

BAB III

ANALISA MASALAH

3.1 Kebijakan Pemda Kota Bandung

3.1.1 SK. Walikota Bandung No.1197 Tahun 1986

- Merumuskan kebijakan teknik pengelolaan kebersihan kota dan memberikan bimbingan teknik pengelolaan kebersihan dan yang berkepentingan sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Walikota dan perundang-undangan yang berlaku.
- Melaksanakan pengelolaan sampah kota sesuai dengan perkembangan yang ada.
- Meneliti dan mengembangkan sistem pengelolaan kebersihan kota sehingga diperoleh suatu sistem pengelolaan kebersihan kota yang tepat, cepat, murah dan aman.
- Meneliti dan mengembangkan cara-cara pengelolaan sampah kota agar dapat dimanfaatkan kembali.
- Meneliti dan mengembangkan cara-cara pengelolaan sampah kota yang tidak dapat dimanfaatkan kembali sehingga tidak menimbulkan pencemaran lingkungan hidup sekitarnya.

3.1.2 Latar Belakang Pembentukan

- Dibentuk untuk menggantikan fungsi dan tugas pokok dari lembaga pengelolaan sampah sebelumnya yaitu Dinas Kebersihan Kota.
- Permasalahan kecepatan dalam recruitment pegawai
- Permasalahan kecepatan dalam penyediaan prasarana dan sarana.
- Permasalahan legalitas dan kepercayaan bagi pemberi pinjaman.

3.1.3 Proses Pembentukan

- Difasilitasi oleh Direktorat Jendral Cipta Karya Departemen PU, Pemerintah Kota Bandung Menyelenggarakan Proyek Pengembangan Kota Bandung atau *Bandung Urban Development Project* (BUDP) dan menyusun sebuah studi kelayakan peningkatan pelayanan di bidang persampahan dalam manajemen 'perusahaan Daerah'.
- Pemerintah Kota bersama-sama dengan *manajemen project* menyiapkan kelengkapan pembentukan Perusahaan Daerah (perangkat peraturan Daerah dan Struktur Organisasi dan Tata Kerja) dan dibentuklah Perusahaan Daerah Kebersihan Kota Bandung.

3.1.4 Bisnis Utama

- Jasa pelayanan kebersihan jalan dan fasilitas umum (kemanfaatan umum/*Public Service*)
- Jasa pelayanan kebersihan untuk pemukiman, pasar, tempat usaha (kemanfaatan individu/kelompok) terutama berbentuk jasa pengangkutan dan pembuangan sampah
- Pemanfaatan sampah (usaha reduksi, reused, recycled sampah / 3R)

3.2 Proses Pengelolaan Sampah PD Kebersihan

3.2.1 Penyapuan, Pengumpulan dan Pewadahan Sampah

Penyapuan, pengumpulan dan pewadahan sampah di daerah pemukiman memerlukan partisipasi masyarakat. Masyarakat dapat berpartisipasi untuk membuang sampah pada tempat telah disediakan. PD Kebersihan akan membantu dengan menurunkan petugas kebersihan yang bertugas mengangkut sampah yang telah terkumpul tersebut.

Berbeda halnya dengan sumber sampah yang berasal jalan umum, pasar, fasilitas umum atau lingkungan komersial lainnya, seluruh tanggung jawab kebersihan diserahkan pada PD Kebersihan. PD Kebersihan menurunkan petugasnya untuk melakukan penyapuan, pengumpulan dan pewadahan sampah di lokasi tersebut. Selain itu pemerintah juga memasang sarana berupa tempat-tempat

sampah agar masyarakat dapat ikut berpartisipasi untuk membuang sampah pada tempat yang telah disediakan tersebut.

3.2.2 Pengangkutan ke TPS

Sampah yang terkumpul akan dibawa oleh gerobak-gerobak sampah menuju ke TPS. Di TPS sampah tersebut ada sebagian diangkut ke pabrik-pabrik pengolahan sampah untuk didaur ulang, sebagian lain dibawa untuk dibuat kompos dan sisanya akan diangkut ke TPA. Untuk sampah B3 yang ditemukan akan diangkut ke tempat yang jauh dari lingkungan penduduk agar tidak membahayakan manusia.

3.2.3 Pengelolaan di TPA

Sampah yang diangkut ke TPA sudah tidak dapat dimanfaatkan kembali. Sampah tersebut akan ditimbun atau dilakukan pengelolaan lebih lanjut yaitu dengan sistem *control landfill* yaitu sampah akan dipadatkan setinggi satu meter lalu diurug dengan tanah. Sampah tersebut akan dibiarkan lama agar membusuk dan menghasilkan cairan lindi yang dapat dimanfaatkan sebagai pengganti gas elpiji.

3.3 Sistem Pengelolaan Sampah Yang Baik Dan Benar

Sampah atau limbah padat pada hakikatnya mengandung komponen-komponen yang sangat bermanfaat dan memiliki nilai ekonomi tinggi namun karena tercampur secara acak maka nilai ekonominya hilang, sebaliknya malah menimbulkan bencana membahayakan lingkungan hidup.

Apabila komponen-komponen yang ada pada sampah dipisahkan menurut jenisnya masing-masing maka sampah akan mudah dimanfaatkan kembali. Sampah plastik dikumpulkan bersama sampah plastik lainnya kemudian dikirim ke pabrik pengolahan sampah plastik, sampah kertas dikumpulkan bersama kertas lainnya kemudian dikirim ke pabrik pengelolaan sampah kertas, begitu pula dengan sampah basah (organik) yang dikumpulkan untuk selanjutnya diolah agar bisa menjadi pupuk kompos yang berguna untuk pertanian. Dengan cara ini sampah yang terbangun akan semakin berkurang sehingga pencemaran bisa semakin diminimalisir.

3.3.1 Penanganan Sampah Basah (Organik)

Sampah basah (organik) bisa bermacam-macam ada yang berasal dari sampah daun yang berserakan di jalan, sisa sayuran, buah-buahan busuk, sisa makanan dan lain-lain. Sampah tersebut dikumpulkan menurut jenisnya karena setiap dedaunan atau rerumputan memiliki umur tersendiri untuk membusuk.

Sampah yang telah terkumpul akan didiamkan selama satu bulan jika perlu dibakar sebagian. Sampah yang sudah berumur satu bulan atau lebih akan digiling, hasil dari penggilingan itu disaring dengan saringan khusus untuk mendapatkan pupuk kompos bubuk.

Sisa dari penyaringan tersebut akan digiling kembali, jika sampah tersebut masih tersisa akan didiamkan selama beberapa hari untuk selanjutnya kembali digiling dan disaring sehingga menjadi pupuk kompos.

3.3.2 Penanganan Sampah Kering (Non-Organik)

Sampah kering (non-organik) terdiri dari sampah sampah yang sulit hancur oleh tanah dalam jangka waktu yang lama seperti sampah plastik, kaleng bekas, sandal, kain dan lain-lain. Sampah tersebut akan dibeli dalam bentuk utuh dari para penampung oleh pabrik pengolahan sampah kering (non-organik). Meskipun begitu ada juga pabrik yang hanya mengumpulkan satu macam sampah kering (non-organik).

Sampah yang telah dibeli dari para penampung kemudian disortir (dipilih) sampah mana saja yang siap digiling. Masing masing sampah memiliki kode atau nama yang membedakan dari sampah lainnya, sehingga pada saat sudah menjadi bijih bisa digunakan pada kegunaan yang tepat.

3.4 Kondisi Kota Bandung Dan Sekitarnya

3.4.1 Bandung Dan Sekitarnya

Secara geografis Bandung terletak di antara 6041'-7019' Lintang Selatan dan 107022'-10805' Bujur Timur.

Luas Wilayah = 2.324,64 Km². Batas-batas Wilayah Kabupaten Bandung.

Sebelah Utara : Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Subang.

Sebelah Selatan : Kabupaten Garut dan Cianjur.

Sebelah Barat : kabupaten Cianjur

Bagian Tengah : Kotamadya Bandung Demografi tahun 2002

Populasi total = 4.145.967 jiwa.

Laki-laki = 2.087.556 jiwa.

Wanita = 2.058.411 jiwa.

Jumlah rumah tangga = 2.043.114 KK.

Tingkat kepadatan pendudukan yaitu 54 jiwa/ha. Secara administratif wilayah pemerintahan kabupaten bandung terdiri dari:

- ❖ 45 Wilayah Kecamatan
- ❖ 233 Wilayah Desa
- ❖ 203 Wilayah Kelurahan

Kabupaten Bandung yang merupakan cekungan di dataran tinggi Bandung yang morfologinya terdiri atas wilayah datar/landai, kaki bukit dan pegunungan. Kemiringan lerengnya bervariasi antara 0,8%, 8-15 hingga diatas 45%.

3.4.2 Kondisi Tempat Pembuangan Akhir Sampah di Kota Bandung

Kondisi Tempat pembuangan akhir sampah (TPA) di kota Bandung sudah penuh dengan sampah, kita ambil contoh TPA Leuwigajah yang berada di belahan lembah di sekitar Kabupaten Cireudeu, Kelurahan Leuwigajah, Kecamatan Cimahi Selatan.

TPA seluas kurang lebih 24 ha ini sampahnya sudah banyak yang menggunung bahkan sudah menyeret ke jalan-jalan dan depan perkantoran TPA. Hampir tidak terlihat lagi lahan kosong di sekitar areal TPA, semuanya sudah menjadi lautan sampah.

Berdasarkan data di Dinas Lingkungan Hidup Kota Cimahi, setiap harinya, volume sampah yang dibuang ke TPA Leuwigajah mencapai 4.000 m³. Volume sampah tertinggi pun berasal dari kota Bandung yaitu sekira 2.500 m³/hari, sedangkan Kab. Bandung sekira 1.000 m³/hari. Sementara itu, sampah yang berasal dari kota Cimahi sendiri hanya sekira 460 m³. Dengan kondisi yang ada saat ini, TPA Leuwigajah diperkirakan hanya bertahan antara empat sampai dengan lima tahun lagi. (<http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/0504/25/0106.htm>).

Meskipun umur TPA Leuwigajah dinyatakan empat sampai lima tahun lagi tetapi kini setelah terjadinya bencana longsor sampah yang menimpa TPA tersebut TPA ditutup dan digantikan dengan TPA yang sudah ditutup sebelumnya yaitu di TPA Jelengkong.

TPA Jelengkong juga tidak dapat menampung sampah dalam jumlah banyak dalam waktu yang lama. Bahkan akhir-akhir ini sebagian TPS-TPS yang ada di Bandung sudah penuh dan banyak

diantaranya yang sudah tidak dapat lagi menampung sampah. Kondisi ini menandakan bahwa keadaan TPA di kota Bandung sudah sangat penuh dan mengkhawatirkan.

3.5 Analisa Pemahaman Masyarakat Kota Bandung Tentang Pengelolaan Sampah

3.5.1 Analisa Hasil Survey Masyarakat Kota Bandung

Untuk melengkapi data penulis melakukan berbagai macam survey, dan diantaranya adalah membuat kuesioner yang nantinya akan diisi oleh masyarakat. Kuesioner ini juga bermanfaat sebagai pembandingan.

Karena tidak mungkin untuk menanyakan langsung semua pertanyaan kepada seluruh masyarakat kota Bandung. Maka penulis hanya akan menanyakan kepada 100 orang responden. Meskipun jumlah ini terlalu kecil jika dibandingkan dengan seluruh masyarakat kota Bandung tetapi setidaknya mereka bisa mewakili jawaban dari seluruh masyarakat Bandung ini. 100 Responden itu terbagi kedalam 58 orang laki-laki dan 42 orang wanita, dengan pendidikan 2 orang SD, 3 Orang SMP, 27 orang SMA, 58 orang masih kuliah dan 10 orang sarjana. Status mereka yang belum menikah 74 orang dan yang sudah menikah 26 orang. Umur mereka juga sangat bervariasi tetapi penulis hanya akan membagi umur mereka pada 4 bagian yaitu umur 14 s/d 19 tahun 25 orang, umur 20 s/d 25 tahun 52 orang, umur 26 s/d 29 tahun 13 orang dan terakhir umur 30 tahun keatas 10 orang.

Data diatas ini menunjukkan bahwa responden-responden ini tidak hanya mewakili satu golongan saja, tetapi terbagi-bagi dalam berbagai golongan pendidikan, status, jenis kelamin dan umur. Dengan adanya data ini semoga bisa dengan jelas menggambarkan pemahaman mereka tentang pengelolaan sampah di kota Bandung sebagai bahasan utama kampanye ini.

Pertanyaan pertama “Apakah anda membuang sampah pada tempatnya?”, dari 100 responden yang 4 orang menjawab tidak pernah, 38 orang menjawab kadang-kadang, 8 orang menjawab pernah, 35 orang menjawab sering dan 15 orang menjawab sering sekali. Lihat tabel dibawah ini untuk lebih jelasnya.

Umur	Tidak Pernah	Kadang-kadang	Pernah	Sering	Sering sekali
14 - 19 tahun	1 suara	8 suara	3 suara	9 suara	4 suara
20 - 25 tahun	2 suara	27 suara	3 suara	14 suara	6 suara
26 - 29 tahun	1 suara	1 suara	2 suara	7 suara	2 suara
30 tahun keatas	-	2 suara	-	5 suara	3 suara
Jumlah	4 suara	38 suara	8 suara	35 suara	15 suara

Tabel 3.1 Hasil Survey Prilaku Masyarakat Dalam Membuang Sampah

Pertanyaan kedua, “Apakah anda sudah pernah mendengar tentang sistem pemilahan sampah?”, 17 orang menjawab tidak pernah, 11 orang menjawab kadang, 52 orang menjawab pernah, 18 orang menjawab sering dan 2 orang menjawab sering sekali. Lihat tabel dibawah ini untuk lebih jelasnya.

Umur	Tidak Pernah	Kadang-kadang	Pernah	Sering	Sering sekali
14 - 19 tahun	5 suara	3 suara	12 suara	5 suara	-
20 - 25 tahun	9 suara	6 suara	26 suara	10 suara	1 suara
26 - 29 tahun	2 suara	-	9 suara	1 suara	1 suara
30 tahun keatas	1 suara	2 suara	5 suara	2 suara	-
Jumlah	17 suara	11 suara	52 suara	18 suara	2 suara

Tabel 3.2 Hasil Survey Tahu Tidaknya Masyarakat Tentang Pemilahan Sampah

Pertanyaan ketiga, “Apakah dalam membuang sampah anda memilah sampah?”, 50 orang menjawab tidak pernah, 28 orang menjawab kadang-kadang, 16 orang menjawab pernah, 6 orang menjawab sering dan tidak satu orang pun menjawab sering sekali. Lihat tabel dibawah ini untuk lebih jelasnya.

Umur	Tidak Pernah	Kadang-kadang	Pernah	Sering	Sering sekali
14 - 19 tahun	12 suara	8 suara	4 suara	1 suara	-
20 - 25 tahun	23 suara	15 suara	10 suara	4 suara	-
26 - 29 tahun	8 suara	3 suara	2 suara	-	-
30 tahun keatas	7 suara	2 suara	-	1 suara	-
Jumlah	50 suara	28 suara	16 suara	6 suara	-

Tabel 3.3 Hasil Survey Prilaku Masyarakat Dalam Memilah Sampah

Pertanyaan keempat, “Apakah anda setuju akan pentingnya memilah sampah?”, 2 orang menjawab sangat tidak setuju, 5 orang menjawab tidak setuju, 22 orang menjawab ragu-ragu, 53 orang menjawab setuju dan 18 orang menjawab sangat setuju. Lihat tabel dibawah ini untuk lebih jelasnya.

Umur	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat Setuju
14 - 19 tahun	1 suara	4 suara	1 suara	14 suara	6 suara
20 - 25 tahun	1 suara	15 suara	3 suara	25 suara	7 suara
26 - 29 tahun	-	1 suara	-	8 suara	4 suara
30 tahun keatas	-	2 suara	1 suara	6 suara	1 suara
Jumlah	2 suara	22 suara	5 suara	53 suara	18 suara

**Tabel 3.4 Hasil Survey Pernyataan Masyarakat
Tentang Pemilahan Sampah**

3.5.2 Kesimpulan Hasil Analisa Pemahaman Masyarakat Kota Bandung Tentang Pemilahan Sampah

Dari analisa yang dilakukan penulis dengan menggunakan kuesioner maka didapat kesimpulan sebagai berikut;

Masyarakat kota Bandung umumnya jarang membuang sampah pada tempatnya namun tidak sedikit yang mengatakan sering dengan hanya terpaut 3 suara, jadi pada dasarnya mereka sadar untuk membuang sampah pada tempatnya.

Dari hasil penelitian ternyata kebanyakan dari mereka sudah pernah mendengar sistem pemilahan sampah. Kesimpulannya sosialisasi tentang pemilahan sampah ini sudah pernah dilakukan pemerintah sebelumnya.

Tetapi ketika mereka ditanya apakah mereka memilah sampahnya dulu sebelum dibuang ke tempat sampah, ternyata jawaban mereka adalah tidak. Artinya sosialisasi yang dilakukan pemerintah ini tidak berhasil.

Dan pendapat mereka ketika mereka diminta untuk memilih antara setuju atau tidak dengan adanya kampanye pemilahan sampah ini ternyata jawaban mereka setuju. Ini berarti kampanye ini diinginkan masyarakat untuk dilakukan.

Dari keseluruhan hasil analisa ini maka ditarik kesimpulan akhir yaitu mereka sadar untuk membuang sampah pada tempatnya dan mereka juga sudah pernah mendengar sistem pemilahan sampah ini. tetapi hanya sekedar pemberitahuan dan tidak ditindaklanjuti lebih dalam sehingga mereka tidak pernah memilah sampahnya, meskipun begitu mereka setuju dengan adanya sistem ini.

3.5.3 Media Yang Dipilih Masyarakat

Pertanyaan ke lima, “Menurut anda media apa yang cocok untuk kampanye pengelolaan sampah ini?”, dari hasil analisa akan diketahui media apa yang dianggap cocok oleh responden yaitu yang memilih billboard 2 suara, yang memilih majalah atau Koran 7 suara, yang memilih poster 19 suara, yang memilih brosur 7 suara dan yang memilih TV 65 suara. Untuk lebih jelasnya lihat tabel dibawah ini:

Umur	Billboard	Majalah/ koran	Poster	Brosur	TV
14 - 19 tahun	1 suara	3 suara	7 suara	3 suara	11 suara
20 - 25 tahun	1 suara	3 suara	11 suara	3 suara	34 suara
26 - 29 tahun	-	-	-	-	13 suara
30 tahun keatas	-	1 suara	1 suara	1 suara	7 suara
Jumlah	2 suara	7 suara	19 suara	7 suara	65 suara

Tabel 3.5 Hasil Survey Pernyataan Masyarakat Tentang Media

Kesimpulan dari analisa ini adalah mereka memilih media TV sebagai media yang disukai dan dianggap cocok untuk kampanye pengelolaan sampah kota Bandung ini dengan 65 %.

3.5.4 Bentuk Visual Yang Paling Sesuai Untuk Masyarakat

Pertanyaan ke enam, ”Bentuk visual apa yang paling anda mengerti dan sesuai untuk kampanye ini?”, melalui analisa ini akan diketahui bentuk visual apa yang paling dimengerti dan sesuai untuk mereka, yang memilih pictogram 14 suara, yang memilih foto 33

suara, yang memilih gambar realis 13 suara, yang memilih komik 6 suara, dan yang memilih kartun 34 suara.

Dibawah ini adalah tabel mengenai bentuk visual yang paling dimengerti dan sesuai untuk kampanye ini oleh masyarakat.

Umur	Pictogram	Foto	Gambar Realis	Komik	Kartun
14 - 19 tahun	3 suara	4 suara	4 suara	3 suara	11 suara
20 - 25 tahun	8 suara	19 suara	7 suara	3 suara	15 suara
26 - 29 tahun	2 suara	6 suara	-	-	5 suara
30 tahun keatas	1 suara	4 suara	2 suara	-	3 suara
Jumlah	14 suara	33 suara	13 suara	6 suara	34 suara

Tabel 3.6 Hasil Survey Pernyataan Masyarakat Tentang Bentuk Visual

Dari hasil analisa ini maka disimpulkan sementara kartun adalah bentuk visual yang paling dimengerti dan sesuai untuk kampanye ini. Tetapi karena perbedaannya sangat tipis dengan foto yaitu satu suara (Foto 33 suara dan kartun 34 suara). maka penulis menarik kesimpulan bahwa kartun dan foto adalah bentuk visual yang paling dimengerti dan sesuai untuk kampanye pengelolaan sampah kota Bandung ini.

BAB IV

PEMECAHAN MASALAH

4.1 Isi Kampanye

4.1.1 Mengubah Prilaku Masyarakat Terhadap Sampah

Prilaku masyarakat dalam membuang sampah yang hanya sekedar membuang begitu saja ke tempat sampah, dewasa ini semakin menunjukkan ketidaksesuaian dengan kondisi yang ada sekarang ini. Prilaku masyarakat yang hanya membuang sampah begitu saja ke tempat sampah terbukti menimbulkan dampak yang sangat merugikan semua pihak.

Sampah yang semakin banyak ini hanya dibuang begitu saja ke tempat pembuangan sampah mulai dari tempat sampah di daerah pemukiman, TPS (tempat pembuangan sementara), sampai ke TPA (tempat pembuangan akhir). Perilaku ini menimbulkan penimbunan sampah di berbagai tempat selain dampak lainnya yaitu TPS dan TPA menjadi cepat penuh.

Salah satu cara mengatasi persoalan sampah ini adalah dengan mengubah perilaku penanganan sampah oleh masyarakat menjadi lebih baik sesuai dengan program yang telah dicanangkan oleh PD Kebersihan. Salah satu program PD Kebersihan dalam mengatasi masalah sampah ini adalah dengan membuat masyarakat mau memilah sampahnya.

4.1.2 Manfaat Kampanye Pemilahan Sampah

Manfaat dari masyarakat mau memilah sampahnya antara lain, Volume sampah yang berada di TPS dan TPA dapat berkurang karena terus diambil oleh perusahaan daur ulang dan pengomposan untuk dimanfaatkan kembali, sehingga dapat mengurangi penimbunan sampah.

Manfaat lainnya adalah mengurangi pengangguran dengan berdirinya pabrik yang mengolah sampah sebagai bahan bakunya. Serta dapat meningkatkan taraf hidup pemulung yang beralih profesi menjadi pendaur ulang atau pembuat pupuk kompos.

Sampah yang telah terpisah antara sampah basah (organik) dan sampah kering (non-organik) dapat langsung diolah tanpa harus dipisah-pisah kembali sehingga waktu yang diperlukan untuk memanfaatkan kembali sampah dapat lebih efisien.

Manfaat selanjutnya adalah mengatasi masalah langkanya lahan TPA yang saat ini di kota Bandung sedang krisis yang dikarenakan ditutupnya TPA Leuwigajah sehingga memaksa pemerintah membuka kembali TPA Jelengkong yang seharusnya sudah ditutup.

4.2 Strategi Kampanye

4.2.1 *5W+1H*

4.2.1.1 *What*

Agar kota Bandung lebih cepat terbebas dari masalah sampah yang bertumpuk, maka diperlukan perubahan perilaku penanganan sampah oleh masyarakat. Perubahan perilaku masyarakat ini tidak akan terjadi dengan sendirinya, karena itu dibutuhkan sebuah kegiatan kampanye.

Salah satu perilaku penanganan sampah yang baik dan benar adalah perilaku memilah sampah, jika sampah telah terpilah maka akan mendatangkan manfaat bagi masyarakat, yang salah satunya adalah sampah yang dihasilkan setiap harinya akan diambil oleh pabrik pengolahan sampah sehingga sampah tidak terus bertumpuk.

kampanye ini adalah bertujuan merubah perilaku masyarakat dalam membuang sampah dari yang tadinya hanya membuang begitu saja sampahnya menjadi sadar dengan memilah sampahnya.

4.2.1.2 *Why*

Agar masyarakat sadar dan mau membantu PD kebersihan dan Pemda dalam melaksanakan program-programnya. Yaitu mau melakukan pemilahan sampah, sehingga apa yang diharapkan bersama dapat berjalan dengan sukses.

4.2.1.3 *Who*

Target umum dari kampanye ini adalah masyarakat kota Bandung secara umum. Target khususnya secara geografis yaitu kotamadya Bandung, secara demografis pendidikan minimal SD dan segmentasinya sosial ekonomi menengah kebawah, secara psikografis yaitu ibu-ibu rumah tangga baik yang bekerja maupun yang bekerja dan para pembantu rumah tangga.

4.2.1.4 *Where*

Kampanye ini diadakan di kota Bandung.

4.2.1.5 *When*

Kampanye ini diadakan selama setahun 1 Mei 2006 s/d 30 April 2007 yang dibagi dalam 3 tahap yaitu tahap pengenalan, pemahaman, dan tindakan, ketiga tahap ini memiliki peran yang berbeda seperti yang akan dijelaskan dibawah ini.

4.2.1.5.1 Tahap Pengenalan

Tahap pengenalan adalah tahap dimana kegiatan dilakukan dengan memberikan informasi tentang isi kampanye. Tahap ini akan diadakan selama 2 bulan yaitu tanggal 1 Mei 2006 s/d 30 Juni 2006, kegiatannya berupa pemasangan iklan di koran atau majalah, billboard, brosur dan lainnya. Untuk lebih jelasnya lihat tabel berikut :

No	Kegiatan Kampanye	Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4
Tahap Pengenalan									
Above The Line									
1	Iklan Koran								
2	Iklan Majalah								
3	Billboard								
4	Poster								
5	Spanduk								
Below The Line									
6	Flyer								
7	Brosur								
8	Stiker								
Through The Line									
9	Tempat Sampah								
10	Pembagian Kantong Sampah								

Tabel 4.1 Tahap Pengenalan

4.2.1.5.2 Tahap Pemahaman

Tahap pemahaman dilakukan dengan kegiatan yang dapat membuat masyarakat paham lebih jauh tentang isi kampanye. Tahap ini akan diadakan selama 4 bulan yaitu tanggal 1 Juli 2006 s/d 31 Oktober 2006 sebagian kegiatannya hampir sama dengan kegiatan pada tahap pengenalan, hanya saja isinya lebih mendetail, selain itu diadakan

penambahan media berupa buklet, iklan TV dan program televisi daerah untuk memperjelas informasi. Untuk lebih jelasnya lihat tabel berikut :

No	Kegiatan Kampanye	Juli				Agustus				September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tahap Pemahaman																	
Above The Line																	
1	Iklan Koran	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	Iklan Majalah	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3	Billboard	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4	Poster	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	Spanduk	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Iklan TV	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7	Program Televisi Daerah	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Below The Line																	
8	Flyer	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
9	Brosur	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
10	Stiker	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
11	Buklet	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Through The Line																	
12	Tempat Sampah	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
13	Pembagian Kantong Sampah	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Tabel 4.2 Tahap Pemahaman

4.2.1.5.3 Tahap Tindakan

Tahap tindakan dilakukan agar masyarakat tidak pernah lupa akan tujuan kampanye. Tahap ini akan diadakan selama 6 bulan yaitu tanggal 1 November 2006 s/d

30 April 2007. Pada tahap ini kegiatan kampanye yang diadakan sebelum tahap ini sebagian masih tetap diteruskan, tetapi kegiatan lebih terfokus pada bagaimana agar masyarakat tidak melupakan tujuan kampanye jika kampanye ini telah berakhir. Keegiatannya berupa even-even seperti gerak jalan, kerja bakti dan pagelaran musik, untuk lebih jelasnya lihat tabel berikut :

No	Kegiatan Kampanye	November				Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tahap Tindakan																									
Above The Line																									
1	Iklan Koran	■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■	
2	Iklan Majalah		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■
3	Billboard	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4	Poster Kegiatan	■												■								■			
5	Spanduk	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Iklan TV		■				■				■				■				■				■		
Below The Line																									
7	Stiker			■				■				■				■				■				■	
Through The Line																									
8	Even Gerak Jalan	■	■	■	■																				
9	Even Kerja Bakti			■				■				■				■				■				■	
10	Pagelaran Musik		■				■				■				■				■				■		
11	Tempat Sampah	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
12	Penjualan Kantong Sampah			■				■				■				■				■				■	

Tabel 4.3 Tahap Tindakan

4.2.1.6 *How*

Kampanye perubahan perilaku masyarakat untuk memilah sampah ini menggunakan strategi persuasif, yaitu memberikan informasi yang bersifat membujuk sehingga masyarakat dapat dengan sadar dan atas kemauannya sendiri memilah sampahnya.

4.2.2 Bentuk Kampanye

Bentuk kampanye ini termasuk kedalam kategori kampanye perubahan sosial atau *ideo-logically or cause oriented campaigns* yaitu kampanye yang ditujukan menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik terkait.

Kampanye ini akan menekankan pada bentuk kampanye persuasi yang dianggap sesuai dengan tema kampanye ini yaitu tentang mengubah perilaku masyarakat akan sampah dengan berperan aktif memilah sampah.

4.3 Media Kampanye

Media kampanye ini menggunakan berbagai media. Setiap media yang digunakan menurut fungsinya masing-masing dan dalam tahapan waktu yang telah ditentukan.

4.3.1 Above The Line

4.3.1.1 Billboard

Iklan pada media billboard sangat potensial untuk dilihat masyarakat karena ditempatkan di jalan-jalan umum yang banyak lalu-lalang kendaraan dan orang. Karena itu media ini sangat penting untuk digunakan.

Ukuran media ini adalah tinggi 2 meter dan panjang 3 meter. Dan akan di tempatkan di alun-alun dan jalan Dago.

4.3.1.2 Iklan Majalah

Majalah adalah media yang sangat disukai oleh ibu-ibu dalam mencari informasi dalam bentuk bacaan di saat senggang. Karena itu sangatlah tepat untuk memanfaatkan media ini sebagai media kampanye.

Ukuran iklan pada majalah yaitu satu halaman dengan lebar 20 cm dan Panjang 28 cm dan akan dimuat di majalah lokal Mangle dan akan terbit setiap hari kamis.

4.3.1.3 Iklan Koran

Penggunaan iklan koran dikarenakan masyarakat khususnya ibu-ibu juga memiliki kebutuhan akan informasi lebih dari koran. Koran yang digunakan adalah koran lokal karena sasaran kampanye ini hanya di wilayah kota Bandung dan sekitarnya.

Ukuran iklan koran ini lebarnya 5 cm dan panjangnya 40 cm, dan akan dimuat di koran Pikiran Rakyat dan akan dimuat pada hari kamis untuk sebulan sekali.

4.3.1.4 Poster

Meskipun media poster adalah media yang sangat populer dan bisa ditempatkan dimana saja terdapat pengecualian, dalam kampanye ini poster tidak akan dipasang di tempat-tempat umum yang sifatnya hanya mengotori lingkungan.

Ukuran media poster adalah lebar 29,7 cm dan panjang 42 cm. media ini akan ditempatkan di papan pengumuman kantor-kantor pemerintahan.

4.3.1.5 Spanduk

Media spanduk cukup penting dan efektif untuk digunakan, karena media ini dapat dipasang di tempat-tempat strategis dan dapat menjangkau tempat-tempat yang tidak bisa dijangkau oleh media billboard.

Ukuran media spanduk ini adalah lebar 1 meter dan panjang 6 meter. Media ini akan dipasang di jalan raya umum, jalan tol, dan ditempat-tempat strategis lainnya.

4.3.2 Below The Line

4.3.2.1 Flyer

Flyer adalah media yang diperlukan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara lengkap. Media ini juga memiliki keuntungan lain yaitu biaya produksinya lebih murah karena ukurannya yang kecil, sehingga akan lebih banyak orang yang dapat memiliki informasi ini.

Ukuran media flyer adalah lebar 9.9 cm dan panjang 21 cm. media ini akan dibagikan kepada masyarakat secara gratis di tempat-tempat umum, di mol dan tempat-tempat strategis lainnya.

4.3.2.2 Brosur

Media brosur adalah media yang dapat menyampaikan lebih banyak informasi, karena itu media ini sangat memiliki peranan yang sangat penting untuk digunakan dalam kampanye.

Ukuran media brosur adalah lebar 21 cm dan panjang 29,7 cm. brosur akan dibagikan rumah kerumah.

4.3.2.3 Stiker

Media stiker merupakan media yang punya kelebihan yaitu bisa ditempel di tempat-tempat yang disukai. Karena pesannya adalah kebersihan maka media stiker kampanye ini tidak dibagikan secara bebas.

Ukuran media stiker adalah panjang 8 cm dan lebar 8 cm. Media ini akan ditempel pada jendela kantor atau rumah-rumah warga.

4.3.3 Through The Line

4.3.3.1 Kantong Sampah

Media kantong sampah dapat dimanfaatkan sebagai media pengenalan yang sangat efektif, karena masyarakat akan lebih mengenal program kampanye jika ada sesuatu yang memberikan kepercayaan kepadanya bahwa kampanye ini nyata dan serius untuk dilakukan.

Media kantong sampah yang dibagikan secara gratis adalah ukuran sedang, yaitu lebar 30 cm dan panjang 40 cm.. media ini hanya akan dibagikan gratis pada masa kampanye tahap pengenalan, dan akan dijual pada masa kampanye tahap pemahaman dan tindakan, setelah masa kampanye berlalu pembuatan kantong sampah diserahkan pada pabrik pembuat kantong sampah itu sendiri.

4.3.3.2 Tempat Sampah

Media tempat sampah merupakan media pembantu, media ini tidak harus memerlukan produksi yang mahal dan bisa dibuat dengan bahan seadanya misalnya drum bekas.

Media tempat sampah tidak memiliki ukuran tertentu, ukurannya disesuaikan dengan bahan yang ada. Media ini akan ditempatkan di pasar, pemberhentian bus, mol dan daerah pertokoan.

4.4 Konsep Desain

4.4.1 Konsep Verbal

Kampanye ini ditujukan kepada ibu-ibu dan pembantu rumah tangga karena itu kata kunci (key word)-nya harus disesuaikan dengan sifat sasaran.

Maka dipilihlah kata **“Pilah Yuk”** sebagai kalimat ajakan. Kata “yuk” ini biasa dipakai oleh ibu-ibu untuk mengajak temannya. Untuk melengkapinya ditambahkan kalimat **“Sampah Hilang,**

Ibupun Senang”, kata-kata “Sampah Hilang” sebagai informasi tujuan kampanye dan kata-kata “Ibupun senang” diambil dari kepentingan sasaran yang coba penulis angkat.

4.4.2 Konsep Visual

4.4.2.1 Konsep Tipografi

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gambar 4.1 Huruf Goudy Sans Serif Italic

Jenis huruf yang digunakan dalam kampanye ini adalah jenis huruf “*Goudy Sans Serf Italic*”. Pemilihan jenis huruf ini dikarenakan jenis huruf ini terkesan gemulai meskipun begitu tetap tegas.

Kesan gemulai dikarenakan sasarannya merupakan ibu-ibu, dan kesan tegasnya dikarenakan jenis huruf ini digunakan sebagai slogan pemerintah.

4.4.2.2 Konsep Warna

Warna-warna yang digunakan dalam kampanye ini adalah warna-warna yang cerah, karena warna-warna cerah lebih berkesan bersih. Warna-warna yang dominant digunakan pada setiap media kampanye ini adalah warna biru, hijau dan kuning.

4.4.2.2.1 Warna Biru



Warna biru

menggambarkan langit yang cerah seakan-akan

C : 27 M : 0 memberikan gambaran
Y : 0 K : 0 bahwa kampanye ini akan membawa kota Bandung kepada dunia yang lebih cerah.

4.4.2.2.2 Warna Hijau



Warna hijau

merupakan warna rerumputan dan tanam-

C : 27 M : 0 tanaman, warna ini
Y : 70 K : 0 merupakan simbol dari kota bandung yang sejuk dan berbunga.

4.4.2,2.3 Warna Kuning



Warna kuning adalah warna yang menjadi simbol kebersihan, karena warna inilah yang selalu dipakai oleh petugas kebersihan dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

C : 0 M : 1
Y : 100 K : 0

4.4.2.3 Konsep Ilustrasi

Menggunakan bentuk visual kartun. Bentuk visual ini penulis gunakan karena merupakan salah satu bentuk visual yang dipilih oleh masyarakat melalui kuesioner. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa masyarakat memilih bentuk visual foto dan kartun untuk kampanye ini. Penulis memilih bentuk visual kartun, karena penggunaan bentuk visual ini lebih simpel dan berkesan bersih sehingga sesuai untuk kampanye ini yang bersifat bersih.

Karena ini adalah sebuah kampanye maka sedikitnya memerlukan sebuah maskot kampanye, maskot kampanye ini dibuat dengan menggunakan bentuk visual kartun. Rupa maskot kampanye ini adalah sebagai berikut :



Gambar 4.2 Maskot Kampanye

Penggunaan maskot tempat sampah agar lebih mengesankan bahwa kampanye ini berhubungan dengan sampah. Maskot ini dibuat dengan meniru tempat sampah yang paling banyak digunakan atau dimiliki keluarga.

Pada rupa maskot ini terdapat dua buah plastik, hal ini bisa diartikan bawa buanglah sampah ke tempat (plastik) yang berbeda sebelum dibuang ketempat sampah. Plastik hitam untuk sampah basah dan plastik putih untuk sampah kering.