye ini antara lain *cigarette case, t-shirt, sticker, korek api, softcase, keychain, ashtrasher, mouse pad, notebook, cangkir, dan Social media* agar menarik minat dan bermanfaat oleh perokok dengan membuat media yang menarik,

komunikatif dan efektif untuk meningkatkan kesadaran perokok aktif terhadap sampah puntung rokok.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kampanye

Kampanye menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dapat diartikan sebagai suatu gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi dan sebagainya) [1]. Pengertian lain dari kampanye ialah upaya yang ditujukan untuk menciptakan perubahan dan dampak tertentu dalam kehidupan bermasyarakat yang dilakukan dalam kurun waktu tertentu [3]. Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kampanye merupakan upaya perubahan yang dilakukan individu atau sekelompok masyarakat untuk mengubah suatu keadaan atau perilaku.

B. Sampah

Pengertian sampah yaitu sisa kegiatan sehari-hari manusia dan/atau proses alam yang berbentuk padat [4]. Menurut World Health Organization (WHO) definisi sampah adalah sesuatu yang tidak digunakan, tidak dipakai, tidak disenangi atau sesuatu yang dibuang yang berasal dari kegiatan manusia dan tidak terjadi dengan sendirinya [5]. Dari beberapa pengertian sampah diatas maka dapat disimpulkan bahwa sampah merupakan bahan sisa yang sudah tidak digunakan.

C. Puntung Rokok

Puntung rokok terdiri dari ribuan serat selulosa asetat, yang meskipun dapat terurai secara biologis, membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk terurai. Serat selulosa asetat, seperti mikroplastik lainnya, juga merupakan polutan umum yang ditemukan di ekosistem, bahkan terakumulasi di dasar laut dalam [6].

D. Taman Kota

Pengertian taman menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kebun yang ditanami dengan bunga-bunga dan sebagainya [7]. Sedangkan kota dapat diartikan dengan daerah pemukiman yang terdiri atas bangunan rumah yang merupakan kesatuan tempat tinggal dari berbagai lapisan masyarakat [8]. Dapat disimpulkan pengertian dari taman kota adalah kebun yang ditanami dengan bermacam-macam tanaman yang terletak didaerah pusat pemukiman penduduk.

III. KAJIAN PERMASALAHAN

A. Analisis Masalah

Berdasarkan hasil dari perilaku masyarakat perokok aktif dalam merokok, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat perokok aktif masih membuang puntung rokok sembarangan karena tidak adanya asbak atau tempat sampah terdekat saat mereka merokok, dan belum tau jika puntung rokok berbahaya sehingga masyarakat perlu diberikan media kampanye anti buang puntung rokok sembarangan berupa media kampanye poster puntung rokok. Peneliti membuat perancangan berupa media kampanye poster puntung rokok berdasarkan analisis SWOT dan 5W+1H.

B. 5W+1H

Analisa 5W + 1H adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk melakukan pe-nanggulangan terhadap akar permasalahan. Analisis ini untuk mendapatkan secara lengkap

seperangkat pertanyaan yang jawabannya merupakan akan menjadi kunci pemecahan masalah dengan mengajukan beberapa pertanyaan 5W + 1 H antara lain:

- 1) **WHAT** (apa) masalahnya? Banyaknya masyarakat perokok yang membuang puntung rokok sembarangan. Menurut hasil survey yang telah dilakukan peneliti, sebanyak 70% masyarakat pernah membuang puntung rokok sembarangan, yang bukan hanya mengakibatkan kotornya lingkungan, namun juga kebakaran dan menjadi dapat menjadi ancaman polusi tanah, air dan meracuni makhluk hidup.
- 2) **WHO** (siapa) target pengguna? Perokok aktif yang gemar berkumpul dengan temannya. rentang usia dari 18-40 tahun
- 3) **WHERE** (dimana) masalah ini terjadi? Masalah ini terjadi di mana-mana, terutama di tempat peristirahatan, kantin dan taman-taman kota. Karena tidak semua tempat menyediakan asbak/tempat sampah, sehingga perokok cenderung membuangnya dengan cara menginjaknya ke tanah.
- 4) **WHEN** (kapan) masalah ini terjadi? Sejak tahun 1980-an puntung rokok menyumbang 30% sampah diperkotaan (the Conversation, 2019). Masalah ini juga terjadi biasanya di saat siang hari saat istirahat makan siang, atau sore hari di saat masyarakat sedang beristirahat
- 5) **WHY** (kenapa) masalah ini terjadi? Kurangnya kesadaran masyarakat mengenai membuang puntung rokok dan kurang informasi mengenai sampah puntung rokok.
- 6) **HOW** (bagaimana) cara mengatasi masalah? Dengan membuat media kampanye poster puntung rokok yang dapat digunakan masyarakat sebagai media pengingat, informasi dan dapat digunakan untuk membuang puntung rokok.

C. SWOT

Dalam perancangan media kampanye puntung rokok dengan pemasangan alat peraga, diperlukan pemahaman tentang kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang ada pada media kampanye ini sebagai media yang menginformasi sampah puntung rokok. Dibahas dengan menggunakan analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) [2].

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none"> • Sebagai media kampanye yang menarik dan berguna untuk membuang puntung rokok • Pemilihan tempat yang strategis karena berada di daerah-daerah pusat kota dan taman-taman kota • Area yang di pasang media kampanye akan bersih dari sampah puntung rokok 	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran yang tidak terlalu besar dapat menyebabkan masyarakat tidak menyadarinya • Tidak semua orang peduli dengan himbauan • Harga media mahal
Opportunity	Threat
<ul style="list-style-type: none"> • Tumbuhnya kesadaran masyarakat perokok terhadap lingkungan • Belum adanya kampanye mengenai puntung rokok berupa instalasi di Bandung • Mengurangi beban pekerja dalam membersihkan jalan 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirusak oleh tangan yang tidak bertanggung jawab • Rusak oleh hujan dan panas matahari • Kurangnya variasi gambar

Gambar 1 Analisa SWOT (Sumber: Dokumen Perancang)

IV. ANALISIS DAN PERANCANGAN

A. Segmentasi

Segmentasi untuk perancangan media kampanye sampah puntung rokok berupa poster di kota Bandung ini adalah perokok aktif yang sering berkumpul sambil merokok.

1) Geografis

Target wilayah dari perancangan kampanye ini adalah di Taman di Kota Bandung yang tidak memiliki larangan merokok, khususnya di Alun-alun Bandung, Alun-alun Regol, dan Taman Lansia Kota Bandung

2) Demografis

Target perancangan kampanye ini secara Demografis adalah sebagai berikut:

- a) Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- b) Usia : 18-45 tahun
- c) Status Pendidikan: pelajar dan pekerja

Target *audience* utama pada perancangan kampanye ini adalah laki-laki yang merokok

3) Psikografis

Target perancangan kampanye ini secara Psikografis adalah perokok yang menghabiskan waktunya diluar ruangan dan sering beristirahat diluar ruangan untuk merokok

B. Positioning

Media kampanye ini adalah sebuah upaya dalam mengingatkan sekaligus mengkampanyekan sampah puntung rokok juga perokok dapat membuang puntung rokok di instalasi yang disediakan, khususnya perokok aktif mengenai sampah puntung rokok yang dibuang sembarangan

C. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada perancangan ini yaitu melalui media poster yang berisikan informasi mengenai sampah puntung rokok dengan menggunakan gaya gambar *line art* dan ilustrasi. Adapun pendekatan komunikasi yang dilakukan yaitu dengan dua cara pendekatan visual dan pendekatan verbal. Secara visual adalah bentuk, ukuran, ruang, irama, *layout*, warna, ilustrasi, *icon*, *line art* dan ilustrasi serta deskripsi, dan secara verbal dalam berbentuk teks.

D. Pendekatan Verbal

Dengan memberikan sebuah pesan kepada masyarakat mengenai dampak lingkungan yang tercemar oleh puntung rokok yang disampaikan dengan kalimat halus atau dengan cara sindiran untuk meminimalisir ketersinggungan. "Tamanku bersih tanpa puntung rokokmu"

E. Pendekatan Visual

Dengan menampilkan sebuah visual lingkungan yang penuh sampah puntung rokok dan diberi tempat terbuat dari akrilik yang diisi dengan puntung rokok sebagai unsur pelengkap. Media ini memperlihatkan dampak yang ditimbulkan dari sampah puntung rokok terhadap kebersihan lingkungan.

F. Creative Brief

- 1) **Objective:** mengingatkan masyarakat untuk tidak membuang sampah puntung rokok sembarangan dan memberikan informasi mengenai bahaya puntung rokok terhadap lingkungan kepada perokok aktif usia 18-45 tahun, khususnya perokok di kota Bandung, melalui

gambar yang bertujuan menarik perhatian target audience. Media diberi space sebagai tempat membuang puntung rokok, sehingga target audience dapat berinteraksi dengan media. Yang akan membuat target audience memahami bahaya puntung rokok.

- 2) *Issue*: Banyaknya perokok di kota Bandung yang membuang puntung rokok sembarangan yang membuat jalan menjadi kotor. Kurangnya kesadaran masyarakat mengenai kesehatan lingkungan.
- 3) *Insight*: Sampah puntung rokok adalah sampah yang kerap disepelkan karena kecil. Asbak merupakan salah satu kebutuhan yang diperlukan perokok untuk membuang puntung rokoknya. Memberikan informasi dan mengedukasi perokok mengenai sampah puntung rokok. Sadar akan kebiasaan membuang sampah puntung rokok sembarangan adalah hal yang buruk bagi lingkungan
- 4) *Opportunity*: Melihat dari kebiasaan perokok di kota Bandung berdasarkan observasi dan data yang di dapatkan, maka peneliti dapat merancang media kampanye berupa poster yang memberikan informasi mengenai bahaya puntung rokok melalui gambar dan juga dapat digunakan perokok aktif sebagai tempat membuang puntung rokok.
- 5) *Challenge*: Tantangan yang muncul adalah, kebiasaan masyarakat yang masih suka membuang sampah sembarangan, perilaku masyarakat yang terbiasa membuang sampah sembarangan disamping itu, masyarakat kerap mengacuhkan himbauan yang telah ada dan masih melakukannya. Hal ini yang harus dipikirkan bagaimana mengajak perokok untuk tidak membuang sampah puntung rokok sembarangan.

G. Tone and Manner

Kesan yang ingin disampaikan dalam karya ini adalah kerusakan, kotor, kepunahan atau kebinasaan.

Pendekatan Pesan perancangan	: Rasional
Gaya dan Jenis tampilan	: Ilustrasi
Gaya Penyampaian Pesan	: Sindiran

V. KESIMPULAN

Melihat dari fenomena yang terjadi di masyarakat yang berada disekitar taman dan jalan baik warga lokal maupun wisatawan yang membuang sampah puntung rokok secara sembarangan maka peneliti tergerak untuk membuat kampanye sampah puntung rokok berupa poster. poster dibuat menarik, sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat, dan juga fungsional untuk mengubah perilaku masyarakat perokok untuk tidak membuang puntung rokok sembarangan. Penempatan media akan diletakkan dengan strategis dengan menempatkan media sesuai pada lokasi dimana terdapat banyak sampah puntung rokok. Dengan pendekatan seperti ini diharapkan pesan tersebut akan lebih tepat sasaran dan dapat tersimpan di benak *audience*. Dengan adanya perancangan ini maka diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran terhadap para pengunjung akan sampah puntung rokok dan menghentikan kebiasaan perokok membuang puntung rokok sembarangan.

REFERENSI

- [1] <https://kbbi.web.id/kampanye>
- [2] Rustan, Suriyanto. LAYOUT DASAR & PENERAPANNYA. Jakarta : Gramedia. 2009
- [3] Venus, A. Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama

Media. 2012

- [4] Undang –Undang Republik Indonesia No 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah
- [5] Chandra, Budiman. Pengantar Kesehatan Lingkungan. Jakarta: EGC. 2006
- [6] <https://nationalgeographic.grid.id/read/131819493/tak-hanya-sampah-plastik-puntung-rokok-juga-berbahaya-bagi-lingkungan>
- [7] <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/taman>
- [8] <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kota>