

**PERANCANGAN KAMPANYE DAMPAK NEGATIF
SAMPAH PLASTIK TERHADAP EKOSISTEM
LAUT BAGI USIA 17 – 20 TAHUN**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Desain
Pada
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Arsitektur dan Desain
Institut Teknologi Nasional Bandung

Bandung, 18 Agustus 2023

Mengetahui / Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Dr. Phill. Eka Noviana, S.Sn., M.A.
NID/NIDK: 0430117402

Dosen Pembimbing II



Wuri Widyani Hapsari, S.Ds., M.Ds.
NID/NIDK: 0403058910

**Program Studi Desain Komunikasi Visual
Ketua,**



Aldrian Agusta, S.Sn., M.Ds.
NID/NIDK: 0416086901

Perancangan Kampanye Dampak Negatif Sampah Plastik Terhadap Ekosistem Laut Bagi Usia 17 - 20 Tahun

ALLISYA PUTRI¹, EKA NOVIANA², WURI WIDYANI HAPSARI³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Nasional Bandung
Email: alysaptr9@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia berada di peringkat ke-5 sebagai negara penyumbang sampah plastik terbanyak ke laut. Hal itu dikemukakan oleh *World Population Review* pada tahun 2021. Sampah yang dibuang sembarangan saat berada di darat akan terbawa oleh angin dan arus air sungai hingga bermuara ke laut. Jika dibiarkan terus menerus maka sampah di laut pun akan semakin banyak dan merusak ekosistem laut. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah *design thinking*. Selain itu, untuk memahami permasalahan dan *target audience* dilakukan penelusuran literatur, penyebaran kuesioner dan wawancara. Perancangan kampanye ini ditujukan untuk mengedukasi masyarakat mengenai dampak negatif sampah plastik terhadap ekosistem laut, terutama terhadap biota laut yang menjadi penghasil oksigen. Kampanye ini ditujukan untuk usia 17-20 tahun. 58,3% dari kuesioner yang dibagikan kepada 60 responden menyatakan bahwa mereka sudah pernah mendapatkan edukasi akan bahaya sampah dan mereka jarang membuang sampah sembarangan, tetapi masih sering menggunakan plastik. Sedangkan dari hasil wawancara terhadap di pantai Pangandaran menyatakan pedagang yang ada di pesisir sudah menyediakan tempat sampah, karena hal tersebut merupakan himbauan dari pemerintah setempat saat mereka mendapatkan edukasi mengenai bahaya sampah, tetapi kebanyakan wisatawan masih membuang sampah sembarangan dan tidak menjaga kebersihan lingkungan pantai. Dari hasil wawancara tersebut menghasilkan perancangan kampanye dalam bentuk instalasi dan *digital media* berupa *augmented reality* untuk menyadarkan audiens akan dampak negatif sampah plastik terhadap ekosistem laut.

Kata kunci: Sampah plastik, ekosistem laut, instalasi, *augmented reality*.

ABSTRACT

Indonesia is ranked 5th as a country that contributes the most plastic waste to the sea. This was conveyed by the World Population Review in 2021. Garbage disposed of carelessly while on land will be carried away by the wind and river currents to end up in the sea. If allowed to continue, the garbage in the ocean will increase and damage the marine ecosystem. The method used in this design is design thinking. In addition, to understand the problems and the target audience, literature searches, distributing questionnaires, and interviews were carried out. The design of this campaign aims to educate the public about the negative impact of plastic waste on marine ecosystems, especially oxygen-producing marine biota. This campaign is aimed at 17-20-year-olds. 58.3% of the questionnaire distributed to 60 respondents stated that they had received education about the dangers of waste and rarely littered but still often used plastic. While the results of interviews with Pangandaran Beach said that traders on the coast had provided trash bins because this was an appeal from the local government when they received

counseling about the dangers of garbage, but most tourists still littered and did not maintain cleanliness from the coastal environment. The interviews resulted in campaign designs in the form of installations and digital media in the form of augmented reality to make audiences aware of the negative impact of plastic waste on marine ecosystems.

Keywords: Plastic waste, marine ecosystem, installation, augmented reality.

1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki luas laut sekitar 5,8 juta km² atau sekitar 75% dari luas wilayah Indonesia. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan telah melakukan survei pada tahun 2016 menunjukkan terdapat 453 ton sampah di delapan destinasi wisata taman nasional dan sekitar 53% diantaranya tergolong ke dalam sampah plastik. Berdasarkan temuan Biological Diversity (CBD) secretary, sampah di lautan telah membahayakan lebih dari 800 spesies yang tidak hanya spesies laut. Selain itu, menurut hasil penelitian World Population Review pada tahun 2021 dikatakan bahwa Indonesia masuk ke dalam 10 negara penyumbang sampah plastik terbanyak ke laut. Dan Indonesia berada di urutan ke-5 dengan jumlah 56,333 ton.

Dikutip dari tempo.co, Jessica sebagai Founder Bumi *Journey* mengatakan, popularitas destinasi wisata berbanding lurus dengan produksi sampah. Jumlah produksi plastik yang berlebihan dan tidak bijaknya masyarakat dalam mengonsumsi plastik berakibat pada tidak terkelolanya sampah dengan baik. Selain itu, Indonesia memiliki tidak kurang dari 70.000 batang sungai dan sekitar 2.000 batang sungai terdapat di Jawa Barat. Sampah yang berada di daratan akan terbawa oleh angin dan arus air ke dalam sungai sehingga dapat terus mengalir lalu berakhir di laut.

Sampah plastik dapat menimbulkan efek buruk dengan jangka panjang yang harus diwaspadai, yaitu emisi karbon. Jessica juga mengatakan bahwa industri pariwisata berkontribusi sebanyak 8% pada emisi global. Sedangkan, laut menyerap 25% dari semua emisi karbon dioksida dan menangkap 90% panas yang dihasilkan dari emisi karbon. Jika hal ini dibiarkan begitu saja maka perubahan iklim akan semakin parah, dan tanpa adanya kesadaran dari masyarakat, maka hal ini akan berdampak pada ekosistem laut, termasuk mikroorganisme yang ada di dalamnya.

Laut dikatakan sebagai paru-paru dunia yang harus dijaga. Karena potensi laut dalam menghasilkan oksigen lebih tinggi, dikarenakan luas laut mencapai 75% dari luas permukaan bumi. Di seluruh perairan bumi terdapat fitoplankton dan tidak banyak yang mengetahui bahwa fitoplankton merupakan organisme yang mampu menyumbang 50-80% oksigen yang ada di bumi ini. Peneliti plankton laut dari Pusat Penelitian Oseanografi LIPI, (Arief, R. 2021) ketika semua limbah masuk ke perairan maka fitoplankton akan bertumbuh sangat cepat atau terjadinya algae bloom.

Jika hal ini diabaikan begitu saja, maka keseimbangan laut akan terancam. Mengingat adanya data dari KLHK yang menyebutkan bahwa terdapat 50-75 triliun keping sampah plastik dan mikroplastik di lautan, serta diperkirakan pada 2050 jumlah sampah plastik akan melebihi jumlah ikan di laut. Maka dari itu, dibutuhkannya edukasi pada generasi muda mengenai bahaya sampah domestik akibat pariwisata terhadap ekosistem laut. Mengingat kebiasaan generasi muda saat ini yang sangat up to date dengan kemajuan teknologi, maka edukasi ini akan diberikan melalui media interaktif dalam bentuk instalasi, yang diharapkan generasi muda dapat memiliki rasa empati untuk menjaga kebersihan lingkungannya dan lebih bijak dalam menggunakan plastik.

2. METODOLOGI PERANCANGAN

2.1 Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data, peneliti melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang nantinya data tersebut akan di analisis dalam bentuk deskripsi. Selain itu, peneliti mengumpulkan data melalui studi literatur berupa buku, web, sosial media, artikel, dan berbagai jurnal sebagai referensi yang relevan. Penelitian ini berfokus

pada bahaya limbah plastik, faktor apa saja yang dapat merusak mikroorganisme laut, apa saja yang akan rusak jika terjadinya *algae bloom*, dan strategi apa yang cocok untuk menyampaikan pesan pada calon target audiens.

2.2 Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah empat tahapan pertama dalam metode Design Thinking. Design Thinking merupakan sebuah rangkaian proses strategis dan praktis yang dilakukan secara berulang, juga pendekatan untuk memecahkan masalah yang berpusat pada pengguna. Hal ini berguna untuk memecahkan masalah dan menciptakan solusi yang inovatif. (Arvira Swarnadwiyata, 2020). Empat tahapan Design Thinking yang digunakan dalam perancangan ini yaitu *empathize* (memahami berbagai permasalahan yang mengalami keterkaitan dengan isu sampah yang ada di laut dan mencari tahu apa saja kebiasaan dan kesukaan dari target audiens. Informasi tersebut didapatkan dari hasil wawancara langsung, studi literatur, dan pembagian angket). Define (mengumpulkan informasi yang telah dicari dan dikumpulkan selama masa tahap *empathize*. Lalu mencari insight target audiens dan mencari media yang cocok untuk dipakai agar sesuai dengan keinginan dan kebutuhan target audiens). Ideate (melakukan brainstorming, lalu mengumpulkan beberapa ide dan referensi untuk dijadikan visual. Lalu melakukan proses perancangan visual yang disesuaikan dengan insight target, termasuk gaya bahasa yang biasa digunakan oleh target audiens). Dan Prototype (mengaplikasikan ide atau merancang media sesuai dengan ide yang sudah ditentukan).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sampah plastik mampu menghasilkan emisi karbon dan zat tersebut dapat menyebabkan pertumbuhan fitoplankton yang sangat cepat yang berdampak pada terjadinya *algae bloom*. Menurut Arief dari Pusat Penelitian Oseanografi LIPI mengatakan bahwa jika terjadinya *algae bloom* maka makhluk hidup yang ada di laut akan mati bahkan mengalami kepunahan dan pasokan oksigen bagi bumi pun akan berkurang.

Menurut hasil wawancara secara langsung pada tanggal 20 Maret 2023, di Pantai Pangandaran dengan beberapa narasumber yang berada di sekitar Pantai Pangandaran. Terdapat tiga narasumber utama yang memiliki pemikiran dari sisi yang berbeda. Wawancara dilakukan dengan Dani (40 tahun) sebagai narasumber dari sisi pedagang yang berada di pesisir pantai, Yanti (37 tahun) sebagai narasumber dari sisi masyarakat pesisir pantai, dan Kalma (17 tahun) sebagai narasumber dari sisi pengunjung pantai. Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan yang sama kepada narasumber memenuhi data yang dibutuhkan mengenai kesadaran narasumber terhadap bijakny mereka dalam menggunakan plastik, apa benar mereka sudah mendapatkan edukasi akan bahaya sampah plastik dan apa saja yang telah diupayakan oleh masyarakat setempat maupun pemerintah untuk menjaga kebersihan lingkungan.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang berada di pesisir pantai, bahkan para pedagang pun sudah mendapatkan edukasi mengenai bahaya sampah plastik. Edukasi tersebut dilakukan oleh DLHK (Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan) Kabupaten Pangandaran dan mahasiswa yang melaksanakan KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Kabupaten Pangandaran. Bahkan, dinas telah menerapkan kebiasaan kepada para pedagang di pesisir pantai untuk membersihkan sekitaran pantai di pagi hari sebelum mereka bekerja dan sore hari saat mereka selesai bekerja. Sedangkan pengunjung pantai yang diwakilkan oleh Kalma (17 tahun) mengatakan belum pernah mendapatkan edukasi secara khusus seperti yang didapatkan oleh masyarakat pesisir. Dan saat wawancara langsung di Pantai Pangandaran

Perancangan Kampanye Dampak Negatif Sampah Plastik Terhadap Ekosistem Laut Bagi 17-20 Tahun ditemukan pemandangan sampah plastik yang berceceran di sekitar pantai. Baik yang terbawa oleh air laut maupun yang dibuang sembarangan oleh pengunjung.

Melihat fakta tersebut, dilakukan kuesioner untuk tambahan data dan memperkuat fakta bahwa masih banyaknya masyarakat yang menganggap bahwa isu sampah plastik merupakan isu lama. Dari hasil kuesioner ditemukan fakta bahwa sebenarnya responden sudah mengetahui bahwa sampah plastik itu sulit untuk terurai, tetapi mereka tidak mengetahui fakta yang sangat merugikan bagi manusia jika hal tersebut dibiarkan terus menerus. Karena hanya 40% dari responden yang mengetahui bahwa penghasil oksigen terbesar bagi bumi adalah lautan dan 53.3% responden tidak mengetahui bahwa fitoplankton yang hidup di lautan merupakan penghasil oksigen terbesar bagi bumi.

3.1 Analisis SWOT

Metode yang digunakan untuk analisis permasalahan perancangan kampanye dampak negatif sampah plastik terhadap ekosistem laut yaitu SWOT.

1. Strength

- Laut yang bersih dari sampah dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.
- Bersihnya lautan dari sampah plastik dapat menimbulkan rasa nyaman bagi wisatawan.
- Sampah laut merupakan isu besar dan Indonesia menempati peringkat kelima sebagai penyumbang sampah plastik terbesar ke laut.

2. Weakness

- Banyaknya sampah plastik di lautan tidak mudah untuk terurai dan dapat berakibat pada rusaknya ekosistem laut.
- Banyaknya sampah plastik di lautan dapat mempercepat pertumbuhan fitoplankton yang berakibat pada terjadinya *algae bloom* yang mengakibatkan kurangnya pasokan oksigen bagi bumi.
- Penumpukan sampah plastik dapat berakibat pada kehidupan manusia, karena hewan-hewan yang biasa dikonsumsi dari laut sudah mengandung mikroplastik.

3. Opportunity

- Banyaknya media yang menyuarakan tentang kesadaran lingkungan.
- Terdapat media edukasi yang berkembang dengan meningkatnya teknologi media digital.
- Kebiasaan masyarakat dalam menggunakan media sosial dapat mempermudah penyebaran informasi.

4. Threats

- Ketidakpedulian masyarakat terhadap kebersihan lingkungan hidup terutama bijaknya dalam penggunaan plastik.
- Kurangnya kesadaran masyarakat untuk meminimalisir dampak negatif sampah plastik.

	Strengths	Weakness
Opportunity	Menunjukkan keindahan laut melalui foto atau video yang menunjukkan laut bersih dari sampah plastik dengan memanfaatkan media sosial, yang mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.	Merancang media baru dengan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menyuarakan ekosistem laut mana saja yang dapat terkena dampak negatif sampah plastik yang ada di laut.
Threats	Menyadarkan masyarakat melalui foto atau video bahwa Indonesia sudah banyak menyumbangkan sampah plastik ke dalam lautan. Dan menunjukkan visual keindahan laut jika masyarakat mampu bijak dalam penggunaan plastik.	Meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap kebersihan lingkungan dengan memperlihatkan visual sebagai gambaran apa saja yang terkena dampak negatif sampah plastik.

Tabel 1. Matrix SWOT

3.2 Problem Statement

Meningkatnya jumlah wisatawan berbanding lurus dengan meningkatnya jumlah sampah plastik yang ada di Indonesia. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya rasa empati masyarakat terhadap kebersihan lingkungan. Sampah plastik yang dihasilkan oleh sisa-sisa kegiatan manusia akan bermuara di laut. Dan semakin banyaknya sampah di lautan maka akan berakibat pada rusaknya ekosistem laut yang dapat berdampak pada kehidupan.

3.3 Problem Solution

Merancang media baru berupa instalasi, dengan bantuan *digital media* berupa *augmented reality* untuk menyuarakan berbagai ekosistem laut yang terkena dampak negatif sampah plastik.

3.4 Segmentasi Target

1. Demografis : Laki-laki dan perempuan, mahasiswa berusia 17 – 20 tahun.
2. Geografis : Masyarakat yang tinggal di perkotaan, khususnya yang berdomisili di Kota Bandung dan sekitarnya.
3. Psikografis :
 - Memiliki keingintahuan cukup tinggi.
 - Senang belajar hal baru.
 - Cukup up to date.
4. Teknografis :
 - *Spectators* merupakan audiens yang senang membaca blogs, mendengarkan podcast, menonton video karya orang lain, membaca forum online dan membaca komentar atau penilaian orang lain.
 - *Joiners* merupakan audiens yang biasa mengunjungi berbagai jejaring sosial dan cukup aktif dalam bersosial media.
 - *Collectors* merupakan audiens yang senang membaca informasi dan membagikannya ke orang-orang terdekat.

3.5 Consumer Insight

1. Needs

- Memiliki rasa empati yang cukup tinggi untuk menjaga lingkungan.
- Ingin mendapatkan edukasi dengan cara yang menarik.
- Lebih peduli terhadap orang-orang di sekitarnya.

2. Wants

- Ingin mengetahui bagaimana cara mengelola sampah plastik dengan baik.
- Ingin mendapatkan feedback positif dari orang lain.
- Ingin mengetahui apa kelebihan dirinya sendiri.
- Ingin dapat lebih mudah untuk beradaptasi di lingkungan baru.

3. Fears

- Sering merasa tidak nyaman saat pergi liburan karena adanya tumpukan sampah.
- Takut jika iklim di Indonesia semakin ekstrim.
- Merasa takut salah dalam berpendapat.

4. Dreams

- Lebih bijak dalam menggunakan plastik.
- Mampu menggunakan barang yang dapat digunakan berulang (sustainable).
- Tidak terlalu mementingkan diri sendiri.
- Menjadi pribadi yang lebih baik.

5. Likes

- Media yang menarik seperti yang terdapat interaksi.
- Hal-hal yang menghibur.
- Cukup menyukai untuk berkunjung ke suatu galeri.
- Senang melihat lingkungan yang bersih.

4. PERANCANGAN

4.1 Message Planning

Strategi Komunikasi

	Attention	Interest	Search	Action	Share
Tujuan	Audiens mengetahui adanya isu saat ini, yang mana sampah di laut sudah semakin banyak. Dan menarik perhatian audiens agar tertarik berkunjung ke instalasi yang dirancang.	Audiens menyadari adanya instalasi yang telah dirancang. Dan menyadari bahwa Indonesia adalah penyumbang sampah plastik terbesar di dunia dan isu bahaya sampah plastik.	Audiens mencari tahu siapa penghasil oksigen terbesar bagi bumi dan mencari tahu apa akibat yang didapat jika semakin banyaknya sampah plastik di lautan.	Audiens mencari tahu melalui scan filter instagram dalam bentuk augmented reality untuk menunjukkan apa yang dirasakan oleh makhluk hidup yang ada di laut.	Audiens mampu menuangkan opini mereka terkait isu sampah plastik saat ini.
Pesan	Penyampaian informasi yang lebih persuasif dengan mencantumkan kalimat-kalimat ajakan untuk berkunjung ke instalasi.	Penyampaian pesan dengan menunjukkan poster digital dan mulai menunjukkan isu yang ada terkait kerusakan ekosistem laut yang diakibatkan oleh sampah.	Penyampaian informasi terkait siapa penghasil oksigen terbesar bagi bumi dan apa saja bahaya yang akan didapatkan jika sampah plastik di lautan semakin banyak.	Penyampaian pesan bahwa sampah di laut sudah semakin banyak dan sangat merugikan bagi makhluk hidup yang ada di lautan.	Memberikan pertanyaan kepada audiens agar mereka mampu menuangkan opini mereka.
Media	Postingan di media sosial berupa instagram.	Poster digital yang diunggah ke media sosial berupa instagram. Dan visual yang diterapkan dalam panel instalasi.	Visual yang diterapkan dalam panel instalasi.	Visual yang diterapkan dalam panel instalasi.	Sticker dan pena yang disediakan di atas panel khusus untuk menempelkan opini-opini audiens.

Tabel 2. AISAS

Dengan what to say "Menurutmu apakah ikan dan kawan-kawan di laut yang memilih untuk terbiasa hidup dengan plastik? " diharapkan target audiens berpikir dan sadar bahwa sampah plastik yang ada di laut bukan keinginan dari ekosistem yang ada di dalamnya, melainkan hasil dari sisa kegiatan manusia yang ada di bumi dan berdampak pada kehidupan mereka.

Konsep Kreatif

Menggunakan pendekatan *mixing & matching* dan *repetition & accumulation* untuk menggambarkan kenyataan kehidupan hewan laut saat ini yang sudah terkena dampak negative sampah plastik. Dan menggunakan pendekatan life dan death untuk menggambarkan perbedaan kehidupan laut sebelumnya dan saat sudah terkena dampak dari sampah plastik.

Perancangan Kampanye Dampak Negatif Sampah Plastik Terhadap Ekosistem Laut Bagi 17-20 Tahun
Dalam menyampaikan pesan menggunakan majas sindiran halus seperti satire dan ironi untuk meningkatkan rasa empati.

4.2 Perancangan Media

Tone and Manner

Keyword Visual : Laut, organik dan pencemaran.



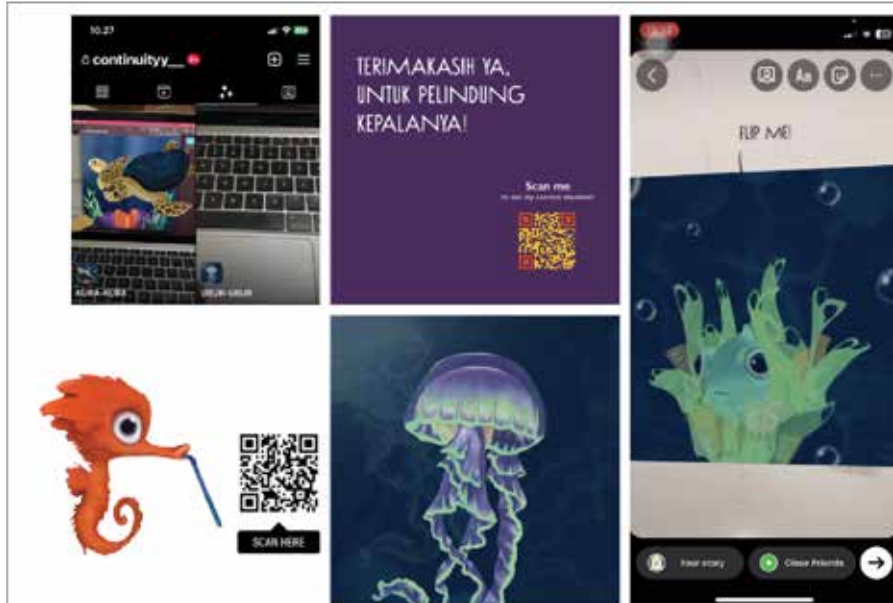
Gambar 1. Color Palette dan Moadboard

Identitas Kampanye



Gambar 2. Logo Kampanye

Kampanye ini bernama "Continuity" yang diambil dari salah satu teori gestalt yang berarti kontinuitas. Maksud dan tujuan pemilihan nama kampanye ini yaitu menginginkan agar masyarakat mampu berpikir untuk keberlangsungan hidupnya, untuk ke depannya apakah mereka akan menarik sampah plastik yang lebih banyak atau justru mencoba untuk membersihkan kembali semuanya. Dan kampanye ini memiliki tagline "Chic Without Plastic".



Gambar 5. Augmented Reality

Augmented reality ditujukan untuk memberikan pengalaman baru bagi para pengunjung, karena masih jarang ditemukan pemanfaatan media baru yang digunakan untuk menyuarakan isu dampak negatif sampah plastik terhadap ekosistem laut. Dilengkapi dengan motion untuk menarik perhatian target audiens dan augmented reality ini diunggah ke dalam instagram karena menyesuaikan dengan aplikasi yang biasa digunakan oleh target audiens. Sehingga dapat mempermudah dalam penggunaannya.



Gambar 6. Akun Sosial Media

Media pendukung untuk kampanye Continuity yaitu konten sosial media yang berisikan beberapa konten persuasif dan informasi mengenai instalasi Continuity. Konten tersebut ditujukan agar target audiens dapat mengetahui adanya kampanye Continuity. Strategi komunikasi yang digunakan yaitu menggunakan kalimat persuasif dan menggunakan bahasa informal agar dapat lebih dekat dengan target audiens. Selain itu, untuk menarik perhatian audiens, dalam konten sosial media terdapat ajakan kepada target audiens untuk membuat konten menarik dan jika menang maka akan mendapatkan hadiah berupa botol minum dari Continuity.



Gambar 7. Merchandise

5. KESIMPULAN

Sudah banyak informasi mengenai dampak negatif sampah plastik bagi ekosistem laut, akan tetapi, setelah melakukan pengumpulan data, kebanyakan masih banyak kasus masyarakat muda yang tidak bijak dalam menggunakan plastik karena berbagai alasan. Dengan tingginya penggunaan plastik berakibat pada rusaknya ekosistem laut bahkan oksigen yang dihirup oleh manusia. Informasi mengenai dampak negatif sampah plastik perlu media baru yang mampu menarik perhatian masyarakat agar meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya bijak dalam menggunakan plastik. Dengan demikian, kesadaran masyarakat perlu ditingkatkan melalui pemanfaatan sebuah media baru yang mampu berinteraksi langsung dengan target audiens dan mempermudah audiens dalam memahami isu dampak negatif sampah plastik.

Masukan untuk perancangan kampanye ini yaitu sebaiknya mempertimbangkan tempat dan bahan yang cocok untuk penempatan instalasi agar tidak mudah rusak. Selain itu, hasil rancangan kampanye ini perlu diadakan uji coba secara langsung di beberapa tempat umum yang biasa dikunjungi oleh target audiens untuk mengetahui apakah pesan yang disampaikan dapat mudah diterima oleh target audiens atau justru sebaliknya. Dan untuk penyebaran informasi mengenai adanya kampanye ini dapat disebarluaskan melalui berbagai media informasi selain *instagram*, contohnya seperti poster cetak, iklan di tiktok, kolaborasi dengan beberapa penggiat lingkungan, dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rini Kustiani. (2022). Sampah dan Pariwisata, Sampah di Destinasi Wisata Tak Kenal Covid-19. Dipetik Februari, 2023, dari <https://travel.tempo.co/read/1557592/sampah-danaktivitas-pariwisata-sampah-di-destinasi-wisata-tak-kenal-covid-19>
- [2] Greenpeace Indonesia. (2019, 11 14). Sampah Kemasan Makanan dan Minuman Mendominasi. Retrieved from Greenpeace: <https://www.greenpeace.org/indonesia/cerita/4238/sampah-kemasan-makanan-danminuman-mendominasi/>
- [3] Safanayong, Y. (2006). Desain Komunikasi Visual Terpadu. Jakarta: ARTE INTERMEDIA.

- [4] Anggraini S., L., & Nathalia, K. (2014). Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula. Surabaya: Kata Pena.
- [5] Shilvina, W. (2022). Pendapatan Devisa Pariwisata Indonesia Melejit pada 2022. Dipetik dari <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/pendapatan-devisa-pariwisata-indonesia-melejitpada-2022>.
- [6] Jawahir, G., R. (2021). Mengenal Fitoplankton, Produsen Oksigen Terbesar di Bumi. Pernyataan Pusat Penelitian Oseanografi LIPI mengenai kehidupan fitoplankton. Dipetik Februari, dari <https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/04/091000165/mengenal-fitoplankton-produsen-oksigen-terbesar-di-bumi?page=all>
- [7] <https://kkp.go.id/an-component/media/upload-gambar-pendukung/DitJaskel/publikasimateri-2/h20-2/Wisata%20Bahari%202020.pdf>
- [8] Arvira Swarnaditya. (2020). Design Thinking: Pengertian dan Contoh Penerapannya. Dipetik November 4, 2022, dari <https://sis.binus.ac.id/2020/03/17/design-thinkingpengertian-tahapan-dan-contoh-penerapannya/>
- [9] Pungky, F., A. (2022). Pendidikan Desain Komunikasi Visual dalam Era Society 5.0. Retrieved from journal.isi.ac.id: <https://journal.isi.ac.id/index.php/dkv/article/view/6167>.
- [10] Wuri, S., N. (2017). Perancangan Desain Komunikasi Visual Filosofi Surjan Jogja Menggunakan Metode Design Thinking. Retrieved from <https://journal.isi.ac.id/index.php/invensi/article/view/1807>.