

BAB II

KAMPANYE DIET PLASTIK, PEMBERITAAN KERUSAKAN LINGKUNGAN, DAN PERILAKU PENGGUNAAN PLASTIK

Realisasi perilaku bijak dalam menggunakan plastik di masyarakat dapat dicapai melalui berbagai usaha. Pemilihan strategi yang tepat bersandar pada akumulasi dari besarnya informasi yang beredar, simulasi yang gencar, peraturan yang tegas, serta fasilitas yang lengkap. Kampanye diet plastik termasuk dalam strategi yang memberikan serangkaian edukasi. Selain itu pemberitaan kerusakan lingkungan juga dapat memberikan dampak psikologis kepada masyarakat. Hal tersebut menguatkan iklim yang mendukung perubahan perilaku penggunaan plastik. Namun, tetap harus dilakukan pengujian atas efektivitas dari strategi yang dipilih, termasuk pada pelaksanaan kampanye diet plastik dan pemberitaan kerusakan lingkungan.

2.1. Program Kampanye Diet Plastik

Kampanye diet plastik telah menjadi gerakan besar yang dilakukan hampir di seluruh dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Cakupan target yang luas menghasilkan program-program yang harus disesuaikan dengan sasaran. Pemetaan tersebut dapat dibagi berdasarkan umur, pendidikan, pekerjaan, tempat tinggal dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan untuk memberikan hasil yang merata dan maksimal dari pelaksanaan program kampanye tersebut secara keseluruhan.

Tujuan dari kampanye diet plastik adalah mencapai kesadaran publik tentang pentingnya mengurangi penggunaan plastik, menawarkan berbagai informasi seperti kerusakan yang muncul akibat plastik, termasuk cara-cara untuk mencegah serta menanggulangi masalah tersebut, sehingga terjadi perubahan perilaku yang mendukung terwujudnya masyarakat minim pengguna plastik. Seluruh tahapan tersebut melibatkan kontribusi dari pihak-pihak yang memberikan perhatian kepada isu diet plastik.

Kepedulian terhadap isu diet plastik keterlibatan di bidang yang sesuai dengan kemampuan masing-masing. Orang-orang yang terkumpul dalam suatu komunitas atau NGO (Non-Governmental Organization) memilih melaksanakan kampanye diet plastik. Sepaket program utama yang gencar dikampanyekan diantaranya menolak/mengurangi penggunaan plastik khususnya plastik sekali pakai, mengganti penggunaan barang-barang berbahan plastik, dan memilah serta menyetorkan sampah plastik untuk di daur ulang. Termasuk pula WHO (*World Health Organization* /Organisasi Kesehatan Dunia) yang menekankan konsep besar bernama Health, Environment, and Sustainable Development, yang secara garis besar menggiring pembangunan global lingkungan sehat berkelanjutan.

Komunitas-komunitas mengaplikasikan program utama kampanye diet plastik dengan inovasi yang sedemikian rupa. Program #tukarbaju menjadi platform dari komunitas Zero Waste Indonesia, dimana orang-orang dapat bertukar baju bekas layak pakai untuk mengurangi pembelian baju yang pembuatannya berasal dari campuran bahan plastik. Komunitas tersebut juga memiliki program #habiskanmakananmu yang mengajak masyarakat menghabiskan makanan untuk menghindari penggunaan bungkus plastik. Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik memiliki program #pay4plastic, pembuatan petisi yang ditandatangani oleh masyarakat umum yang menyetujui adanya peraturan plastik berbayar, untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Selain itu GIDKP juga melakukan Beach Clean Jakarta yang mengajak masyarakat bersama-sama membersihkan sampah plastik di pesisir pantai Kota Jakarta.

Ide yang terus berkembang mendorong kolaborasi dari para pelaku kampanye diet plastik salah satunya menghasilkan Pulau plastik dari visinema, kopernik, akarumput dan watchdoc, diawali dengan penayangan film yang juga berjudul Pulau Plastik, berlanjut dengan survei-survei dan edukasi. Ada pula Pawai Bebas Plastik yang berisi diskusi, art class, yoga, pemutaran documenter, dan lain sebagainya, kerjasama dari Indorelawan.org, gerakan diet

kantong plastik, #diverscleanaction, greenpeace, pulau plastik, econusa, walhi, dan Pandu Laut Nusantara. Ada pula kelas online dan seminar yang dilakukan untuk memberikan edukasi perihal bahaya plastik, serta memfasilitasi ruang diskusi mengenai masalah yang timbul dari plastik.

Para pelaku kampanye melihat peluang untuk masuk ke ranah bisnis, seperti #diverscleanaction bersama KFC Indonesia yang pada tahun 2018 merilis NoStrawMovement, yaitu kebijakan untuk tidak lagi menyediakan sedotan plastik di gerai KFC seluruh Indonesia. Kebijakan serupa juga diterapkan oleh McDonald, Starbucks, termasuk tempat makan lainnya. Program #pay4plastic juga menghasilkan peraturan kantong plastik berbayar dari APRINDO (Asosiasi Peritel Indonesia) yang berujung kepada peniadaan kantong plastik di minimarket, supermarket ataupun cabang ritel sejenisnya.

Suara yang menuntut tanggung jawab perusahaan-perusahaan produsen sumber limbah plastik, mendorong langkah penanganan melalui CSR (*Corporate Social Responsibility*). Sebagaimana Coca-Cola Indonesia, Indofood, Tetra Pak, Tirta Investama, serta Yayasan Unilever Indonesia yang membuat program PRAISE (Packaging and Recycling for Indonesia Sustainable Environment), yaitu program pengawasan sistem pengelolaan sampah kemasan yang terintegrasi dan berkelanjutan (Nestle Indonesia, 2017). Penerapan Danone Aqua salah satunya dengan mengganti kemasan berbahan daur ulang, sekaligus memberikan pembinaan kepada kelompok masyarakat untuk mendaur ulang sampah plastik.

The Body Shop merupakan salah satu brand yang lekat dengan program-program kampanye diet plastik. Adapun kontribusinya berupa pencarian tanda tangan untuk petisi #pay4plastic di gerai-gerai seluruh Indonesia, pemberian donasi kepada Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik, serta program Bring Back Our Bottle yang menghimbau konsumen untuk membawa botol kosong kembali ke gerai untuk ditukar dengan poin. Program tukar

poin atau cap tersebut juga diterapkan oleh Sensatia Botanicals, kiehl's, innisfree indonesia, serta beberapa brand lainnya.

Besarnya kontribusi komunitas, NGO maupun industri bisnis masih belum dapat menuntaskan permasalahan yang ditimbulkan oleh plastik. Pemerintah mengambil peran untuk ikut serta dalam usaha pengentasan permasalahan plastik dengan otoritasnya sebagai pengatur regulasi negara. Adapun kebijakan yang telah dihasilkan antara lain:

1. Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan atau permenLHK no.75 Tahun 2019 yang melarang kemasan saset, sedotan, kantong, dan alat makan sekali pakai berbahan plastik per tanggal 1 januari 2030.
2. Peraturan Daerah (Perda) Jawa Tengah No.3 Tahun 2014 Pasal 16 Ayat 1 yang membahas tentang pembatasan penggunaan kantong plastik dan menghindari barang serta kemasan sekali pakai.
3. Peraturan Walikota (Perwal) Semarang Nomor 27 Tahun 2019 yang menggolongkan tas, sedotan, pipet berbahan plastik, dan *styrofoam* sebagai jenis plastik yang dilarang penggunaannya.
4. Persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) sejak Februari 2019 untuk rencana penerapan cukai plastik di Indonesia.
5. Serta peraturan-peraturan terkait pengelolaan limbah plastik.

Dukungan pemerintah tidak terbatas perihal regulasi, tetapi juga ditunjukkan melalui pembagian tumblr, tote bag, tas kain, sedotan guna ulang, dan lain sebagainya. Termasuk pula terlibat bersama komunitas maupun NGO di kegiatan-kegiatan yang mengedukasi masyarakat.

Program dalam rangkaian pelaksanaan kampanye diet plastik memiliki segmentasi masing-masing. Mulai dari peraturan yang melarang penggunaan plastik dari pemerintah dan kebijakan plastik berbayar untuk seluruh lapisan masyarakat, menjadi bentuk pencegahan

bertambahnya penggunaan plastik. Program NoStrawMovement dan #habiskanmakananmu untuk mencegah penggunaan plastik oleh produsen beserta konsumen di gerai makanan dan minuman maupun rumah makan. Pengurangan jumlah penggunaan plastik yang beredar dilakukan melalui program Bring Back Our Bottle dan #tukarbaju. Program penanganan serta pengelolaan sampah plastik diatasi dengan beberapa cara seperti yang dilakukan oleh BackInd.

Organisasi BackInd yang aktif di Kota Semarang membuat program Peluk Bumi, dimana program ini berfokus pada pengelolaan sampah dengan sasaran penduduk perkotaan usia 18-35 tahun. Kegiatannya mencakup Beach Clean Up, Edukasi Door to Door, Workshop Pengolahan Sampah, Pembinaan Bank Sampah, serta Webinar atau seminar Back Your Mind. Hasil olah limbah dari pelaksanaan kegiatan juga diberdayakan melalui Life&Co, toko ramah lingkungan oleh BackInd yang menjual tanpa menggunakan kemasan plastik.

Gambar 2.1 Kegiatan Pembinaan Bank Sampah



Sumber: dokumentasi BackInd

Gambar 2.2 Kegiatan Beach Clean Up



Sumber: dokumentasi BackInd

Gambar 2.3 Kegiatan Edukasi Door to Door dan Workshop Pengolahan Sampah



Sumber: dokumentasi BackInd

Gambar 2.4 Kegiatan Webinar atau Seminar Back Your Mind



Sumber: dokumentasi BackInd

2.2. Berita Kerusakan Lingkungan

Konsumsi berita negatif memberikan efek psikologis yang cukup intens. Hal tersebut menunjukkan potensi berita negatif, yang apabila digunakan untuk membahas topik yang tepat dapat memberi dampak yang positif. Sesuai pola yang berlaku, pemberitaan kerusakan lingkungan akibat penggunaan plastik merupakan salah satu isu berita yang dapat menimbulkan rasa bersalah. Penulisan berita dapat ditulis dengan sudut pandang tertentu untuk menguatkan dampak pada audiens, maka tidak berhenti sebagai pengetahuan saja, namun mampu membentuk sikap ataupun perilaku tertentu.

Liputan berita kerusakan lingkungan akibat sampah plastik di Kota Semarang dan sekitarnya selama semester awal 2021 berjumlah 6 artikel, dilaporkan oleh media lokal melalui berbagai portal khususnya digital. Sebagian diantaranya melaporkan informasi yang sama, menunjukkan permasalahan yang muncul menggerakkan media. Perilisan berita tersebut tidak menjadi laporan utama dan bersamaan dengan rilisnya berita lain, sedangkan

setiap media rata-rata merilis lebih dari 30 artikel setiap harinya. Hal ini berpengaruh terhadap daya terpaan yang dimiliki oleh berita tersebut.

Gambar 2.5 Berita (1)



Sumber: mongabay

Gambar 2.6 Berita 2



Sumber: suarajawatengah

Gambar 2.7 Berita (3)



Sumber: radarsemarang

Tujuan berita salah satunya adalah mengaktifkan fungsi *monitoring*, sehingga masyarakat dapat menyesuaikan respon berdasarkan situasi terkini yang dilaporkan dalam berita. Sikap dan perilaku masyarakat juga akan terbentuk semakin kuat setelah berkali-kali membaca, melihat, atau mendengar berita negatif. Namun, jumlah publikasi berita rusaknya lingkungan akibat plastik sangat sedikit dibanding berita dengan topik lain. Hal ini bergantung kepada praktik penyajian berita di media.

2.3. Perilaku Penggunaan Plastik

Laporan hasil evaluasi salah satu kampanye diet plastik, Plastic Free July menunjukkan bahwa sebanyak 326 juta orang dari 177 negara per 2020 telah berpartisipasi dalam kampanye tersebut. Data tersebut seharusnya dapat diartikan kurang lebih sebanyak 326 juta orang di 177 negara berperilaku bijak dalam menggunakan plastik. Namun laporan tersebut tidak

mencantumkan sejauh mana perkembangan yang dialami partisipan, sehingga tidak diketahui berapa banyak masyarakat yang mencapai tingkat awareness, cognitive, dan behavior, atau lebih tertarik pada merchandise yang dibagikan melalui kegiatan kampanye, serta kemungkinan-kemungkinan lain yang dapat menarik partisipan.

Pelaksanaan 3R School Program dari waste4change memberikan hasil yang baik dengan perilaku reduce, reuse, recycle siswa terhadap sampah, namun perilaku tersebut tidak serta merta menjadi permanen. Kebiasaan 3R yang ditanamkan selama sekolah kemudian tidak berlanjut setelah siswa lulus (Zahra, 2021). Kelemahan yang dilaporkan dari hasil pelaksanaan program Peluk Bumi dari BackInd mencantumkan terbatasnya sumber daya manusia, serta kendala birokrasi dan perijinan dari pihak pemerintah. Kondisi ini diperparah dengan kecenderungan aktivitas belanja online dan jasa pesan-antar yang meningkat selama pandemi. Menurut hasil survei Pusat Penelitian Oseanografi dan Pusat Penelitian Kependudukan LIPI (2020) intensitasnya naik menjadi dua kali lipat dari kondisi normal. Data tersebut menunjukkan bahwa 96% paket menggunakan bungkus plastik tebal dilapisi dengan *bubble wrap* dan selotip, sehingga semakin menambah volume sampah plastik.

Kebiasaan praktis seperti membuang sampah sembarangan, membakar sampah, menggunakan barang atau kemasan sekali pakai menjadi hal yang sering terjadi di kalangan masyarakat Indonesia. Akibatnya timbul masalah dari perilaku yang tidak bertanggung jawab. Seperti 6 pantai di Kota Semarang (Maron, Marina, Mangunharjo, Mangkang Kulon, Baruna, dan Cipta) yang mempunyai densitas sampah yang tinggi. Berdasarkan data LIPI dan DCA (2019), dalam satu garis transek Pantai Mangunharjo terdapat 36 % sedotan, 50% plastik sekali pakai dan 14% sampah lainnya. Sedangkan dari kegiatan Beach Clean Up dari Program Peluk Bumi pada September 2021 menghasilkan temuan sebanyak 143,36 kg sampah.

Penggunaan plastik sekali pakai di Kota Semarang menghasilkan komposisi sampah kedua terbanyak, dengan 17,2 % plastik dari total sampah di TPA Jatibarang (DLH,2019). Lebih parah lagi DLH Semarang memprediksi apabila angka produksi sampah tidak menurun, maka pada tahun 2021 TPA tersebut akan mencapai limitnya. Hal tersebut berpotensi meningkatkan suhu bumi dan menyebabkan ledakan gas metana (CH₄), seperti yang pernah terjadi di TPA Leuwigajah pada tahun 2005. Termasuk sampah plastik ditemukan menyumbat saluran air yang dapat memicu kenaikan air berakibat banjir. Terjadinya fenomena-fenomena tersebut juga merupakan akibat dari perilaku penggunaan plastik yang kurang bijak, yang secara akumulatif berkontribusi menempatkan Indonesia sebagai negara penghasil sampah plastik terbanyak peringkat kedua di dunia.

Permasalahan penggunaan plastik memerlukan penanganan cepat dan efektif. Keterlibatan seluruh komponen yang ada di masyarakat dibutuhkan untuk melakukan hal tersebut. Lingkungan hidup secara fisik dan sosial yang mendukung perilaku bijak menggunakan plastik dapat diwujudkan dengan berbagai usaha, termasuk melalui kampanye diet plastik, pemberitaan kerusakan lingkungan, atau cara-cara lain yang dianggap tepat untuk segera mencapai tujuan bersama.