

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini Indonesia masuk ke dalam negara penghasil sampah plastik kedua di dunia setelah Tiongkok. Hal itu berkaitan dengan data dari KLHK yang menyebut plastik hasil dari 100 toko atau anggota Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) dalam waktu satu tahun saja, sudah mencapai 10,95 juta lembar sampah kantong plastik. Padahal, KLHK menargetkan pengurangan sampah plastik lebih dari 1,9 juta ton hingga 2019. Setiap tahun produksi plastik menghasilkan sekitar delapan persen hasil produksi minyak dunia atau sekitar 12 juta barel minyak atau setara 14 juta pohon. Lebih dari satu juta kantong plastik digunakan setiap menitnya dan 50 persen dari kantong plastik tersebut dipakai hanya sekali lalu dibuang. Hal ini sungguh sangat memperhatikan mengingat sampah plastik sangat berbahaya bagi lingkungan di bumi. Bahaya dari sampah plastik antara lain memicu perubahan iklim. (Wahyuni, 2016)

Dari proses produksi, konsumsi hingga pembuangannya menghasilkan emisi karbon yang tinggi sehingga berkontribusi terhadap perubahan iklim karena kondisi bumi semakin memanas. Sumber material kantong plastik yang terbuat dari minyak bumi, yang merupakan sumber daya alam tak terbarukan mengakibatkan pencemaran lingkungan di negara - negara berkembang karena limbah pabriknya dibuang ke sungai dan pembakaran gas metana mengakibatkan emisi karbon ke udara. Selain itu, sampah plastik sangat lama untuk terurai di tanah karena rantai karbonnya yang

panjang, sehingga sulit diurai oleh mikroorganisme. Kantong plastik akan terurai ratusan hingga ribuan tahun kemudian.

Penulis ingin mematangkan program perancangan kampanye sosial yang bertujuan untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat dalam usaha menjaga lingkungan dengan mengurangi dan lebih bijak dalam penggunaan kantong plastik. Selain itu, dengan adanya kampanye ini sekaligus memperkenalkan kepada masyarakat bahwa mereka benar-benar merupakan perusahaan ritel elektronik yang peduli lingkungan dan juga packaging mereka ramah lingkungan dan tidak menggunakan plastik. Kampanye ini mengambil tema *No Plastic No Worry*, yang berarti tanpa plastik tidak masalah. Upaya kampanye tersebut selain dapat menumbuhkan kesadaran dan partisipasi masyarakat, kampanye PR tersebut pun dapat membantu perusahaan untuk memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat. Tanpa disadari, nilai tambah dari adanya kampanye PR yang melibatkan partisipasi masyarakat tersebut dapat menumbuhkan minat dari masyarakat terhadap produk yang dihasilkannya. Jadi, selain berupaya untuk ikut ambil andil dalam kegiatan tersebut, upaya kampanye PR yang dilakukan dapat juga menarik minat masyarakat dalam menggunakan produk yang dihasilkan perusahaan.

Kegiatan kampanye ini dilaksanakan pada hari Minggu, 30 Juni 2019 di PT Electronic City, Jalan Boulevard Bintaro Jaya, Pondok Jaya, Pondok Aren, Pd. Jaya, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten pada pukul 10.00 WIB hingga selesai.

Berikut ini adalah konsep yang akan penulis jabarkan untuk perancangan kampanye ini :

1. Sosialisasi langsung kepada masyarakat dalam bentuk seminar yang diisi oleh Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, Ibu Siti Nurbaya Bakar sebagai pembicara dan membagikan goodie bag sebagai souvenir peserta seminar yang bisa digunakan sebagai pengganti dari kantong plastik ketika berbelanja.
2. Memanfaatkan media cetak (Spanduk dan X-banner) yang berisi himbuan dan pemahaman dari bahaya sampah plastik. Tujuannya agar dapat mengedukasi masyarakat akan bahaya sampah plastik.
3. Memanfaatkan media sosial sebagai alat kampanye PR No Plastic No Worry yaitu berupa akun facebook dan instagram. Media sosial merupakan sarana yang tepat dan murah dalam menyampaikan informasi kepada publik salah satunya adalah facebook dan Instagram.

1.2 Maksud dan Tujuan

a. Maksud

Maksud dari penulisan tugas akhir adalah untuk merancang sebuah perancangan program kampanye PT Electronic City ‘No Plastic No Worry’ dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya sampah plastik.

b. Tujuan

Adapun tujuan dari program kampanye Public Relations tersebut adalah sebagai salah satu syarat kelulusan program pendidikan Diploma 3 Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta.

1.3 Metode Perancangan

1.3.1 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya, selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta di bantu pancaindra lainnya. Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan pancaindra peneliti. (Ardianto, 2016)

Menurut (Ardianto, 2019) Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi participant observation (observasi berperan serta) dan non participant observation (observasi tidak berperan serta).

a. Observasi partisipan

Peneliti langsung terjun ke lapangan sebagai sasaran penelitian untuk melihat keadaan atau fenomena yang terjadi disana. Dengan begitu, peneliti dapat lebih mengenal karakteristik lokasi, fenomena, dan juga subjek penelitian, dalam hal ini adalah masyarakat yang hendak diteliti.

b. Observasi non partisipan

Observasi tidak langsung merupakan kegiatan pengamatan yang tidak dilakukan pada tempat atau lokasi yang telah ditentukan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan media, seperti internet, media cetak, rekaman audio visual, dan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang memiliki latar permasalahan yang sama dengan yang akan diteliti.

Dalam perancangan tugas akhir penulis melaksanakan observasi partisipan karena penulis yang membuat perancangan program kampanye ikut serta dalam kegiatan tersebut.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.. (Ardianto, 2016)

Menurut Esterber dalam (Sugiyono, 2014) “Wawancara merupakan pertemuan dua orang bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu”.

Macam-macam wawancara menurut (Abidin, 2015) adalah:

- a. Wawancara terstruktur : Wawancara ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data, jika peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan di peroleh. Oleh karena itu, dalam melakukan wawancara pengumpulan data telah menyampaikan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah dipersiapkan.
- b. Wawancara Semi terstruktur, di gunakan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka yaitu pihak yang di ajak wawancara di mata pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara seksama dan mencatat hal-hal yang dikemukakan oleh responden.

- c. Wawancara Tak Berstruktur, yaitu wawancara yang bebas dimana penelitian pendahuluan atau untuk penelitian yang lebih mendalam tentang subjek yang di teliti. Pada penelitian pendahuluan, peneliti berusaha mendapatkan informasi awal tentang berbagai permasalahan yang ada pada objek sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti permasalahan atau variabel yang harus di teliti. Untuk mendapat gambaran permasalahan yang lebih lengkap, peneliti perlu melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mewakili berbagai tingkatan yang ada dalam objek.

Dalam tekhnik wawancara, terdapat dua jenis sumber informasi, yaitu:

a. Key Informan

Menurut Ruslan dalam (Maudi, Erik, 2018) “key informan adalah orang utama yang merupakan kunci diharapkan menjadi narasumber atau informasi kunci dalam suatu penelitian”.

b. Informan

Menurut Moleong dalam (Baskoro, 2018) “informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian, ia berkewajiban secara sukarela menjadi tim anggota penelitian walaupun hanya besifat informal”.

Dalam penyusunan tugas akhir penulis melakukan wawancara dengan key informan 22 Mei 2019 PT Electronic City yaitu Bapak Randa Effendi selaku Customer Care dan wawancara dengan

informan yaitu Bapak Sunandar, masyarakat yang sekaligus customer di PT Electronic City.

3. Studi Pustaka

Menurut Zed dalam (Supriyadi, 2016) “studi pustaka adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian.”

Menurut Lusiana, Andriyani, & Magasari (2015:16) “studi kepustakaan merupakan kegiatan penelitian yang di lakukan oleh peneliti dalam rangka mencari landasan teoritis dari permasalahan penelitian

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menggunakan buku, jurnal atau sumber tertulis serta buku – buku yang tersedia di perpustakaan.

4. Dokumentasi

Metode Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia berbentuk surat, catatan harian, kenang – kenangan dan laporan. Sifat utama dari bentuk data – data tersebut tidak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal – hal yang lalu. (Ardianto, 2016)

Menurut Suharsaputra (2014 : 215) “Dokumentasi merupakan rekaman kejadian masa lalu yang tertulis atau dicetak mereka dapat berupa catatan anekdot, surat, buku harian, dan dokumen-dokumen”.

Dalam penelitian ini, dokumentasi dapat diambil dari data atau laporan atau segala bentuk dokumentasi yang diambil dari kawasan dekat PT Electronic City.

1.3.2 Metode Analisa Data

a. Kualitatif

Menurut Sugiyono dalam (Fadilah, Yusuf, Susanto, Tri Teguh, Kusnadi, 2018) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

b. Deskriptif Kualitatif

Menurut Ardianto dalam (Susilowati, 2017) “metode penelitian deskriptif kualitatif mencari teori, bukan hypothesis testing, dan heuristic bukan verifikasi.”

Menurut Creswell (Susilowati, 2017) “metode deskriptif-kualitatif termasuk paradigma penelitian post-positivisme

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif karena peneliti ingin menggambarkan atau melukiskan fakta -fakta atau keadaan ataupun gejala yang tampak serta bebas mengamati objeknya, menjelajah, dan menemukan wawasan - wawasan baru sepanjang penelitian.

1.3.3 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian pada tanggal 1 April 2019 sampai 25 Juni 2019 di PT Electronic City, bagian Divisi Customer Development, Jalan Boulevard Bintaro Jaya, Pondok Jaya, Pondok Aren, Pd. Jaya, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten.

1.4 Ruang Lingkup

Pada penelitian ini penulis membahas mengenai Perancangan Kampanye PT. ELECTRONIC CITY dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya sampah plastik dengan tema *No Plastic No Worry*. Adapun konsep yang penulis akan gunakan dalam aspek Public Relations adalah pengertian Public Relations, peran Public Relations, ruang lingkup Public Relations, tugas dan fungsi Public Relations. Terdiri dari teori mengenai kampanye public relations, tujuan kampanye public relations, media komunikasi public relations dan definisi masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah dipahami sistematika penyusunan laporan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang, maksud dan tujuan serta metode perancangan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan landasan teori umum dan studi literature.

BAB III PERANCANGAN PROGRAM KAMPANYE

Bab ini berisikan tentang perancangan program kampanye mulai dari konsep perancangan program kampanye, eksekusi program publikasi kampanye, time table dan anggaran serta kendala dan pemecahan.

BAB IV PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari serangkaian pembahasan tugas akhir berdasarkan analisis yang telah dilakukan serta saran-saran untuk disampaikan kepada obyek penelitian atau bagi penelitian selanjutnya.



