

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia terasa semakin cepat bersamaan dengan teknologi yang semakin maju. Pergerakan tersebut tentu saja mendorong kemampuan manusia untuk menyesuaikan diri dengan cepat pula. Pengaruh tersebut berdampak pada pola konsumsi masyarakat yang serba instan, dari makanan olah siap saji dan siap santap sampai perabotan rumah tangga. Pelaku usaha kuliner di pinggiran jalan hingga supermarket, hampir semuanya menyediakan pilihan bawa pulang (*take away*) untuk mempermudah para konsumen (Damanik, 2012:9). Proses jual-beli dipermudah dengan adanya layanan pengiriman barang, yang mana tinggi peminat dan intensitas. Terlaksananya seluruh rotasi tersebut sangat lekat dengan komponen utama bernama plastik.

Penelitian yang dilakukan oleh seorang profesor sekaligus peneliti dari Universitas Georgia, Jambeck (2015:769) menunjukkan bahwa Indonesia menjadi penghasil sampah plastik ke laut dengan 187,2 juta ton, menempati posisi kedua terbanyak di dunia. Asosiasi Industri Plastik Indonesia (INAPLAS) beserta Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa sampah plastik terbuang ke laut sejumlah 3,2 juta ton, dari total 64 juta ton per tahun yang dihasilkan Indonesia. (Puspita, 2018)

Jumlah kantong plastik sebanyak 85.000 ton atau sama dengan 10 miliar lembar terbuang ke lingkungan per tahun. (Menenggelamkan Pembuang Sampah Plastik di Laut, 2019). Kelompok pemerhati lingkungan khusus laut bernama Divers Clean Action, menunjukkan data penelitian terhadap penggunaan sedotan di Indonesia yang mampu mencapai 93.244.846 buah setiap harinya. (Ita, 2018) Dilansir dari World Atlas, Indonesia dengan angka penggunaan sebesar 4,82 miliar, menjadi negara pengguna botol plastik terbanyak keempat di dunia. (Illsay, 2017)

Rutinitas masyarakat dalam penggunaan plastik secara kumulatif berkontribusi terhadap naiknya timbulan sampah plastik. Semakin banyak anggota masyarakat, semakin besar konsumsi plastik, semakin tinggi timbulan sampahnya. Pola tersebut sesuai dengan Undang-undang RI Nomor 18 Tahun 2008 yang menyebutkan bahwa bertambahnya volume sampah disebabkan oleh faktor penambahan jumlah penduduk dan pergerakan pola konsumsi masyarakat yang terus berubah.

Besaran jumlah konsumsi plastik oleh masyarakat setidaknya dapat dilihat dari kumpulan data berikut: Catatan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menunjukkan naiknya komposisi sampah plastik secara signifikan sejak tahun 2000, sebesar 5-6 % per tahun. (Arief, 2020)

Kepala Sub Direktorat Barang dan Kemasan Direktorat Pengelolaan Sampah KLHK memaparkan data konsumsi kantong plastik mencapai 9,85 miliar lembar per tahun di 32.000 peritel modern seluruh Indonesia pada 2016. Kemudian, mengalami kenaikan 8,83 persen hingga menyentuh angka 10,72 miliar lembar per tahun pada 2018. (Arief, 2020)

Catatan KLHK menunjukkan penggunaan satu hingga dua kantong plastik setiap transaksi yang diakumulasi se-Indonesia, dapat menghabiskan lebih dari 1 juta lembar per menit. (Nugraha, 2016)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat *et al* (2019:368), penerapan sistem berkelanjutan diharapkan dapat membantu mengurangi jumlah sampah plastik di Indonesia, namun hingga saat ini belum terlaksana secara efektif. Indonesia menghasilkan sekitar 14% sampah plastik setiap hari, setara dengan 85.000 ton tiap tahun. Dampaknya sekitar 3,2 juta ton plastik tidak terkelola dan dibuang ke laut. Menurut Forum Ekonomi Dunia, sekitar 16% didaur ulang, tetapi hanya 2% yang dilakukan secara efisien. Sisa sampah plastik dibakar (14%),

tertimbun di tempat pembuangan akhir (TPA) (4%), dan mencemari lingkungan serta mengganggu ekosistem (32%).

Kota Semarang mendapatkan penghargaan ASEAN Clean Tourist City Standard atau Kota Wisata yang bersih standar Asia Tenggara ditengah derasnya isu permasalahan plastik secara global, namun sebagai salah satu ibu kota provinsi yang berbatasan langsung dengan laut, Kota Semarang menjadi daerah terpadat di Jawa Tengah dengan total penduduk melebihi 1,7 juta jiwa dan laju pertumbuhannya 1,62% (BPS, 2019). Timbulan sampah per orang setiap harinya mencapai 5 liter dengan komposisi plastik sebesar 14% di kota tersebut. Posisi geografis, jumlah penduduk, serta beberapa sungai yang langsung mengarah ke Laut Jawa diduga memberikan sumbangsih cemaran plastik ke laut. Penelitian yang dilakukan oleh Sibero *et al.* (2020:103) menunjukkan hasil pendataan sampah di Pantai Marina dan Pantai Tirang, Semarang didominasi oleh plastik.

Pencegahan melalui kontrol terhadap perilaku penggunaan plastik diperlukan untuk mengimbangi pengelolaan sampah plastik yang sudah baik, sehingga pencemaran lingkungan dapat dihindari secara maksimal. Data penggunaan plastik masyarakat Kota Semarang dapat menjadi dasar pengambilan tindakan yang efektif, namun penelitian maupun pendataan terkait isu tersebut masih sangat jarang dilakukan.

Ekosistem yang sehat terancam oleh sampah plastik yang terus bertambah dan mencemari lingkungan, untuk mengatasi masalah tersebut dapat dilakukan dua pendekatan. Pertama, pendekatan top-down di mana pemerintah memulai kebijakan negara tentang plastik. Pendekatan kedua yaitu bottom-up merupakan gerakan yang diprakarsai oleh konsumen untuk diarahkan pada penggunaan alat berbahan ramah lingkungan. Tentu saja pendekatan terbaik berarti campuran di mana inisiatif pemerintah dapat sepenuhnya didukung oleh konsumen dan menyebabkan perubahan pola perilaku. (Horska *et al.*, 2015). Adapun kebijakan yang telah diterapkan sebagai berikut:

1. Uji coba kebijakan plastik berbayar seharga Rp 200.000 per kantong oleh pemerintah bersama pemerintah daerah sekaligus Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), serta Asosiasi Pengusaha Ritel Seluruh Indonesia (APRINDO) yang dilaksanakan di 23 kota pada 21 Februari s/d 31 Mei 2016.
2. Peluncuran gerakan #BebasSampah2020 oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat dan Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dengan target Indonesia bebas sampah tahun 2020 yang dilakukan sejak tahun 2018.
3. Penerapan bertahap kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis (KPTG) mulai 1 Maret 2019 oleh Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO).
4. Peraturan terkait pelarangan kantong plastik sekali pakai yang tercantum pada Peraturan Walikota (Perwal) Semarang Nomor 27 Tahun 2019. Adapun tas plastik, sedotan, pipet plastik, dan *styrofoam* sebagai jenis plastik yang penggunaannya dilarang.

Wujud tindakan Pemerintah Kota Semarang dalam menangani permasalahan sampah plastik selain menerapkan kebijakan yaitu dengan membagikan 3.000 totebag kepada pengunjung *Car Free Day* (CFD), meluncurkan gerakan #semarangwegahnyampah, pembagian tugas KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat) yang melaksanakan teknis pengolahan sampah secara terpadu, pengadaan TPS (Tempat Penampungan Sementara) di setiap kecamatan, serta kelurahan yang mengontrol dan mengurus permasalahan lingkungan di masing-masing.

Permasalahan sampah plastik di Kota Semarang bukan hanya mendorong tindakan dari pemerintah, tetapi juga menggerakkan komunitas-komunitas peduli lingkungan. Mereka berperan serta dengan mengedukasi masyarakat perihal sampah plastik. Program rancangannya dikampanyekan melalui berbagai media. Strategi ini dilakukan untuk menyampaikan pesan-

pesan terkait bahaya plastik yang mengancam lingkungan, baik kepada masyarakat umum maupun instansi negara dan swasta. Komunitas tersebut memiliki berbagai nama, program, lingkup, dan anggota yang berbeda namun tetap memiliki tujuan yang serupa, yaitu meminimalisir bertambahnya sampah plastik khususnya di Indonesia.

Pesan diet plastik dari komunitas memanfaatkan media dan sosialisasi, gerakan tersebut berfokus untuk memberikan edukasi kepada masyarakat perihal dampak penggunaan plastik yang berlebihan, serta bagaimana setiap individu dapat ikut andil dalam usaha mengurangi penggunaan plastik dalam aktivitas sehari-hari. Tidak pula kemudian serta merta melakukan pelarangan total penggunaan plastik karena dianggap akan berdampak secara sosial dan ekonomi.

“Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP) adalah salah satu perkumpulan yang mengajak masyarakat untuk menjadi lebih bijak menggunakan kantong plastik. Aktivitas *platform* ini berbasis pada aplikasi web yang juga merambah media sosial facebook, twitter, instagram dan youtube. Awalnya gerakan ini diinisiasi oleh beberapa perusahaan dan tokoh pada tahun 2010 dengan nama Diet Kantong Plastik. Perkembangannya menjadi pesat hingga pada awal 2013, Leaf Plus, Change.org, Si Dalang, Ciliwung Institute, Greenation Indonesia, Indorelawan, The Body Shop, Earth Hour Indonesia serta organisasi lainnya memutuskan untuk berkolaborasi dan melaksanakan Gerakan Diet Kantong Plastik se-Indonesia. Seiring berjalannya waktu, GIDKP juga beraliansi dengan kampanye berskala besar lainnya, diantaranya *breakfreefromplastic*, *aliansizerowaste.id*, *zerowasteasia*, dan *sdsnyouthid*.”
(Gerakan Indonesia

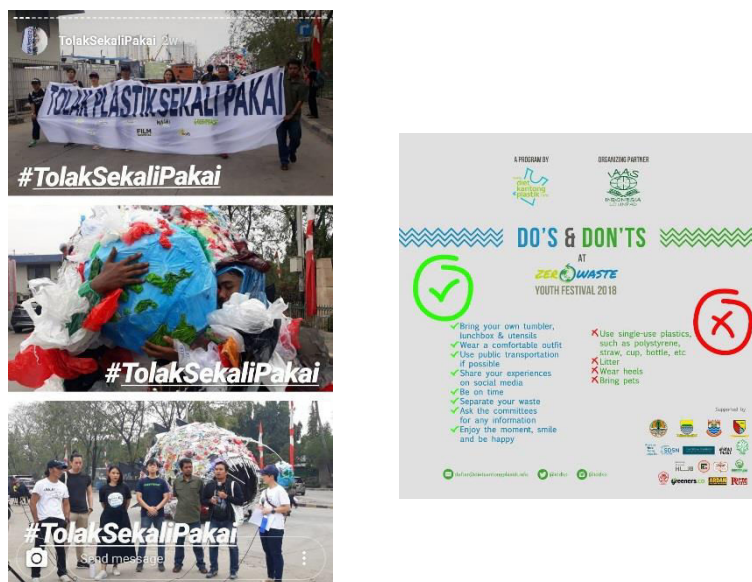
Program yang telah dilaksanakan oleh GIDKP yaitu Wisata Plastik, Rampok Plastik, Petisi *#pay4plastic*, *envirochallenge*, *#puasaplastik*, *#sayapilihbumi*, dan berbagai kegiatan lain masih yang terus dikembangkan. Saat ini pengikut akun *@iddkp* di Instagram sudah mencapai 14,8 ribu pengikut dan 38,6 ribu pengikut akun *@idDKP* di twitter.

Gambar 1.1 website diet kantong plastik



Sumber: website dietkantongplastik.info

Gambar 1.2 Instagram diet kantong plastik



Sumber: <https://www.instagram.com/iddkp/?hl=en>

Berita dapat berfungsi sebagai sarana kritik agar dilakukan perbaikan dari dan untuk berbagai aspek. Hal ini juga dapat diartikan sebagai sikap media untuk mendukung kebijakan maupun gerakan untuk mengontrol penggunaan plastik. Langkah media dengan memberitakan kerusakan lingkungan merupakan salah satu cara untuk mendorong khalayak lebih peduli terhadap isu tersebut, oleh sebab itu dibutuhkan laporan berkelanjutan untuk memonitor perkembangan yang terjadi di lapangan.

Banjir menggenang di kawasan Genuk Kota Semarang, terjadi akibat saluran air yang tersumbat sampah. Sampah-sampah plastik menutup pompa yang mengakibatkan Jalan Raya Kaligawe tergenang banjir. Padahal berdasarkan penuturan seorang warga di Padi Raya, Kelurahan Gebangsari, Giyanto “hampir setiap hari sampah di saluran air di ujung jalan menuju Kaligawe dibersihkan” (Aris, 2020).

Aktivitas pompa air Kali Tengng mengalami gangguan karena sampah plastik di aliran air. Salah satu operator pompa setempat, Wahyu Endrajati mengatakan bahwa para operator harus bekerja ekstra untuk membersihkan sampah yang menempel di besi penyaring khususnya saat hujan deras turun. (19/11/2020). Sampah yang mendominasi adalah sampah plastik berupa kantong kresek, bungkus makanan ringan, *cup* termasuk pula limbah rumah tangga lainnya (Ardyansah, 2020).

1.2. Rumusan Masalah

Posisi kedua sebagai penghasil sampah plastik terbanyak dunia ditempati oleh Indonesia. Hal tersebut tidak lepas dari pemakaian 93 juta buah sedotan setiap hari, penggunaan 4,82 miliar botol plastik hingga menempati urutan keempat sedunia sebagai pengguna terbanyak, konsumsi plastik 9,85 miliar lembar per tahun dan masih terus mengalami kenaikan serta perilaku penggunaan plastik lainnya yang ikut menyumbang jumlah sampah plastik. Total timbulan yang dihasilkan sekitar 14% sampah plastik setiap hari atau setara dengan 85.000 ton per tahun, yang mana sekitar 16% didaur ulang, tetapi hanya 2% yang dilakukan secara efisien.

Kenaikan volume sampah disebabkan oleh faktor penambahan jumlah penduduk dan pergerakan pola konsumsi masyarakat yang terus berubah, hal tersebut tertera pada Undang-Undang RI Nomor 18 Tahun 2008. Tercermin di Kota Semarang yang menjadi daerah terpadat di Jawa Tengah, dengan jumlah penduduk hampir 2 juta jiwa diiringi laju pertumbuhan

penduduk 1,62% (BPS, 2019). Timbulan sampah per orang di kota tersebut setiap harinya mampu mencapai 5 liter, dengan komposisi 14% sampah plastik, sehingga membawa dampak seperti dominasi sampah plastik di pantai-pantai Kota Semarang.

Permasalahan penggunaan plastik yang terjadi diakibatkan oleh beberapa faktor, diantaranya termasuk aktivitas produksi, distribusi, konsumsi, penggunaan ulang/perbaikan serta daur ulang plastik. Cara yang dapat digunakan untuk menanggulangi masalah tersebut, pertama dengan pendekatan top-down di mana pemerintah memulai kebijakan negara tentang plastik. Pemerintah Kota Semarang telah menerapkan Peraturan Walikota (Perwal) Semarang Nomor 27 Tahun 2019, yang mana menentukan tas plastik, sedotan, pipet plastik, dan *styrofoam* sebagai jenis plastik yang penggunaannya dilarang.

Kedua, pendekatan *bottom-up* yaitu gerakan yang diprakarsai oleh konsumen untuk mengarahkan pada perilaku tertentu, seperti penggunaan alat berbahan ramah lingkungan. Penerapannya dapat melalui pelaksanaan kampanye, dimana pesan kampanye dirancang sedemikian rupa, lalu disebarluaskan agar memudahkan masyarakat untuk memahami dan menerapkan kebiasaan baru sesuai dengan isi pesan yang telah disampaikan. Kampanye bukan hanya mempersuasi kesadaran masyarakat terhadap suatu isu tetapi juga menawarkan solusi atas isu tersebut. Selain melakukan kampanye, terdapat faktor lain yang juga dapat digunakan untuk mengarahkan perilaku yaitu pemberitaan kerusakan lingkungan secara *offline* maupun *online*. Akses masyarakat terhadap sumber berita juga semakin mudah, yang mana bukan hanya melalui televisi, radio ataupun koran, tetapi juga melalui Youtube, Instagram, Twitter, website, dsb. Konsumsi masyarakat yang berulang terhadap berita mampu menciptakan pemikiran yang mendorong pada sebuah perilaku.

Uraian diatas menjadi landasan penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu: “Apakah ada Pengaruh antara Terpaan Kampanye Diet Plastik dan Berita Kerusakan Lingkungan terhadap Perilaku Penggunaan Plastik?”

1.3. Tujuan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan untuk tujuan:

1. Mengetahui pengaruh terpaan kampanye diet plastik terhadap perilaku penggunaan plastik.
2. Mengetahui pengaruh terpaan berita kerusakan lingkungan terhadap perilaku penggunaan plastik.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritik

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini ialah hasil pengujian dari *Integrated Theory of Health Behavior Change* dan teori efek media massa yang diterapkan pada variabel terpaan kampanye diet plastik dan berita kerusakan lingkungan terhadap perilaku penggunaan plastik. Selain itu, diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk penelitian lebih lanjut sebagai referensi khususnya pada bidang komunikasi yang berkaitan dengan penggunaan kampanye dan media massa dalam pengaruhnya terhadap perilaku.

1.4.2. Manfaat Praktis

Keperluan penelitian ini secara praktis ditujukan kepada para pelaku kampanye diet plastik dan media massa untuk dapat memaksimalkan upayanya dalam mengedukasi dan mempersuasi masyarakat untuk mengubah perilaku penggunaan plastik, sehingga seluruh komponen kehidupan dapat lepas dari ancaman bahaya plastik.

1.4.3. Manfaat Sosial

Penelitian ini secara sosial ditujukan agar dapat memberikan sumbangan ide, penjelasan dan menambahkan wawasan masyarakat mengenai terpaan kampanye dan berita yang berpengaruh terhadap perilaku penggunaan plastik.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme yaitu sistem yang mengevaluasi pola hubungan antar variabel, yang mana hubungan tersebut memiliki sifat kausal atau sebab akibat (Sugiyono, 2009:20). Sudut pandang paradigma tersebut menganggap bahwa data-data dari variabel yang diukur secara tepat merupakan sumber suatu ilmu dan penelitian. Penelitian ini terdiri dari variabel bebas yang memengaruhi atau *independent* dan variabel terikat yang dipengaruhi atau *dependent*.

1.5.2. State of the Art

Penelitian merupakan proses dinamis dalam perkembangan ilmu pengetahuan, yang mana berarti terdapat penelitian lain sebelum terlaksananya sebuah penelitian baru. Beberapa penelitian terdahulu terkait penelitian ini, diantaranya:

1. Penelitian berjudul “Pengaruh Terpaan Pemberitaan Di Media Online Dan *Word Of Mouth Communications* Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Mengurangi Penggunaan Plastik Saat Berbelanja” oleh Situmeang (2020) dari Universitas Persada Indonesia, menggunakan Teori Uses and Gratification. Metode kuantitatif dan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner, dengan sampel pelanggan Minimarket di Denpasar, Bali sejumlah seratus responden. Data tersebut diolah menggunakan uji korelasi berganda. Hasil yang muncul dari variabel terpaan pemberitaan bernilai $t = 16.822$ dengan signifikansi 0,00, sedangkan *word of mouth communication* memiliki nilai t

3,324 dan signifikansi 0,003. Nilai kedua signifikansi kurang dari 0,05, yang berarti ada pengaruh dari kedua variabel independen tersebut terhadap pengambilan keputusan dalam mengurangi penggunaan plastik saat berbelanja.

2. Penelitian berjudul “Pengaruh Kampanye #Pantangplastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan” oleh Krisyanti, dkk (2019) menggunakan konsep bernama Model Ostergaard sebagai pengganti teori. Metode kuantitatif dan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner, dengan sampel pengikut instagram @Greenpeaceid sejumlah 100 responden. Data tersebut diolah menggunakan uji korelasi. Hasil t hitung nya 8,521 lebih besar dari angka t tabel yaitu 1,660, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kampanye #Pantangplastik oleh Greenpeace terhadap sikap ramah lingkungan.
3. Penelitian berjudul “Pengaruh Terpaan Berita Satwa Laut yang Mati Akibat Sampah Plastik dan Kampanye *Zero Waste* terhadap Perilaku Pengurangan Penggunaan Kantong Plastik” oleh Rarasati (2019) dari Universitas Diponegoro, menggunakan Teori Efek Media Massa serta Teori Respon Kognitif. Metode kuantitatif dan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner, dengan kriteria pernah membaca berita tentang kematian satwa laut sebab sampah plastik serta kampanye *zero waste*, sebanyak 60 responden. Data tersebut diolah menggunakan uji regresi linier sederhana. Hasil menunjukkan tidak adanya pengaruh dari terpaan berita sebagai variabel independen pertama terhadap perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik dengan nilai signifikansi 0,073. Sedangkan dengan signifikansi 0,022, menunjukkan adanya pengaruh terpaan dari kampanye *Zero Waste* sebagai variabel independen kedua kepada perilaku pengurangan penggunaan kantong plastik.

Kesamaan dari penelitian yang telah disebutkan di atas dan penelitian ini terletak pada pilihan variabel yang serupa, lokasi diambilnya data serta pilihan uji yang digunakan untuk mengolah data. Perbedaannya terletak pada detail variabel yang digunakan yaitu

terpaan kampanye diet plastik dan berita kerusakan lingkungan, serta pada teori yang digunakan yaitu *Integrated Theory of Health Behavior Change*.

1.5.3. Terpaan Kampanye

Terpaan atau *exposure* adalah kegiatan individu atau kelompok ketika mendengar, melihat, serta membaca berbagai pesan dari media atau mengalami dan memperhatikan suatu pesan (Kriyantono, 2008:207).

Rogers dan Storey (1987) menjelaskan bahwa kampanye merupakan upaya yang bertujuan untuk memberikan informasi atau pengaruh pada perilaku khalayak besar dalam jangka waktu tertentu menggunakan serangkaian kegiatan komunikasi yang disusun sedemikian rupa dan menampilkan pesan-pesan yang dipublikasi melalui berbagai media, umumnya program semacam ini memberikan manfaat non-komersial bagi masyarakat maupun individu (Zhao, 2020:11). Sedangkan Pfau dan Parrot (1993) mendefinisikan kampanye sebagai sebuah proses yang terorganisir secara sadar, memiliki tahapan dan berkelanjutan untuk memengaruhi khalayak yang menjadi sasaran yang telah ditentukan, yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu (Venus, 2009:8).

Menurut Patrick Jackson, senior pendiri dan konsultan PR International, New Hampshire, adanya pelaksanaan kampanye bertujuan untuk mencapai poin-poin berikut (Ruslan, 2013:96):

- a. *Public Awareness*
- b. *Offer Information*
- c. *Public Education*
- d. *Reinforce the attitudes and behavior*
- e. *Behavior modification*

Kampanye dilakukan dengan mengedukasi khalayak melalui berbagai media, semakin banyak media yang digunakan dan semakin luas persebaran pesan, maka efektivitas akan meningkat (Storey, 1987:836). Oleh sebab itu media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kampanye menjadi semakin beragam, mulai dari seminar, *workshop*/pelatihan, pamflet ataupun *merchandise*, situs Web, hingga media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook, dsb. Sehingga dalam penelitian ini, terpaan kampanye merupakan kondisi dimana seseorang mendapatkan serangkaian informasi melalui berbagai media perihal diet plastik.

1.5.4. Terpaan Berita

Terpaan atau *exposure* adalah kegiatan individu atau kelompok ketika mendengar, melihat, serta membaca berbagai pesan dari media atau mengalami dan memperhatikan suatu pesan (Kriyantono, 2008:207).

Berita adalah informasi faktual tentang kejadian terkini yang dilaporkan oleh berbagai sumber, misalnya surat kabar, program televisi, majalah, program kabel dan radio, situs Web, pesan email, dan dari mulut ke mulut (UF, 2015). Sedangkan Prof. Mitchel V. Charnley menjelaskan bahwa berita merupakan laporan yang diminati dan/atau penting bagi sejumlah besar penduduk perihal fakta atau opini yang menarik yang diedarkan secara cepat (Effendy, 2003:131). Jadi dalam penelitian ini, terpaan berita merupakan keadaan dimana seseorang menerima informasi terbaru yang berkaitan dengan kerusakan lingkungan melalui berbagai media.

1.5.5. Perilaku Penggunaan Plastik

Skinner (1993) yang merupakan seorang ahli di bidang psikologi, mendefinisikan bahwa perilaku adalah reaksi atau respon dari seseorang ketika mendapatkan stimulus (rangsangan yang berasal dari luar) (Notoatmodjo, 2010:20). Stimulus tersebut dapat berupa orang, objek,

dan peristiwa yang saat ini sedang terjadi di sekitar seseorang dan menimpa reseptor indera seseorang sehingga dapat memengaruhi perilaku (Martin & Pear, 2015:4).

Penggunaan plastik merupakan perilaku penggunaan plastik yang terjadi di seluruh lini perputaran ekonomi, mulai dari desain, produk, distribusi, konsumsi, penggunaan ulang/perbaikan, dan daur ulang (Ontario, 2017:5). Khususnya penggunaan plastik sekali pakai, biasanya digunakan untuk kemasan plastik dan termasuk barang yang digunakan hanya sekali sebelum dibuang atau didaur ulang. Ini termasuk tas belanjaan, kemasan makanan, botol, sedotan, wadah, gelas/cangkir dan alat makan (UNEP, 2018:vi). Hal tersebut terjadi diberbagai macam industri sehingga jumlah penggunaannya pun tinggi, searah dengan naiknya angka limbah plastik. Berdasarkan tahapan penanganan limbah (UNEP, 2015:31), perilaku penggunaan plastik yang ideal dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator dasar berikut:

1. Pengurangan, berupa perilaku penolakan untuk menggunakan plastik dan/atau mengganti barang berbahan plastik dengan bahan lain.
2. Penggunaan ulang, berupa perilaku menggunakan ulang dan menawarkan barang berbahan plastik yang dimiliki untuk digunakan ulang atau diperbaiki oleh orang lain.
3. Daur Ulang, berupa perilaku pemanfaatan limbah plastik untuk diolah menjadi barang baru.

1.5.6. Pengaruh Terpaan Kampanye terhadap Perilaku

Skinner (1993) yang merupakan seorang ahli di bidang psikologi, mendefinisikan bahwa perilaku adalah reaksi atau respon dari seseorang ketika mendapatkan stimulus (rangsangan yang berasal dari luar) (Notoatmodjo, 2010:20). Ryan (Ryan & Sawin, 2009:8) dengan *Integrated Theory of Health Behavior Change (ITHBC)* menjelaskan bahwa pengetahuan dan kepercayaan positif, penggunaan keterampilan dan kemampuan pengaturan diri, dan fasilitas sosial yang mendukung pengelolaan diri atas perilaku terkait kesehatan memengaruhi tingkat keberhasilan perubahan perilaku kesehatan.

Kampanye menawarkan serangkaian informasi dan program yang dapat memengaruhi hampir semua komponen di setiap faktor perubahan perilaku kesehatan. Konstruksi pengetahuan dan kepercayaan diri terdiri dari pengetahuan perilaku-khusus, efikasi diri, harapan terhadap hasil, dan kesesuaian tujuan. Konstruksi keterampilan dan kemampuan pengaturan diri yang meliputi proses penetapan tujuan, pemantauan diri dan pemikiran reflektif, pengambilan keputusan, perencanaan dan keterlibatan dalam perilaku tertentu, evaluasi diri, serta pengelolaan respon secara fisik, emosional, dan kognitif terkait perubahan perilaku kesehatan. Fasilitas sosial berisi konsep pengaruh sosial, dukungan sosial dan kolaborasi aktif dari teman, keluarga dan tenaga kesehatan perihal hasil kesehatan (Ryan, 2011:6).

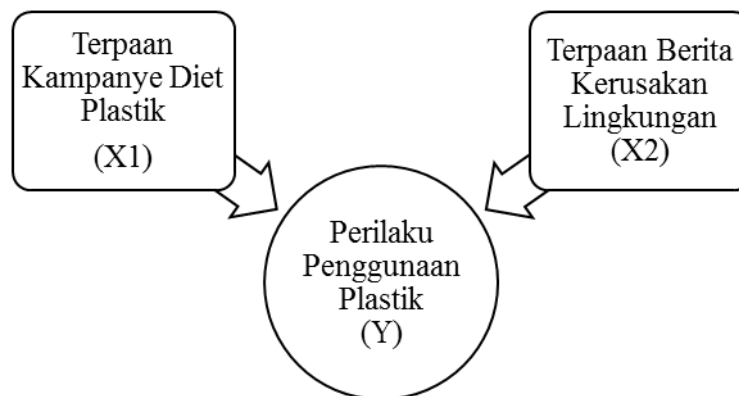
Apabila kampanye diet plastik dikaitkan dengan *Integrated Theory of Health Behavior Change*, maka setelah seseorang menerima serangkaian pesan dari kampanye diet plastik, akan muncul perubahan pada perilaku penggunaan plastik. Hal ini sesuai dengan hasil dari analisis data yang dipublikasikan pada semua kampanye kesehatan di Amerika Serikat antara 1980 dan 1994, Freimuth dan Taylor (1995) menemukan bahwa dari 29 kampanye, 20 diantaranya berhasil dalam mengubah perilaku (Haug, 2013:285).

1.5.7. Pengaruh Terpaan Berita terhadap Perilaku

Efek adalah perubahan dalam diri seseorang pada aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku, yang terjadi setelah menerima pesan dari suatu sumber. Perubahan tersebut diantaranya (Wiryanto, 2000: 39), sedangkan media massa adalah instrumen teknologi dimana komunikasi massa berlangsung, misalnya, koran, televisi, radio, internet (Turow, 2009:7). Sedangkan Steven M. Chaffe (Ardianto dkk, 2004:49) menyatakan efek media massa sebagai perubahan sikap, perasaan, dan perilaku yang terjadi pada diri khalayak atau dikenal pula dengan istilah perubahan kognitif, afektif, dan behavioral.

Berita merupakan salah satu produk dari media massa, sehingga jika terpaan berita kerusakan lingkungan dikaitkan menggunakan teori efek media massa, menjelaskan bahwa setelah seseorang yang melihat, mendengar dan/atau membaca berita kerusakan lingkungan melalui media massa, akan mengalami perubahan pada sikap, perasaan dan perilaku tertentu.

Gambar 1.5. Geometri Hubungan Antar Variabel



1.6. Hipotesis

1. Terdapat pengaruh oleh terpaan kampanye diet plastik (X1) terhadap perilaku penggunaan plastik (Y).
2. Terdapat pengaruh oleh terpaan berita kerusakan lingkungan (X2) terhadap perilaku penggunaan plastik (Y).

1.7. Definisi Konsep

1.7.1. Terpaan Kampanye Diet Plastik

Terpaan kampanye diet plastik merupakan kondisi dimana seseorang mendapatkan serangkaian informasi melalui berbagai media perihal diet plastik.

1.7.2. Terpaan Berita Kerusakan Lingkungan

Terpaan berita kerusakan lingkungan merupakan keadaan dimana seseorang menerima informasi terbaru yang berkaitan dengan kerusakan lingkungan melalui berbagai media.

1.7.3. Perilaku Penggunaan Plastik

Perilaku penggunaan plastik adalah tindakan seseorang dalam pemanfaatan plastik secara ideal.

1.8. Definisi Operasional

1.8.1. Indikator Terpaan Kampanye

- Responden mengetahui program dari kampanye diet plastik.
- Responden mengetahui tagline dari kampanye diet plastik.
- Responden mengetahui isi pesan terkait program dari kampanye diet plastik.
- Responden mengetahui media yang menginformasikan kampanye diet plastik.

1.8.2. Indikator Terpaan Berita

- Responden mengetahui isi berita, lokasi, waktu kejadian, dan kondisi objek yang dilaporkan dalam berita mengenai kerusakan lingkungan.
- Responden mengetahui media yang melaporkan berita kerusakan lingkungan.

1.8.3. Indikator Perilaku Penggunaan Plastik

- Responden melakukan pengurangan penggunaan barang berbahan plastik.
- Responden melakukan penggunaan ulang barang-barang berbahan plastik.
- Responden melakukan daur ulang pada barang-barang berbahan plastik.

1.9. Metode Penelitian

1.9.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menjelaskan hubungan antar variabel yang termasuk ke dalam tipe penelitian eksplanatori. Objek yang dijadikan sebagai variabel bebas dalam penelitian ini yaitu terpaan kampanye diet plastik (X1) serta terpaan berita kerusakan lingkungan (X2). Variabel terikatnya adalah perilaku penggunaan plastik (Y). Penentuan penelitian eksplanatori bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan kampanye diet plastik dan terpaan berita kerusakan lingkungan terhadap perilaku penggunaan plastik.

1.9.2. Populasi dan Sampel

1.9.1. Populasi

Populasi merupakan area yang memenuhi objek/subjek sesuai kuantitas serta karakteristik yang dibutuhkan peneliti untuk keperluan analisa hingga pengambilan simpulan (Sugiyono, 2009:115). Berikut kriteria populasi untuk penelitian ini:

- Laki-laki atau perempuan
- Usia 19-34 tahun
- Domisili di Semarang
- Pernah melihat dan/atau membaca berita terkait kerusakan lingkungan
- Pernah melihat dan/atau mendengar dan/atau membaca kampanye diet plastik

Berdasarkan kriteria tersebut, tidak diketahui angka pasti populasinya.

1.9.2. Sampel

a. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan irisan dari total populasi yang sesuai dengan karakteristik. Sebagian anggota tersebut dapat mewakili populasinya apabila diambil sesuai prosedur tertentu. Teknik sampling untuk penelitian ini

menggunakan *nonprobability sampling*, sedangkan proses yang digunakan dalam teknik tersebut adalah *purposive sampling* (Sugiyono, 2009:85). Pemilihan teknik tersebut dikarenakan aksesibilitas kedekatan peneliti kepada responden dan belum diketahui secara jelas jumlah populasi dengan kriteria yang telah ditentukan.

b. Ukuran Sampel

Penentuan jumlah sampel diperlukan sebab angka populasi penelitian yang jumlahnya tidak diketahui. Tingkat stabilitas data yang baik memerlukan responden sejumlah 30 atau lebih sebagai sampel (Sugiyono, 2009:39), oleh sebab itu sampel untuk penelitian ini ditentukan berjumlah 100 responden.

1.9.3. Jenis dan Sumber Data

Data- data yang untuk keperluan penelitian ini berasal dari sumber data primer atau didapatkan dari responden secara langsung.

1.9.4. Alat dan Teknik Pengumpulan Data

1.9.1. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner dengan susunan pertanyaan yang diajukan kepada responden melalui wawancara.

1.9.2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara melalui kuesioner yang diberikan kepada 100 responden.

1.9.5. Teknik Pengolahan Data

Penelitian ini menggunakan tiga tahap teknik pengolahan data, yaitu:

a. Editing

Proses dimana peneliti memeriksa ulang kuesioner yang telah disebarakan kepada responden. Tujuannya untuk mengetahui apakah responden menjawab pertanyaan di kuesioner dengan baik dan benar, guna untuk meminimalisir kesalahan dalam memperoleh informasi dari responden.

b. Koding

Proses dimana peneliti menyortir jawaban berdasarkan kategori masing-masing dari kuesioner yang telah dibagikan kepada dan diisi oleh responden.

c. Tabulasi

Proses pengolahan data yang dilakukan peneliti dengan cara memasukan data ke dalam tabel. Hasil tabulasi ini dapat memudahkan kita untuk memahami informasi yang didapat dari responden karena sudah tertata dengan rapi.

1.9.6. Teknik Analisis

Metode analisis Linier Sederhana melalui program SPSS digunakan untuk pengujian hipotesis penelitian ini dalam perhitungan statistik. Penggunaan Uji Regresi bertujuan untuk mencari tahu bagaimana variabel-variabel dependen memengaruhi variabel independen. Model umum dari analisis regresi linier sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

X = Variabel independen

1.9.7. Uji Validitas dan Reliabilitas

9.4.1. Uji Validitas

Validitas dapat dipahami sebagai ketepatan dan kecermatan alat ukur untuk melakukan fungsinya. Pengukuran tingkat validitas dapat dilihat dari perbandingan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$ (Azwar, 2010: 6). Pengukuran tersebut menggunakan alat berupa program statistika SPSS.

9.4.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah perkiraan kepastian hasil suatu pengukuran untuk dapat dipercaya (Azwar, 2010: 4). Hal ini berkaitan dengan kuesioner, yang mana syarat suatu kuesioner menjadi handal atau reliabel apabila ada konsistensi jawaban responden pada pertanyaan dari waktu ke waktu. Pengukuran tersebut menggunakan alat berupa program statistika SPSS.