

# DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK KAMPANYE PILAH SAMPAH OLEH BANK SAMPAH LUHU WIJAYA KESUMA DI GIANYAR

I Putu Gde Wijaya Kesuma<sup>1</sup>, Cok Gd. Raka Swendra<sup>2</sup>, Eldiana Tri Narulita<sup>3</sup>

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,  
Institut Seni Indonesia Denpasar, Jln. Nusa Indah, Denpasar, 80235, Indonesia

*E-mail: tudedink@gmail.com*

## Abstrak

Bank sampah merupakan tempat pengumpulan sampah nonorganik yang sudah dipilah berdasarkan jenis sampahnya seperti, botol plastik, botol kaca, tutup botol, kertas, sampai besi yang sudah tidak dipakai. Bank sampah ini memiliki manajemen seperti bank pada umumnya, tetapi yang di tabungkan disini adalah sampah yang nanti dapat ditukarkan dengan uang sesuai jumlah sampah yang sudah di tabung. Bank Sampah Luhu Wijaya Kesuma merupakan salah satu bank sampah yang ada di Gianyar yang memiliki tujuan agar masyarakat dapat menjaga lingkungannya tetap bersih dan dapat belajar memilah sampah. Program dari Bank Sampah ini masih awam bagi masyarakat khususnya di Gianyar. Kurangnya media kampanye yang dimiliki oleh Bank Sampah membuat proses sosialisasi menjadi kurang maksimal. Manfaat dari perancangan media kampanye untuk mensosialisasikan sistem pemilahan sampah di Bank Sampah agar menghasilkan media yang dapat digunakan untuk mensosialisasikan kegiatan kampanye pilah sampah. Dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, kepustakaan dan dokumentasi, yang dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penerapan teori prinsip-prinsip Desain Komunikasi Visual untuk membantu mengkampanyekan cara memilah sampah memakai konsep natural edukatif yang diterapkan pada media: banner facebook, infografis, tote bag. Dari sintesa data terungkap bahwa diperlukan solusi untuk membantu Bank Sampah Luhu Wijaya Kesuma mengadakan sosialisasi yang berupa kampanye.

**Kata Kunci:** Kampanye, Sosialisasi, Bank Sampah, Pilah Sampah

## Abstract

A waste bank is a place for collecting non-organic waste that has been sorted based on the type of waste, such as plastic bottles, glass bottles, bottle caps, paper, and iron that is no longer used. This waste bank has management like a bank in general, but what is saved here is waste which can later be exchanged for money according to the amount of waste that has been stored. Luhu Wijaya Kesuma Garbage Bank is one of the waste banks in Gianyar which has a goal so that people can keep their environment clean and can learn to sort waste. The program from the Waste Bank is still common to the public, especially in Gianyar. The lack of campaign media owned by the Waste Bank makes the socialization process less than optimal. The benefits of designing a media campaign to socialize the waste sorting system at the Waste Bank in order to produce media that can be used to socialize the waste sorting campaign activities. In collecting data using the methods of observation, interviews, literature and documentation, which were analyzed using qualitative descriptive methods. From the data synthesis, it was revealed that a solution was needed to help the Luhu Wijaya Kesuma Waste Bank conduct socialization in the form of a campaign. Application of Visual Communication Design principles to help campaign for waste sorting using natural educational concepts applied to media: facebook banners, infographics, tote bags.

**Keywords:** Campaign, Socialization, Waste Bank, Sorting Garbage

## PENDAHULUAN

Gianyar merupakan salah satu kabupaten yang mengalami peningkatan populasi penduduk di Bali. Seiring dengan peningkatan populasi penduduk di Gianyar juga diikuti dengan bertambahnya limbah rumah tangga dan penggunaan plastik sekali pakai yang menghasilkan sampah organik maupun anorganik. Peningkatan sampah yang terjadi sebagian besar berasal dari limbah rumah tangga maupun limbah industri. Akibat yang ditimbulkan ialah pembuangan sampah di tempat pembuangan sehingga menjadi salah satu faktor penyebab pencemaran lingkungan. Menurut I Made Ari Permadi (2013), pada dasarnya lingkungan tersebut tercemar akibat kegiatan manusia itu sendiri, baik melalui kegiatan industri ataupun kegiatan rumah tangga yang menghasilkan limbah dan sampah.

Pencemaran lingkungan merupakan masuknya komponen lain ke dalam lingkungan atau perubahan tatanan lingkungan akibat kegiatan manusia atau proses alam, sehingga kualitas lingkungan turun sampai ke tingkat tertentu yang menyebabkan lingkungan menjadi kurang atau tidak dapat berfungsi lagi sesuai peruntukannya. Hal tersebut membuat banyak organisasi yang bergerak di bidang peduli lingkungan ikut serta menanggulangi permasalahan sampah ini seperti membuat bank sampah.

Beraneka ragam makanan dan minuman yang masih menggunakan plastik sekali pakai membuat banyak sekali sampah-sampah yang susah di uraikan, seperti botol plastik, sterofoam, pembungkus makanan berbahan dasar plastik. Banyaknya sampah yang sulit di daur ulang membuat banyak organisasi yang bergerak di bidang peduli lingkungan ikut serta menanggulangi permasalahan sampah ini seperti membuat bank sampah.

Bank sampah merupakan tempat pengumpulan nonorganik yang sudah dipilah berdasarkan jenis sampahnya seperti, botol plastik, botol kaca, tutup botol, kertas, sampai besi yang sudah tidak dipakai. Bank sampah ini memiliki manajemen seperti bank, tetapi yang di tabungkan disini adalah sampah yang nanti dapat ditukarkan dengan uang sesuai jumlah sampah yang sudah di tabung. Salah satu organisasi peduli lingkungan ini bernama Bank Sampah Luhur Wijaya Kesuma yang bertempat di Lingkungan Kaja Kauh Desa Abianbase Gianyar.

Banyak manfaat yang dapat di timbulkan dari kegiatan bank sampah ini seperti membuat lingkungan lebih bersih, menyadarkan masyarakat akan pentingnya kebersihan, dan membuat sampah menjadi barang ekonomis. Selain itu juga dapat menambah penghasilan masyarakat karena saat mereka menukarkan sampah mereka akan mendapatkan imbalan berupa uang yang dikumpulkan dalam rekening atau tabungan yang mereka miliki.

Bank Sampah Luhur Wijaya Kesuma merupakan salah satu bank sampah yang ada di Gianyar, bank sampah yang baru berdiri pada tahun 2020 lalu bertujuan agar masyarakat dapat menjaga lingkungannya agar tetap bersih dan dapat belajar memilah sampah yang bisa terurai dan tidak bisa terurai.

Dikarenakan program ini masih sangat awam bagi masyarakat khususnya di Gianyar, maka penulis ingin membantu Bank Sampah Luhur Wijaya Kesuma mengadakan sosialisasi yang berupa kampanye. Dimana di dalam kampanye ini menjelaskan bagaimana cara masyarakat memilah sampah yang ada di lingkungannya. Penulis berharap agar kegiatan ini dapat terus belangsung, sehingga secara tidak langsung akan timbul kebiasaan dalam masyarakat untuk menjaga lingkungan dari sampah yang sulit terurai. Selain itu penulis juga ingin membantu pihak pengelola bank sampah untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik.

Alasan penulis mengangkat kasus ini karena mulai meningkatnya kapasitas sampah plastik yang mengakibatkan bencana seperti banjir, tercemarnya tanah, maupun sungai yang tercemar khususnya di Gianyar, timbulnya bencana tersebut dapat kita kendalikan dengan menjaga kebersihan lingkungan mulai dari diri kita sendiri. Perlunya kesadaran masyarakat terhadap bahayapencemaran lingkungan yang akan terjadi di masa mendatang.

Salah satu cara untuk mengkampanyekan kegiatan dari Bank Sampah ini adalah menggunakan media-media yang ada di Desain Komunikasi Visual. Desain Komunikasi Visual yaitu suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen – elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta layout (Kusrianto, 2007: 2). Dengan Desain Komunikasi Visual kita dapat

mengkampanyekan hal-hal yang dapat menambah wawasan masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan dari sampah plastik.

Berdasarkan penjabaran tersebut, maka masalah yang dapat dirumuskan ialah sebagai berikut :

- a. Media apa saja yang sesuai sebagai sarana kampanye Bank Sampah Luhur Wijaya Kesuma di Gianyar?
- b. Bagaimana cara merancang mediakomunikasi visual untuk kampanye Bank Sampah Luhur Wijaya Kesuma di Gianyar?

## DEFINISI JUDUL

Pada perancangan ini judul kasus yang diangkat ialah “Desain Komunikasi Visual Untuk Kampanye Pilah Sampah Oleh Bank Sampah Luhur Wijaya Kesuma di Gianyar” Berdasarkan judul tersebut penulis akan menguraikan arti dari masing-masing kata agar tidak terjadi salah penafsiran, yaitu:

### Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual yaitu suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen – elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta layout (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan. (Kusrianto, 2007: 2).

### Kampanye

Kampanye adalah sebuah tindakan dan usaha yang bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan, usaha kampanye bisa dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambilan keputusan di dalam suatu kelompok (<https://id.wikipedia.org/wiki/Kampanye> diakses 25 Maret 2021).

### Pilah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata pilah adalah pisah, bagi. Pilah memiliki arti dalam kelas verba atau kata kerja (<https://kbbi.web.id/pilah>, diakses 28 April 2021) sehingga pilah dapat menyatakan suatu tindakan,

keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya.

### Sampah

Sampah merupakan material sisa yang tidak diinginkan setelah berakhirnya suatu proses. Sampah didefinisikan oleh manusia menurut derajat keterpakaiannya, dalam proses-proses alam sebenarnya tidak ada konsep sampah, yang ada hanya produk-produk yang dihasilkan setelah dan selama proses alam tersebut berlangsung. Akan tetapi karena dalam kehidupan manusia didefinisikan konsep lingkungan maka sampah dapat dibagi menurut jenis-jenisnya. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Sampah> diakses 25 Maret 2021).

### Bank Sampah

Bank sampah adalah suatu tempat yang digunakan untuk mengumpulkan sampah yang sudah dipilah-pilah. Hasil dari pengumpulan sampah yang sudah dipilah akan disetorkan ke tempat pembuatan kerajinan dari sampah atau ke tempat pengepul sampah. ([https://id.wikipedia.org/wiki/Bank\\_sampah](https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_sampah) diakses 25 Maret 2021). Jadi bank sampah merupakan suatu tempat yang melayani pengumpulan sampah yang sudah dipilah dan hasilnya dapat ditukarkan dengan uang.

### Luhur Wijaya Kesuma

Luhur Wijaya Kesuma merupakan salah satu Bank Sampah yang ada di Gianyar, dan berlokasi di Lingkungan Kaja Kauh Desa Abianbase, Gianyar. Bank sampah yang dikelola oleh pengurus lingkungan.

### Gianyar

Gianyar adalah sebuah kabupaten di provinsi Bali, Indonesia. Daerah ini merupakan pusat budaya ukiran di Bali. Gianyar berbatasan dengan 5 Kota Denpasar di Barat Daya, Kabupaten Badung di Barat, Kabupaten Bangli di Timur dan Kabupaten Klungkung di Tenggara.

Rangkuman yang dapat diambil dari judul kasus “Desain Komunikasi Visual Untuk Kampanye Pilah Sampah Oleh Bank Sampah Luhur Wijaya Kesuma di Gianyar” ialah penerapan dari ilmu Desain Komunikasi Visual untuk membantu mengkampanyekan cara memilah sampah yang selenggarakan oleh Bank Sampah Luhur Wijaya Kesuma yang bertempat di Gianyar.

## METODE PERANCANGAN

Dalam melakukan penelitian kali ini penulis memilih jenis analisis deskriptif kualitatif. Dengan jenis analisis deskriptif kualitatif ini maka dalam memperoleh data penulis harus memperoleh data yang mendalam, jelas dan spesifik. Diperlukan metode perancangan yang digunakan dalam proses Perancangan Media Sosialisasi beserta media pendukungnya sehingga proses perancangan dapat tersusun dengan baik karena didukung dengan data yang akurat.

Dalam menyusun “Desain Komunikasi Visual Untuk Kampanye Pilah Sampah Oleh Bank Sampah Luhu Wijaya Kesuma di Gianyar” memerlukan data berdasarkan jenisnya yang dibedakan menjadi data primer dan data sekunder, yaitu sebagai berikut:

### Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Pernyataan tersebut didasarkan pada teori yang menyatakan data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli atau pertama, yaitu orang yang dijadikan objek riset atau orang yang digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan informasi ataupun data (Sarwono, 2007:88). Dalam kasus ini data primer yang digunakan adalah data terkait dengan pengolahan sampah yang diperoleh langsung dari pihak Bank Sampah.

### Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber asli. Pernyataan tersebut didasarkan pada teori yang menyatakan bahwa data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita tinggal mencari dan mengumpulkannya, misalnya data data dalam bentuk file (Sarwono, 2007:88). Dalam kasus ini data sekunder yang digunakan adalah data-data kampanye sosial terkait pemilahan sampah serta Pengantar Desain Komunikasi Visual karya Kusrianto.

## LANDASAN TEORI

### Pengertian Kampanye Sosial

Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individual atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu. Rogers dan Storey 1987 mendefinisikan

kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu (Venus, 2004:7).

### Jenis Jenis Kampanye

Menurut Charles U. Larson, pada bukunya yang berjudul *Persuasion, Reception and Responsibility* (1992) yang telah membagi jenis jenis kampanye yaitu :

1. *Product – Oriented Campaigns*
2. *Candidate – Oriented Campaigns*
3. *Ideological or Cause – Oriented Campaigns*

Dari tiga jenis kampanye diatas, yang penulis gunakan pada kasus ini adalah *Ideological or Cause – Oriented Campaigns* karena jenis kampanye ini yang berkaitan dengan kasus yang penulis angkat yang ingin menambah wawasan masyarakat terhadap pemilahan sampah yang dapat mencegah terjadinya pencemaran lingkungan.

## ANALISIS MASALAH

### Faktor Penghambat :

Kurangnya Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan.

Kesadaran masyarakat di Kabupaten Gianyar mengenai dampak pencemaran lingkungan masih sangat kurang. Dilihat dari survei lokasi, masih terdapat banyak titik yang terkena dampak dari pencemaran lingkungan. Hal ini diakibatkan dari kurangnya kepedulian masyarakat untuk ikut serta dalam menjaga kebersihan lingkungan.

Kurangnya Media Kampanye Tentang Pemilahan Sampah

Media kampanye yang digunakan oleh pihak Bank Sampah Luhu Wijaya Kesuma mengenai pemilahan sampah masih kurang, sehingga hal ini menyebabkan pesan yang disampaikan tidak tersosialisasikan dengan baik kepada seluruh masyarakat.

### Faktor Pendukung :

Sekolah

Sekolah menjadi salah satu tempat yang baik digunakan untuk mensosialisasikan cara pemilahan sampah. Dengan mengadakan sosialisasi kepada para pelajar mengenai pemilahan mereka akan paham mengenai cara memilah sampah agar dapat ikut serta juga dalam pelestarian lingkungan.

### Komunitas Peduli Lingkungan

Komunitas ini dapat dijadikan sebagai perantara untuk ikut serta dalam mensosialisasikan mengenai pemilahan sampah. Dengan cara komunitas ini diberikan sosialisasi terlebih dahulu kepada komunitas ini bisa membantu mensosialisasikan kembali ke masyarakat.

### Perkembangan Teknologi Informasi

Perkembangan Teknologi Informasi menjadi salah satu faktor pendukung karena dapat mempermudah penyebaran informasi melalui media digital. Penggunaan media digital juga dapat menambah sarana kampanye yang lebih banyak. Penggunaan media ini dapat mempercepat penyebaran informasi secara langsung.

## USULAN PEMECAHAN MASALAH

Berdasarkan Analisa yang dilakukan secara teori dari data-data yang didapat, maka diketahui bahwa media komunikasi visual yang digunakan sebagai sarana kampanye sosialisasi pilah sampah masih sangat kurang. Guna mencapai tujuan yang diinginkan tersebut maka penulis akan merancang beberapa media yang lebih efektif dan inovatif serta efisien sehingga mampu untuk menyampaikan informasi lebih menarik dan menjangkau target audiens. Khususnya media bersifat digital karena sekarang media digital lebih dinilai efektif dan efisien untuk menjangkau target sasaran yang lebih luas. Bentuk penyajian data dengan konsep visual yang terdiri dari teks dan ilustrasi yang menarik.

## KONSEP MEDIA

Penggunaan media Desain Komunikasi Visual akan menjadi usulan dalam pemecahan masalah, maka untuk mendukung perancangan media kampanye Bank Sampah ini di perlukan teori-teori dalam media desain. Selain teori juga di perlukan konsep dalam merancang sebuah media agar sesuai dengan kebutuhan sasaran. Dalam pembuatan medianya, konsep yang digunakan dalam perancangan sosialisasi Bank Sampah ini ialah "Natural Education".

Konsep natural edukatif dapat dijabarkan sebagai berikut :

### Natural

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata Natural maknanya bersifat alam, alamiah bebas dari pengaruh, bukan buatan, asli. Dalam media ini Natural bisa dihubungkan dengan kampanye pilah sampah yang dapat menyelamatkan lingkungan. Dalam visualisasinya warna yang diambil akan menggunakan warna alam seperti hijau krem, biru, kuning dan yang lainnya.

### Edukatif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata edukatif maknanya bersifat mendidik; berkenaan dengan pendidikan. Dalam perancangan media kampanye ini edukatif akan mengarah ke sifat isi dari media yang ingin mendidik masyarakat agar peduli terhadap pemilihan sampah untuk kelestarian lingkungan.

Dari pemaparan diatas dapat dijabarkan bahwa konsep natural edukatif ini memiliki arti yaitu, konsep ini memiliki kegunaan yang sesuai dengan kebutuhan sasaran dan sesuai dengan tujuan diadakannya kampanye Bank Sampah ini. Konsep natural ini akan dipaparkan dalam visual desainnya. Konsep edukatif, dalam konsep ini akan terjadi tindakan yang dapat mengedukasi dan bersifat memberi pendidikan.

Konsep natural edukatif ini akan ditampilkan dengan menggunakan gaya *flat design*. Gaya desain ini merupakan gaya yang menekankan unsur minimalis dengan menampilkan perpaduan warna-warna cerah dan berbentuk dua dimensi. Gaya desain ini sedang trend di era globalisasi, maka pemilihan gaya *flat design* ini cocok untuk di terapkan pada konsep ini.

## Tujuan Media

Tujuan dari media yang akan dirancang adalah sebagai sumber informasi dan sebagai media yang dapat mengedukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya menjaga lingkungan dari sampah.

## STRATEGI MEDIA

Strategi yang dilakukan dalam permasalahan ini adalah merancang suatu media, yang meliputi proses penyusunan, perencanaan dan penjadwalan yang dapat mewujudkan tujuan dari kampanye Bank Sampah.

## Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran adalah khalayak yang menjadi sasaran kegiatan komunikasi organisasi,

baik karena organisasi memiliki kepentingan terhadap khalayak tersebut adalah objek utama yang tindak tanduknya dapat menguntungkan maupun merugikan tim. (<https://id.wikipedia.org> diakses 15 Juni 2020).

### Demografi

Demografi atau kependudukan harus mencakup seluruh kalangan/golongan masyarakat dari berbagai lapisan. Faktor demografi yang digunakan paling luas adalah gender, usia, keluarga,



pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan dan kelas sosial. Peninjauan dilakukan terhadap khalayak sasaran yang akan diperuntukkan dalam merancang media komunikasi visual.

Sasaran Kampanye dari faktor Demografi adalah:

- 1) Gender : Laki-laki dan perempuan
- 2) Usia : 5-60 tahun
- 3) Keluarga : Satu keluarga
- 4) Pendapata : Pendapatan rendah hingga pendapatan tinggi
- 5) Pekerjaan : Seluruh jenis pekerjaan
- 6) Agama : Seluruh Agama di Indonesia
- 7) Ras : Seluruh ras yang ada di Indonesia

### Geografi

Pendekatan geografi memfokuskan pada pemikiran pelaku kampanye terhadap luas wilayah yang ingin dijangkau (Nitisastro, 2010: 145). Wilayah yang akan di jangkau dalam mengkampanyekan kegiatan Bank Sampah ini adalah seluruh lapisan masyarakat pada umumnya, dan masyarakat Gianyar pada khususnya.

### Psikografi

Psikografi merupakan pendekatan dari sudut pandang gaya hidup yang pada dasarnya berkaitan dengan faktor kebiasaan atau kesenangan konsumen (Nitisastro, 2010: 145). Ditinjau dari sudut pandang psikografi, khalayak sasaran yang ingin dituju oleh kampanye ini adalah anak-anak, serta masyarakat yang gemar menggunakan gadget yang peduli terhadap lingkungan pada khususnya.

### Bihaviora

Behavora meliputi perilaku pembelian/penggunaan tentang tingkat penggunaan, waktu menggunakan, dan status menggunakan (Suyanto, 2006:67). Jika ditinjau dari sudut pandang bihaviora maka media yang dibuat ditujukan kepada masyarakat yang membutuhkan pengetahuan tentang pemilahan sampah.

### PEMILIHAN MEDIA

Media yang akan digunakan adalah media-media yang dapat mendukung kelancaran dari penyampaian pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat.

Media-media yang dipilih adalah:

#### Banner Facebook

Facebook adalah website jaringan social dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambah teman – teman

Gambar 1. Banner Facebook  
(Sumber : Dokumen Pribadi)

mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya (<https://bjn.wikipedia.org/wiki/Facebook> diakses 8 mei 2021).

### Spanduk



Menurut KBBI Edisi kelima (2016) pengertian spanduk adalah kain yang direntangkan yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui umum. Perancangan spanduk pada kampanye ini berisi nama dan lokasi berlangsungnya kegiatan Bank Sampah. Spanduk ini akan dipasang pada tempat diselenggarakannya kegiatan Bank Sampah.

## Tote Bag



Gambar 2. Tote Bag  
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Istilah “tote” berarti membawa. Jenis tas ini telah digunakan selama berabad-abad. Awalnya istilah itu sendiri belum digunakan untuk menyebut tas model “totebag” hingga tahun 1900an. *Tote bag* sederhananya adalah tas besar dan terbuka sederhana dengan pegangan ditempatkan di bagian tengah masing-masing sisi. *Tote bag* klasik menggunakan tali melengkung tapi sekarang variasi dapat ditemukan. ([https://www.eannovate.com/blog/1278\\_mengenal-sejarah-tote-bag.html](https://www.eannovate.com/blog/1278_mengenal-sejarah-tote-bag.html) di akses pada 1 Juni 2021). Perancangan tote bag ini desainnya dapat digunakan untuk mengkampanyekan kegiatan yang diadakan oleh Bank Sampah, selain itu *tote bag* ini juga berfungsi untuk mengurangi sampah plastik pada masyarakat. Dengan mengganti plastik menjadi *tote bag* juga dapat dijadikan sebagai langkah kecil dalam menjaga alam ini.

## Infografis



Gambar 3. Infografis  
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Infografis (Infographics) merupakan singkatan dari Information + Graphics. Infografis merupakan visualisasi data, gagasan, informasi atau pengetahuan melalui bagan, grafis, jadwal dan lainnya agar data, gagasan, informasi atau pengetahuan dapat disajikan lebih dari sekedar teks dan memiliki dampak visual yang cukup kuat dan lebih menarik grafis (Kurniasih, 2016). Tujuan dari infografis dapat dibagi menjadi tiga kategori yaitu untuk menginformasikan, menghibur dan mempersuasi audiens sehingga audiens memberikan perhatian, menyempatkan untuk membaca, menyimpulkan dan melakukan aksi sesuai apa yang ada di dalam infografis (Krum, 2013). Media ini sangat efektif dalam menginformasikan hal mengenai pengenalan Bank Sampah, memaparkan tugas dan fungsi Bank Sampah, cara memilah sampah berdasarkan jenis-jenisnya, tujuan dari pemilahan sampah.

## SIMPULAN

Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa sosialisasi tentang kampanye pemilahan sampah oleh Bank Sampah LuhU Wijaya Kesuma yang dilandasi dengan kurangnya wawasan masyarakat tentang dampak yang akan dirasakan dari sampah anorganik dikemudian hari. Hal ini disebabkan karena kurangnya kesadaran masyarakat akan dampak berkepanjangan yang akan ditimbulkan oleh pencemaran lingkungan terutama oleh sampah anorganik. Kurang efektifnya media sosialisasi yang digunakan menjadi salah satu faktor penghambat untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, karena masyarakat memiliki peran yang sangat penting untuk menjaga lingkungannya sendiri dari pencemaran lingkungan. Maka dari itu, perlu dikembangkan kembali media kampanye yang digunakan dan lebih sering melakukan sosialisasi kepada masyarakat, dimana sosialisasi ini nantinya akan memberikan edukasi dan menambah kesadaran kepada masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan. Adapun target audiens yang akan dituju ialah para pelajar, mahasiswa komunitas pencita alam dan kalangan orang dewasa.

Konsep yang digunakan dalam perancangan sosialiasai Bank Sampah adalah “Natural Education”. Konsep natural edukatif ditampilkan dengan menggunakan gaya *flat design*. Media yang efektif yang akan digunakan meliputi: Banner, Facebook, Spanduk, *Tote Bag* dan infografis





## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Bagong, Suyanto dan Sutinah. 2006. Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan. Jakarta: Prenada Media Group
- I Made Ari Permadi, R.A Retno Murni. (2013). Dampak Pencemaran Lingkungan Akibat Limbah dan Upaya Penanggulangannya di Kota Denpasar.
- Kurniasih. (2016). Komunikasi, Informasi dan Perpustakaan di Era Global.
- Kusrianto. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual.
- Nitisastro, Widjojo. 2010. Pengalaman Pembangunan Indonesia: Kumpulan Tulisan dan Uraian Widjojo Nitisastro. Jakarta: Penerbit Kompas.
- Rosady Ruslan, S.H., M.M. (2004). Kiat dan Strategi, Kampanye Public Relations.
- Sarwono, J., & Lubis, H. (2007). Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Penerbit Andi.

### Internet

- <https://kbbi.web.id/pilah>  
<https://bjn.wikipedia.org/wiki/Facebook>