

Perancangan Kampanye Penanggulangan Limbah Puntung Rokok di Kota Bandung

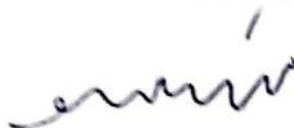
TUGAS AKHIR

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

Bandung, 16 Agustus 2023

Mengetahui / Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



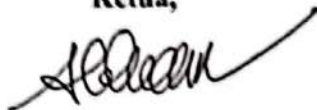
Dr. phil. Eka Noviana, M.A.
NID/NIDK: 0430117402

Dosen Pembimbing II



Ramlan, MSn
NID/NIDK: 0429056704

**Program Studi Desain Komunikasi Visual
Ketua,**



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

Perancangan Kampanye Penanggulangan Limbah Puntung Rokok di Kota Bandung

IRFAN FARIDZI¹, EKA NOVIANA², RAMLAN³

1. Institut Teknologi Nasional
Email : irfanfaridzi@itenas.ac.id

ABSTRAK

Indonesia adalah salah satu negara dengan limbah sampah terbanyak di dunia, dan salah satu bagian besar dari limbah tersebut adalah limbah puntung rokok. Puntung rokok juga adalah limbah yang tergolong sebagai B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun) yang mengandung sekitar 7.000 bahan kimia yang berdampak buruk terhadap kesehatan lingkungan, seperti kualitas tanah. Selain itu juga, puntung rokok adalah jenis sampah yang sulit untuk melebur secara alami dalam tanah sehingga limbah ini menjadi sulit untuk dihadapi. Namun dengan perkembangan zaman dan teknologi, sekarang limbah puntung rokok tersebut justru dapat didaur ulang menjadi produk-produk keseharian yang lebih bermanfaat. Produk tersebut antara lainnya adalah pestisida, perabotan hingga batu bata untuk konstruksi. Banyak dari pemrosesan daur ulang produk-produk ini yang memanfaatkan komponen selulosa yang ada dalam kandungan puntung rokok, yang mengubahnya dari benda yang beracun dan merusak lingkungan menjadi hal yang fleksibel untuk diproses menjadi barang lain. Dalam penelitian ini permasalahan limbah puntung rokok tersebut dibedah dan dilanjutkan kepada perancangan luaran penelitian yaitu kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat (terutama perokok) terhadap dampak nyata dari puntung rokok serta mengedukasi masyarakat mengenai manfaat daur ulang puntung rokok yang memberi keuntungan secara ekonomis. Dari hasil pembagian kuesioner terhadap 117 responden dengan rentang usia 18-30 tahun, 86,1% menyatakan, 86,1 persen dari responden menyatakan bahwa responden pernah membuang puntung rokok sembarangan dengan mayoritas alasan 'malas' atau 'lebih cepat' dan alasan lain yang berbunyi sama. Dari hasil kuesioner tersebut dapat ditentukan bahwa salah satu isu utama dalam permasalahan ini berasal dari perilaku dan kurangnya kesadaran terhadap dampak global yaitu lingkungan. Ini menjadi dasar untuk merancang kampanye dengan isi pesan, baik secara visual ataupun verbal yang lebih menasar sisi logis target audiens. Strategi komunikasi AIDA pada kampanye ini digunakan dalam penyebaran media yang berangkat dari pembedahan dan penelitian masalah yang menggunakan prinsip SWOT untuk menentukan hasil luaran kampanye ini.

Kata kunci: lingkungan, puntung rokok, daur ulang, kebersihan, perilaku

ABSTRACT

Indonesia is a country that produces the most waste in the world among a few others, and a significant part of that waste is cigarette butts. Cigarette butts is a waste that is also categorized as toxic since it contains about 7.000 chemical components that are harmful to the environment. Other than that, cigarette butts don't dissolve easily by natural means which makes it a difficult obstacle for the environment as it directly reduces soil quality. However, with the improvements of technological advancements over time, it is now possible to recycle it and turn it a product of value. The products include (but not limited to) pesticide, furniture, even

alternative bricks for construction. Many of those products make use of cellulose in its recycling process that is contained within cigarette butts that make it possible to turn it from something toxic and harmful for the environment into a malleable and flexible material that is ready to be processed into many other valuable products. Within this research the issue of cigarette butts waste is dissected and is eventually used as a foundation for a solution in the form of a campaign that aims to raise the awareness of smokers about the real impacts of cigarette butts and to educate them further about the benefits and potentials of cigarette butts and what it can do for the development of the country and its society. During the research, a survey is conducted as one of the methods to gather data, which has gotten about one hundred and seventeen respondents ranging from age 18 up to above 30 years old, which about 86,1 percent of those respondents answered that they have thrown out cigarette butts not in its appropriate place with the majority of reasons being 'lazy' and 'convenient' and everything in between. From the survey it can be concluded that one of the main reasons of this issue comes from behavior and the lack of awareness of its global impact that is the environment. This becomes the foundation of the planning of the campaign with its message that is visual as well as verbal aimed towards the logical side of the audience. The communication strategy AIDA is used in the campaign for its media distribution that comes from the dissection and research of the issue that uses the SWOT principle to determine the output of this campaign.

Keywords: *environment, cigarette butt, recycle, cleanliness, behavior*

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki banyak ragam budaya di dalamnya. Terdapat banyak lokasi wisata yang menarik perhatian pengunjung, baik warga Indonesia sendiri maupun warga mancanegara. Namun, Indonesia juga adalah salah satu penyumbang sampah terbanyak di dunia. Ini menjadi masalah vital yang juga mempengaruhi daya tarik pariwisata yang ada di Nusantara sendiri. Lagipula, tidak pernah menyenangkan jika mendatangi suatu tempat hanya untuk disambut dengan tumpukkan sampah, apalagi jika baunya menyengat.

Salah satu hal besar yang menyumbang jumlah keseluruhan sampah di Indonesia adalah puntung rokok. Menurut data dari website pemerintah Citarum Harum Juara pada tahun 31 Mei 2022, dalam setiap tahunnya sampah puntung rokok menyumbang lebih dari 766 juta kilogram. Menurut sebuah survei lapangan yang dilakukan oleh Ekuatorial, sebuah badan GeoJurnalisme mendapat data bahwa hanya dalam sepekan dapat terkumpul sebanyak 3.374 sampah puntung rokok, yang dapat terakumulasi menjadi sebesar 161.952 dalam satu tahun, dan jumlah ini terkumpul hanya dari dua kedai kopi berskala kecil yang memiliki rata-rata pengunjung kurang dari 50 orang sehari. Dampak buruk dari sampah puntung rokok tidak berhenti hanya di jumlahnya saja, puntung rokok juga diklasifikasikan sebagai sampah beracun (B3) yang tentunya semakin efektif dalam menghancurkan ekosistem alam di negara kita ini. Mengutip Dina Kania, National Professional Officer For Policy and Legislation, dalam puntung rokok itu terdeteksi sekitar 7.000 bahan kimia yang bisa meracuni air dan tanah. Tentu saja cara terbaik untuk menghentikan masalah ini adalah dengan berhenti merokok dan berhenti membuang sampah sembarangan, namun dengan beberapa banyak usaha untuk mencapai solusi tersebut, apa yang dapat kita lakukan untuk mengatasi masalah limbah puntung rokok yang ada sekarang?

2. METODOLOGI

2.1 Literature Review

Metode *literature review* adalah metode dimana dilakukan studi dari berbagai sumber informasi yang relevan dengan tema dan isu bahasan yang menjadi tumpuan penelitian yang dilakukan serta memperluas wawasan yang digunakan untuk membangun pembahasan yang konkret.

Penerapan Kampanye Sosial Dalam Desain Komunikasi Visual (Sunarian Rakha Farhan, 2019)

Menurut ahli Hafied Cangara dalam Pengantar Ilmu Komunikasi (2000) mencatat bahwa komunikasi bisa berlaku sebagai seni. Berkaitan dengan komunikasi, Roger dan Storey (1987) menjelaskan kampanye sebagai rangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Jurnal ini meneliti kampanye 16 Hari Anti Kekerasan, dengan berbagai bentuk output media seperti stiker, majalah, katalog, brosur dan notebook. Membahas mengenai perancangan kampanye tersebut dengan mengaplikasikan ilmu Desain Komunikasi Visual (DKV) dan pentingnya pemilihan media dalam perancangan komunikasi kampanye.

Penggunaan Model AIDA Sebagai Struktur Komunikasi Pada Media Sosial Instagram (Brian Alvin Hananto, 2019)

Jurnal ini membahas mengenai model komunikasi AIDA dan pengaruhnya terhadap satu kelompok masyarakat. Menjelaskan cara dan efektivitas dari penyampaian pesan dan implementasi setiap tahap dari AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) yang cocok untuk output kampanye. Selain itu juga, membahas mengenai branding dan identitas visual untuk mendapat citra yang efektif dalam menyampaikan pesan dan mengulas konsep-konsep seperti brand touchpoints. Dalam penelitian ini juga melihat bagaimana model komunikasi tersebut diimplementasikan dalam sosial media, terutama Instagram yang juga menjadi media utama dari perancangan kampanye ini. Diteliti tahapan-tahapan dari strategi komunikasi yang digunakan dalam berbagai fitur di Instagram seperti IG TV, feeds, IG story dan highlight.

Potensi Limbah Puntung Rokok Filter Sebagai Alternatif Material Produk Fungsional (Abiyya Ladangku, 2021)

Filter puntung rokok memiliki bahan dasar yang bernama selulosa asetat yang bersifat plastik, dikarenakan terbuat dari plastic fiber yang sulit terdegradasi secara alami. Namun, dengan memanfaatkan polimer selulosa itu sendiri dengan eksperimen dan eksplorasi, akhirnya terdapat metode daur ulang atau pengolahan yang memanfaatkan puntung rokok yang tepat dan dapat digunakan secara nyata. Hal ini mendukung konsep sustainable dan dapat membantu menjaga lingkungan manusia dan juga ekonomi dengan barang hasil daur ulang ini. Proses ini dilakukan dengan memproses limbah untuk mendapatkan material asli selulosa asetat ataupun selulosa saja dan mengolahnya menjadi bentuk yang baru yang bermanfaat dan bernilai.

2.2 Metode Random Sampling

Menurut Sugiyono (2001:57) teknik simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam

populasi itu. Dalam metode ini, semua populasi target dan sampel yang diambil mempunyai hak memilih yang sama rata untuk mendapatkan hasil yang mutlak tanpa bias dari pihak manapun untuk membuktikan dan mengumpulkan data. Setelah pertanyaan/survei yang relevan dengan isu bahasan telah dirancang, survei tersebut disebarakan kepada populasi.

Data yang diharapkan dalam perancangan survei ini adalah perilaku perokok di Indonesia dari sudut pandang perokok maupun tidak dan pendapat mereka mengenai dampaknya terhadap lingkungan.

2.3 Metode Observasi

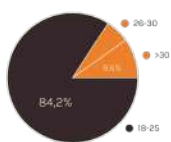
Menurut Nana Sudjana (2009:84), observasi sebagai alat penilaian banyak digunakan untuk mengukur tingkah laku individu ataupun proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamati, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan.

Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.

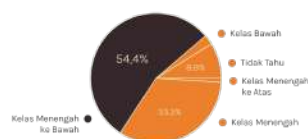
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Temuan Survei

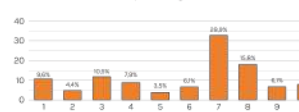
"Berapakah umur anda?"



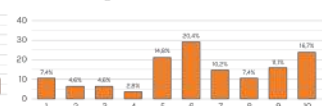
"Menurut pengalaman anda, mayoritas dari perokok di Indonesia memiliki status ekonomi sosial apa?"



"Dari skala 1-10, seberapa seringkah anda merokok?"



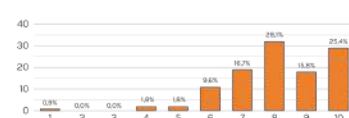
"Seberapa seringkah anda membuang puntung rokok sembarangan?"



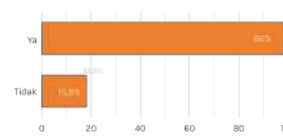
"Apakah status sosial ekonomi anda?"



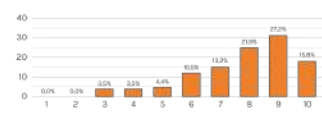
"Dari skala 1-10, seberapa seringkah anda melihat sampah puntung rokok di lingkungan sehari-hari?"



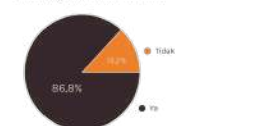
"Apakah anda pernah membuang puntung rokok di mana saja?"



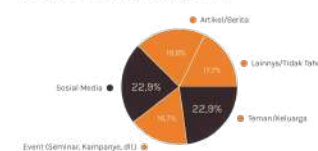
"Jika disediakan lebih banyak tempat untuk membuang puntung rokok, seberapa besar kemungkinan anda atau orang lain untuk membuang puntung rokok pada tempatnya?"



"Apakah anda sadar mengenai bahaya dan isu limbah puntung rokok di Indonesia?"

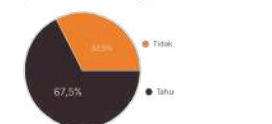


"Jika ya, dari mana anda mengetahuinya?"



"Sekarang sudah ada terobosan dalam pendaur ulangan puntung rokok menjadi bahan semacam beton."

Apakah anda tahu mengenai hal itu?"



3.2 Analisis SWOT

Dalam penelitian ini, dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi karakteristik dan celah-celah dari titik permasalahan yaitu limbah puntung rokok. Berikut adalah hasil dari analisa SWOT:

Strengths

- Filter rokok mengandung banyak serat yang bisa dimanfaatkan untuk daur ulang
- Sifatnya lentur dan dapat diproses menjadi bahan lain
- Tembakau adalah material organik
- Memiliki komponen yang terdapat juga pada pestisida tanaman

Weaknesses

- Mengandung zat beracun
- Ukurannya kecil, sehingga sulit untuk dipungut
- Karena ukurannya kecil juga, ancaman dari membuang puntung rokok dimana saja itu seperti tidak signifikan
- Lebih berbahaya jika dibuang sebelum dimatikan
- Sulit terurai secara alami

Opportunities

- Adanya berbagai usaha untuk mendaur ulang puntung rokok (beton/aspal, pestisida, dll.)
- Semakin banyaknya gerakan-gerakan untuk menjaga lingkungan
- Meningkatnya kesadaran beberapa masyarakat mengenai isu lingkungan
- Kemajuan dalam teknologi dan pengaplikasiannya untuk menanggulangi isu-isu lingkungan

Threats

- Kebiasaan masyarakat untuk membuang puntung rokok dimana saja
- Belum adanya regulasi mengenai sampah puntung rokok, sehingga mendukung perilaku membuang dimana saja dan/atau sampah puntung rokok tidak terpilah
- Kurangnya tersebar informasi tentang bahayanya membuang puntung rokok sembarangan
- Sebagai salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk perokok paling banyak, limbah puntung rokok diproduksi dengan sangat cepat dan banyak setiap harinya
- Selain karena kebiasaan, ukurannya juga yang kecil menyebabkan membuang puntung rokok sembarangan tidak terlalu terlihat, sehingga jika ada konsekuensi (sosial atau tidak) pun sulit terlacak, jadi sangat membutuhkan kesadaran dari diri sendiri juga

3.2 Matriks SWOT

Setelah dilakukan analisa SWOT, tahap selanjutnya adalah menentukan matriks dari aspek-aspek yang teridentifikasi dalam SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai sudut yang paling tepat untuk merumuskan sebuah solusi.

SO (Strength + Opportunity) - Tawaran Solusi Terpilih

Walaupun puntung rokok sulit terurai dan opsi untuk mendaur ulangnya masih terbatas, dengan perkembangan zaman telah ada kemajuan dalam menemukan solusi untuk mendaur ulang puntung rokok. Dengan menyorot dan memanfaatkan solusi tersebut, perancangan kampanye yang dirancang untuk menjadi celah yang dapat memudahkan kemajuan teknologi lainnya untuk menjadi solusi dalam pemecahan masalah (daur ulang) adalah luaran solusi yang dapat memenuhi perspektif matriks SWOT ini.

ST (Strength + Threat)

Dengan mengidentifikasi ancaman-ancaman yang bisa menjadi potensi tantangan, bisa mendapatkan sebuah celah untuk menyorot isu puntung rokok dengan konotasi yang positif, seperti apa dan bagaimana puntung rokok bisa menjadi berguna dan diolah untuk meningkatkan kesadaran bahwa puntung rokok itu bukanlah sekadar sampah untuk dibuang, namun sebuah bahan yang dapat diolah. Untuk mengkomunikasikan dan mengidentifikasi ancaman-ancaman tersebut, dapat digunakan media informasi seperti video animasi, komik dan lain sebagainya.

WO (Weakness + Opportunity)

Dengan memanfaatkan kekuatan media dan ombak gerakan-gerakan yang menyinggung isu lingkungan seperti menteri lingkungan, matriks ini dapat digunakan untuk menjadi fondasi dalam perancangan luaran yang bersifat informatif dengan memanfaatkan berbagai *platform*, seperti stiker (fisik maupun digital dalam sosial media) atau modifikasi dari bungkus rokok seperti pesan atau informasi yang mengarahkan audiens untuk menjadi perokok yang lebih bijak dengan puntungnya.

WT (Weakness + Threat)

Dengan mengidentifikasi dan menyorot hal-hal buruk dan bahayanya puntung rokok juga perilaku masyarakat yang mendukung perkembangan isu limbah beracun ini dapat menjadi sebuah pesan yang kuat untuk disampaikan kepada audiens. Opsi matriks ini dapat menjadi opsi yang efektif untuk menargetkan pada sisi emosional audiens dengan menggunakan media seperti video dokumenter atau buku fotografi yang berisi dokumentasi dampak dari isu ini dari lingkungan sehari-hari.

3.3 Problem Statement

Melihat dari data yang terkumpul, semakin jelas bahwa permasalahan seringkali muncul dari banyaknya perokok di Indonesia yang masih belum ikut serta bertindak dalam menjaga kesehatan dan kebersihan lingkungan dengan membuang puntung rokoknya di tempat yang seharusnya.

Lalu, menurut data survei masih banyak yang membuang puntung rokok sembarangan, jawabannya secara mayoritas adalah antara 'tidak ada tempat' dan 'mudah (mungkin karena kecil)/malas', walaupun faktanya adalah puntung rokok memiliki dampak yang buruk terhadap lingkungan, baik secara alamiah maupun hanya secara kebersihan umum. Edukasi yang deskriptif dan nyata mengenai dampak tersebut tidak tergambarkan pada mayoritas populasi umum, sehingga menjadi celah permasalahan.

3.4 Segmentasi Target

Hasil penelitian dan ini dirancang untuk target audiens masyarakat perokok yang lebih tereduksi (mahasiswa, sarjana) agar penyampaian dan juga penerimaan pesan lebih efektif dengan harapan *mindset* dan pesan yang disampaikan dalam perancangan ini dapat berkembang dan menyebar kepada kelompok masyarakat lainnya.

Demografis:

Terutama mahasiswa (umur 18-25) dengan status sosial ekonomi menengah.

Geografis:

Bandung, Jawa Barat

Psikografis:

Orang-orang yang cenderung nakal atau yang tidak memandang merokok itu sebagai hal yang buruk, antara disebabkan oleh pandangan lingkungan, atau pemikiran yang progresif. Mencakup juga mereka yang banyak berpikir atau menghadapi masalah, juga orang yang tidak terlalu mengutamakan kesehatan, ataupun yang merokok sebagai bagian dari lifestyle.

Teknografis:

Spectator & Inactives.

Alasan mengapa yang dipilih adalah kelompok spectator karena mencakup bagian besar dari penduduk Indonesia, dan aktivitas mencerna konten sudah menjadi bagian dari rutinitas sehari-hari banyak orang di zaman sekarang, yang membuatnya jadi celah untuk perancangan berbagai konten digital untuk mendukung gerakan ini. Inactives juga dituju karena dengan perancangan desain yang tidak hanya digital namun juga fisik dapat membantu audiens untuk menuntunnya langsung kepada aksi untuk membuang sampah puntung rokoknya, yang hanya memerlukan audiens untuk ada di salah satu dari berbagai lokasi dimana produk atau output dari kampanye ini berada.

3.5 Personifikasi Target

Radja Pertama adalah mahasiswa di UNIKOM dengan jurusan komunikasi. Ia adalah anak pertama dari tiga bersaudara. Ia adalah orang yang tidak banyak repot, humoris namun juga emosional di beberapa waktu. Ia memiliki ambisi yang besar. Dengan cita-citanya yaitu untuk menjadi musisi dan konten kreator video game, jelas ia bukan orang takut untuk bermimpi. Untuk beberapa tahun ke depan, ia berharap untuk dapat memiliki penghasilan yang besar dan jika memungkinkan, penghasilan tersebut berasal dari hobi-hobinya. Namun, ia juga bergelut dengan rasa malasnya yang masih mendominasi dirinya dari waktu ke waktu. Ia senang bersosialisasi dengan teman-temannya dan cenderung dapat beradaptasi dengan berbagai macam orang. Ia juga menghargai kedekatan dan intimasi pertemanannya dengan orang-orang, juga salah satu hal lagi yang ia sering bicarakan adalah solidaritasnya bersama grup temannya. Di waktu senggangnya, ia menghabiskan waktunya antara memainkan game Mobile Legends bersama teman-temannya atau berlatih gitar, namun ia masih dilanda kemalasan itu sehingga belum mencapai tingkat kemampuan yang dia inginkan dalam bermain gitar. Genre musik yang sangat ia gemari adalah rock, hip-hop dan sedikit pop dengan Arctic Monkeys dan Eminem sebagai salah satu favoritnya sejak lama, juga John Lennon sebagai salah satu idolanya. Ia juga menyukai banyak permainan RPG (Role Playing Game), baik itu MOBA atau petualangan, tapi juga ia menyukai game sepak bola dan sering bermain bersama teman-temannya. Selain itu juga, Radja menonton berbagai film atau seri-seri film yang ia temui dan anggap menyenangkan, populer atau tidak.

Radja sering bermain dan berkumpul bersama teman-temannya di tempat kopi, ia adalah orang yang sosial. Radja adalah orang yang sportif dan tidak kalah humorisnya, jadi ia dapat melihat dan mengerti jelas bahwa ejekkan-ejekkan dari temannya hanyalah gurauan, dan bahkan ia sering membalikkan ejekkan tersebut karena ia juga tahu mereka termasuk teman-teman dekatnya yang ia hargai, dan teman-temannya pun memang hanya bergurau dan membantu Radja jika ia membutuhkannya, sama seperti orang lainnya di dalam kelompok pertemanan tersebut.

3.6 Customer Insight

Dari hasil analisis personifikasi target audiens, dilanjutkan kepada tahap analisa *customer insight* yang ditentukan dari informasi yang didapatkan dari tahap personifikasi.

Needs:

- Bersosialisasi, berkumpul dengan teman-temannya
- Mencari uang
- Waktu luang, bermain video game

Dreams:

- Memiliki banyak uang
- Berpenghasilan dari hobi

Fears:

- Kemalasan mendominasi hidupnya
- Gagal untuk mewujudkan mimpi-mimpinya yang ambisius
- Melupakan teman-temannya

Wants:

- Kemampuan bermusik
- Koneksi dengan orang lain yang berharga
- Waktu untuk melakukan hobinya

Hopes:

- Menjadi konten kreator
- Membuat band bersama temannya
- Membanggakan orang tuanya

3.7 Message Planning

Ini adalah tahap dimana penyampaian pesan dari luaran penelitian direncanakan agar dapat meraih target audiens secara efektif. Model komunikasi yang digunakan adalah AIDA, dimana proses penyampaian pesan dibagi menjadi empat tahap yaitu *Attention*, *Interest*, *Desire* dan *Action*.

Attention

Pada tahap *attention*, tujuan utamanya adalah untuk menarik perhatian terlebih dahulu yang dapat merujuk audiens kepada tahap-tahap selanjutnya. Penyebaran iklan di berbagai media internet seperti sosial media adalah hal pertama yang dilakukan dalam tahap ini, yang diikuti oleh konten-konten sosial media yang berupa poster dan video sebagai pengenalan isu yang dibahas. Video yang dirancang berperan sebagai semacam jendela yang menunjukkan perilaku perokok di Indonesia secara umumnya yang sesuai berdasarkan analisa yang telah dilakukan mengenai perilaku dan cara berpikir target audiens. Selanjutnya adalah penyebaran tagline yang mengandung intisari pesan dari luaran penelitian yang disampaikan pada medium internet.

Interest

Tahap kedua adalah *interest*, yaitu tahap dimana tujuannya adalah untuk mengembangkan ketertarikan audiens kepada produk setelah perhatian didapatkan. Pada tahap ini, audiens diperkenalkan kepada sisi positif dari puntung rokok, sisi dimana kita sebagai manusia yang membutuhkan lingkungan dapat mendapatkan keuntungan. Selain itu, disediakan juga

konten interaktif *minigame* dimana audiens diminta untuk menebak jumlah puntung rokok yang ada dalam satu loop video. Tujuannya adalah selain dapat meningkatkan *engagement*, dapat juga meningkatkan kepekaan dan kesadaran audiens terhadap puntung rokok yang berceceran di lingkungan sehari-hari.

Desire

Tahap *Desire* adalah tahap dimana ketertarikan audiens telah dibangun dan munculnya minat terhadap produk. Dalam prosesi luaran penelitian ini, pada tahap *desire* audiens diberikan edukasi-edukasi yang vital mengenai permasalahan limbah puntung rokok untuk memberi arahan dan pemahaman lebih dalam mengenai isu dan solusinya.

Action

Ini adalah tahap dimana minat sudah muncul dan berkembang, sehingga siap untuk aksi yang diharapkan dari penyampai pesan untuk dilakukan. Dalam luaran penelitian ini ditawarkan sebuah solusinya yaitu berupa konsep asbak rokok yang didesain untuk memudahkan untuk proses daur ulang.

3.8 Problem Solution

Perancangan dari luaran penelitian ini menggunakan matriks *strength* dan *opportunity* dalam bentuk kampanye edukatif dengan daya tarik yang ditargetkan kepada mahasiswa, dimana penyampaian pesan dikemas dengan cara jenaka dan 'longgar' untuk membangun kesan bahwa pesan ini bukan disampaikan dari tempat yang kaku dan bersifat satu arah, namun dari seorang teman atau kerabat. Selain dari itu juga (pada tahap *action*) luaran dari kampanye ini sendiri adalah sebuah konsep asbak rokok yang cocok dan sesuai untuk memudahkan proses pendaur ulangan puntung rokok.

3.9 Creative Approaches

3.9.1 Tone & Manner

Nyata/Langsung (*Direct*)

Pesan disampaikan secara faktual yang berarti juga informatif, dimana hal yang terjadi sehari-hari tidak hanya sebagai data, namun secara langsung digunakan sebagai alat atau instrumen dalam penyampaian pesan untuk menggambarkan urgensi dari isu.

Conversational

Bahasa yang digunakan dalam pengemasan informasi luaran kampanye ini bersifat *conversational*, dengan harapan audiens (mahasiswa) dapat merasa seolah-olah bahasan ini dibahas secara *friendly*, bahkan pada beberapa waktu jenaka, dan berasal dari seorang kerabat yang berkedudukan setara dengannya.

Environmental

Pesan utama yang disampaikan terkait dengan lingkungan dan kesehatannya, yang menjadi tumpuan dan juga tujuan dari luaran ini.

3.9.2 Warna

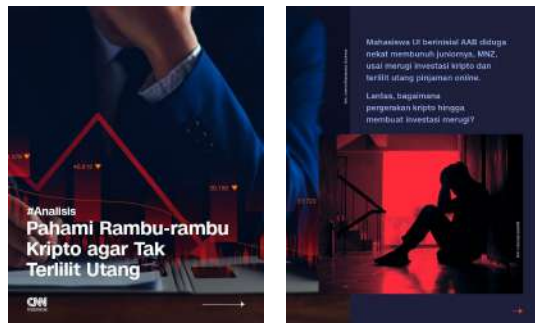


Warna yang digunakan dalam perancangan identitas visual kampanye ini adalah warna-warna yang ditemui dan diasosiasikan dengan warna-warna dari puntung rokok. Warna oranye dimaksudkan untuk menggambarkan warna ujung filter dari sebuah batang rokok secara umum, atau juga dapat diasosiasikan dengan warna ujung rokok saat menyala. Warna cokelat diasosiasikan dengan warna tembakau, dan warna putih yang digunakan mengandung sedikit campuran warna hijau yang dapat diasosiasikan dengan warna kertas pasir yang telah mengandung berbagai zat kimia seperti nikotin atau tar.

3.9.3 Tipografi

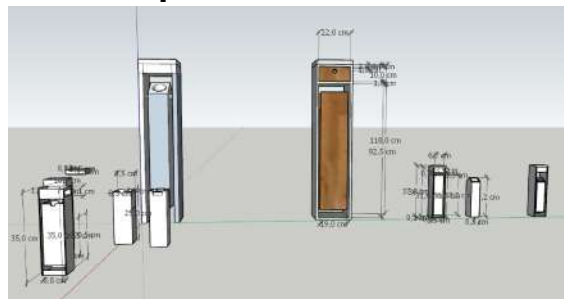
Jenis *typeface* yang digunakan untuk tipografi dari tampilan visual luaran kampanye ini bernama Karla yang merupakan typeface sans serif *grotesque* yang dirancang oleh Jonny Pinhorn. Tampilan sans *grotesque* yang ireguler menjadi salah satu tampilan *typeface* yang populer pada zaman sekarang. Dengan target pesan yang ditujukan kepada kalangan anak muda, tampilan perlu terasa modern, dan pemilihan tampilan *typeface* ini berbasis dari logika tersebut.

3.9.4 Referensi Visual

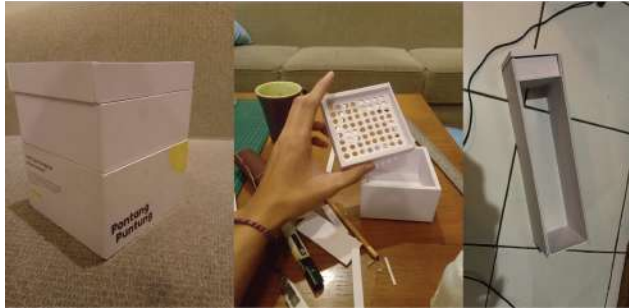


Referensi diambil dari berbagai banyak konten sosial media populer sehingga dapat memanfaatkan familiaritas audiens terhadap tipe konten yang disajikan, namun setelahnya dieksekusi menggunakan identitas visual yang unik dan deskriptif (secara visual) mengenai isu yang dibahas.

3.9.5 Tahapan Produksi



Tahap perencanaan menggunakan aplikasi SketchUp untuk membuat prototipe digital konsep asbak. Disini menunjukkan versi-versi asbak yang sebelumnya sebelum sampai pada versi final.



Ini adalah tahap perancangan prototipe fisik dari konsep yang ditawarkan lengkap dengan identitas visual kampanye pada produk.

3.9.6 Hasil Akhir Iklan



Konten iklan disebarakan melalui Instagram ads, story dan juga sebagai iklan thumbnail ukuran 1x1 di website sosial media lain seperti YouTube dan artikel-artikel tentang berita sepak bola, musik dan lainnya yang sesuai dengan ketertarikan target audiens.

Poster Edukatif



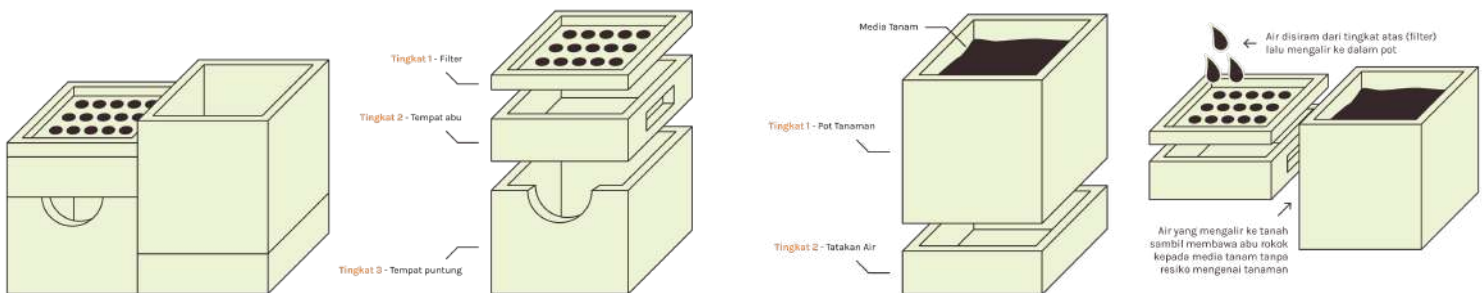
Setelah tahap dimana diharapkan telah mendapatkan perhatian audiens, dimasukkan juga beberapa konten edukatif untuk memberi pemahaman yang lebih mendalam mengenai isu yang terkait kepada audiens.

Konten Video



Konten video dibagi menjadi dua macam. Yang pertama adalah video yang merefleksikan perilaku rata-rata perokok di Indonesia sesuai observasi pribadi dan data interview. Video ini disajikan dengan tone yang tengil yang sesuai dengan prinsip *conversational* pada *tone and manner*, juga sekaligus sebagai kontras dan memperlihatkan bahwa di belakang video yang terlihat ringan ini adalah fakta bahwa sebagaimana biasanya hal seperti itu (membuang puntung sembarangan, berkali-kali dalam satu sesi merokok) terjadi yang padahal memiliki efek substansial terhadap lingkungan. Tipe video yang selanjutnya berkonsep interaktif, yaitu adalah video *mini-game*. Permainan disini adalah audiens diminta menebak jumlah puntung rokok yang ada dalam loop video di satu lokasi. Tujuan dari konsep ini adalah selain menyajikan konten menghibur, juga memiliki harapan untuk mengembangkan kejelian dan kesadaran audiens terhadap puntung rokok yang berceceran dimana-mana.

Konsep Asbak Daur Ulang Puntung Rokok



Pada tahap terakhir yaitu action, ditawarkan kontribusi solusi nyata mengenai isu limbah puntung rokok ini, yaitu adalah konsep asbak alternatif yang memudahkan proses pendauran ulang.

4. KESIMPULAN

Isu limbah sampah di Indonesia dapat menghambat perkembangan pariwisata. Puntung rokok yang menjadi salah satu bagian besar dari keseluruhan limbah sampah di Indonesia adalah limbah yang juga beracun dan berbahaya untuk lingkungan. Setelah dilakukan penelitian, yang terlihat menjadi akar masalah dari isu limbah puntung rokok adalah perilaku dan kesadaran masyarakat mengenai bahayanya puntung rokok dan usahanya yang masih dapat dikembangkan untuk menjaganya dari lingkungan.

Tentu, solusi paling efektif adalah menghimbau warga untuk berhenti kebiasaan merokok sekaligus, namun itu bukanlah hal yang mudah ataupun realistis. Maka dari itu, pada luaran dari penelitian ini adalah solusi yang tidak mengangkat isu puntung rokok sebagai pesan untuk berhenti merokok, namun membatasinya hanya pada meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan sekitar saat merokok. Inti dari pesan ini disebarkan kepada satu sasaran kelompok target audiens yang efektif dengan harapan perilaku tersebut berkembang dan menyebar secara global, dikarenakan isu limbah puntung rokok ini sendiri adalah hal nyata yang memiliki dampak besar terhadap lingkungan yang sangat memungkinkan untuk ditanggulangi dengan teknologi-teknologi modern yang sudah dapat diakses dan dipergunakan di dalam negeri.

DAFTAR RUJUKAN

- Aji, Amri, et al. ISOLASI NIKOTIN DARI PUNTUNG ROKOK SEBAGAI INSEKTIS, vol. 4, no. 1, 2015. Repository UNIMAL.
- Ambarwati, Yuli, et al. Edukasi Pengolahan Limbah Puntung Rokok Menjadi Pestisida Nabati Di Desa Sumberejo Kecamatan Sumberejo Kabupaten Tanggamus, vol. 3, no. 3, 2022. Jurnal UNILA.
- Candra, Agata Iwan, et al. "Core." Pemanfaatan Limbah Puntung Rokok Filter Sebagai Bahan Campuran Beton Ringan Berpori, vol. 1, no. 1, 2019, p. 8. Core.
- "Ditjen PPKL." Kendalikan Sampah Plastik - Ditjen PPKL, <https://ppkl.menlhk.go.id/website/reduksiplastik/pengantar.php>. Accessed 23 February 2023.
- Drastinawati, and Rozanna Sri Irianty. Pemanfaatan Ekstrak Nikotin Limbah Puntung Rokok sebagai Inhibitor Korosi, vol. 4, no. 2, 2013.
- Ernawati. Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual, 2019. eJournal UMAHA.
- Farhan, Sunarlan Rakha. EKSPERIMENTAL BETON RINGAN NON-STRUKTUR MENGGUNAKAN LIMBAH ROKOK DAN POHON SEBAGAI PENGANTI AGREGAT KASAR KOMBINASI MASTERPEL-725, 2021. Repository Nusa Putra University.
- Fatmawati, Sri. PENGARUH IKLAN MODEL AIDA (attention, interest, desire, action) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOPEE INDONESIA PADA MAHASISWA FISIP UNISKA MAB.
- Hananto, Brian Alvin. PENGGUNAAN MODEL AIDA SEBAGAI STRUKTUR KOMUNIKASI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, 2019. Jurnal LPPM Institut Desain dan Bisnis Bali.
- Ladangku, Abiyya. Potensi Limbah Puntung Rokok Filter sebagai Alternatif Material Produk Fungsional, vol. 1, no. 1, 2021. Repository ISI Yogyakarta.
- Muazzik, Ahmad Afif. STUDI PEMANFAATAN LIMBAH PUTUNG ROKOK TERHADAP NILAI MARSHALL ASPAL BETON, 2022. Jurnal UNISLA.
- Mutiah, Dinny. "Kerap Dibuang Sembarangan, Sampah Puntung Rokok Ternyata Termasuk Limbah B3." Liputan6.com, 5 June 2022, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4978698/kerap-dibuang-sembarangan-sampah-puntung-rokok-ternyata-termasuk-limbah-b3>. Accessed 23 February 2023.
- Pangestu, Risvi. Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual, 2019. eJournal UGM.
- "Puntung Rokok, Kecil Berbahaya - Citarum Harum Juara." Citarum Harum, 31 May 2022, <https://citarumharum.jabarprov.go.id/puntung-rokok-kecil-berbahaya/>. Accessed 23 February 2023.
- Rahmadi, Nanda Vayzal. "Repository Universitas Pembangunan Jaya." Pemanfaatan Limbah Filter Puntung Rokok sebagai Bahan Campuran Semen untuk Material Kursi, vol. 1, no. 1, 2022, p. 77. Repository Universitas Pembangunan Jaya.

"Sampah Puntung Rokok: Kecil, Berbahaya, dan Ada Dimana-mana." Waste4Change, 23 October 2020, <https://waste4change.com/blog/sampah-puntung-rokok/>. Accessed 23 February 2023.

"Sampah puntung rokok, si kecil pembawa petaka yang diacuhkan." Ekuatorial, 24 March 2021, <https://www.ekuatorial.com/2021/03/sampah-puntung-rokok-si-kecil-pembawa-petaka-yang-diacuhkan/>. Accessed 23 February 2023.

Siswoyo, Eko, et al. BIO-PESTISIDA BERBASIS EKSTRAK TEMBAKAU DARI LIMBAH PUNTUNG ROKOK UNTUK TANAMAN TOMAT, 2018.

Sudjana, Nana. 2009. Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar. Bandung:PT. Remaja Rosdakarya
Sugiyono, 2001. Metode Penelitian, Bandung: CV Alfa Beta

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.

Suryadi, and Hasanawi Matsuri. "Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Rafflesia." BIO-PESTISIDA BERBASIS EKSTRAK TEMBAKAU DARI LIMBAH PUNTUNG ROKOK DAN KULIT JERUK, vol. 2, no. 3, 2019. Jurnal UMB.

Tinarbuko, Isidorus Tyas Sumbo. Membaca Tanda dan Makna dalam Desain Komunikasi Visual, 2019. Repository ISI, <http://digilib.isi.ac.id/5430/>.