

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dampak aktivitas manusia dan pencemaran lingkungan tidak bisa dihindari. Yang dapat dilakukan adalah dengan mengurangi pencemaran agar tidak mencemari lingkungan, mengendalikan pencemaran, dan meningkatkan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan (Bustan et al, 2022). Pelaku ekonomi yang berfokus pada keberlanjutan menjadi semakin menarik bagi konsumen. Perusahaan bekas dapat memanfaatkan strategi komunikasi untuk menjadikan diri mereka sebagai pionir bisnis berkelanjutan dan menciptakan keunggulan kompetitif (Yanti et al., 2023).

Pemangku kepentingan seperti konsumen, investor, dan pemerintah semakin menuntut transparansi dan keberlanjutan dari perusahaan. Strategi komunikasi dapat membantu memenuhi persyaratan ini dan membangun kepercayaan di antara para pemangku kepentingan. Dengan memahami latar belakang ini, perusahaan barang bekas dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif, mempertimbangkan nilai-nilai berkelanjutan, dan memotivasi masyarakat untuk menerapkan perilaku belanja yang lebih ramah lingkungan (Sisdianto, 2024).

Salah satu bentuk komunikasi yang saat ini menjadi perhatian adalah komunikasi lingkungan. Komunikasi lingkungan sangat dibutuhkan bagi setiap generasi karena mampu mendorong kesadaran kognitif bagi masyarakat untuk

lingkungan yang sehat dan bersih. Namun berdasarkan data-data riset kementerian kesehatan diketahui bahwa hanya 20% dari seluruh total masyarakat di Indonesia yang peduli terhadap kebersihan dan juga kesehatan. Hal ini merupakan tantangan bagi masyarakat akibat rendahnya kesadaran mengenai lingkup kesehatan (Sari, 2023).

Kurangnya kesadaran mengenai kebersihan dan kesehatan tentunya berpengaruh pula pada pengelolaan sampah. Sampah merupakan hal yang di buang dari sumber aktivitas manusia ataupun alam yang belum memiliki nilai atau value ekonomis (Ndiung, 2022). Pengelolaan sampah yang optimal dapat menangkal risiko kesehatan dan mereduksi dampak merugikan pada lingkungan. Tindakan pengelolaan sampah juga mempunyai peranan signifikan dalam menahan penyebaran penyakit dan menaikkan kesejahteraan individu serta masyarakat secara komprehensif (Pratiwi, 2022).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Jenna R Jambeck di tahun 2010 negara Indonesia merupakan wilayah yang tinggi tingkat pencemaran sampah plastik ke laut nomor dua setelah negara Cina, per tahun 2018 Provinsi Bali merupakan penghasil sampah terbesar di Indonesia karena secara realitas Provinsi Bali merupakan wilayah pusat daerah wisata berdasarkan penelitian bali partnership di tahun 2019. Maka tindakan yang dilakukan oleh pemerintahan provinsi Bali yaitu dengan mengeluarkan perwali nomor 36 tahun 2018 mengenai pengurangan kantong plastik dan Pergub nomor 97 tahun 2018 mengenai pembatasan sampah plastik sekali pakai, melalui kampanye lingkungan yang dilakukan oleh berbagai komunitas dan korporat salah satunya ialah slogan “Bali bukan pulau plastik”.

Kampanye tersebut bertujuan untuk mempublikasikan berbagai macam solusi kepada masyarakat mengenai penanganan juga cara mengurangi sampah plastik sekali pakai.

Sementara itu di Kota Cirebon, berdasarkan data Dinas Lingkungan Hidup volume sampah meningkat setiap tahun, pada tahun 2019 volume sampah perhari di Kota Cirebon berjumlah 902,66 meter kubik dan pada tahun 2020 volume sampah meningkat hingga mencapai jumlah 1,319 meter kubik perhari (Yus Susilowati & Febriyanto, 2021). Menurut data dari Dinas Lingkungan Hidup Kota Cirebon volume sampah per hari sebanyak 282,291 m. Volume sampah dari lima kelurahan di Cirebon Kota kelurahan memiliki volume yang berbeda seperti Kejaksan 41,005 m³, Lemah Wunguk berjumlah 48,921 m³, Harjamukti 101,837 m³, Pekalipan 25,939 m³, dan Kesambil sebanyak 64,589 m³. Dari data terbaru Dinas Lingkungan Hidup jumlah tempat pengolahan sampah yang ada di Cirebon Kota sebanyak 13 unit, dan volume sampah yang berhasil terangkut ke TPA sebanyak 562 m³ per hari (Alestri, 2023).

Agar kerusakan yang ditimbulkan oleh perilaku manusia dapat diminimalkan, salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengolah barang bekas. Pelaku usaha barang bekas memainkan peran kunci dalam upaya ini. Mereka tidak hanya mengumpulkan, memilah, dan mengolah sampah-sampah bekas seperti kertas, plastik, logam, dan kaca, tetapi juga memberikan kontribusi penting dalam mengurangi limbah pabrik. Dengan melakukan proses pengolahan dan daur ulang barang-barang bekas, mereka mengurangi jumlah limbah yang

masuk ke tempat pembuangan akhir, sehingga membantu mengurangi kerusakan lingkungan (Hikmah, 2020).

Di Kota Cirebon, pelaku usaha barang bekas turut berperan dalam mengurangi limbah pabrik dengan cara mendaur ulang pakaian bekas. Ketika mendapatkan banyak pakaian bekas dari supplier atau konsumen, pemilik toko tidak membuangnya begitu saja jika rusak atau tidak laku, melainkan memilih untuk mendaur ulang. Pakaian yang masih dapat diperbaiki akan diperbaiki terlebih dahulu sebelum dijual kembali, seperti memperbaiki jahitan yang rusak, mengganti kancing yang hilang, atau mempercantik bahan yang agak pudar (Pradesi, 2017). Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa pakaian tersebut tetap memiliki nilai jual dan dapat digunakan oleh konsumen.

Sedangkan untuk pakaian yang benar-benar tidak dapat diperbaiki dan tidak layak untuk dijual lagi, pemilik toko akan memilah bahan yang dapat didaur ulang dan yang tidak. Bahan-bahan seperti kain katun atau denim yang masih bisa didaur ulang akan dijual kepada pabrik tekstil atau pengrajin lokal yang menggunakan bahan daur ulang. Adapun bahan yang tidak bisa didaur ulang, pemilik toko akan mencari cara kreatif untuk mendaur ulangnya, seperti mengubahnya menjadi produk lain seperti tas jinjing, bantal, atau bahkan hiasan dinding (Iftitah et al., 2021). Dengan pendekatan ini, pelaku usaha barang bekas di Kota Cirebon tidak hanya menghasilkan pendapatan dari penjualan barang bekas, tetapi juga memberikan kontribusi konkret dalam upaya mengurangi limbah pabrik.

Pengusaha-pengusaha yang ada di Kota Cirebon juga memanfaatkan trend fashion yang sedang marak di kalangan remaja Kota Cirebon. Kota Cirebon

merupakan salah satu kota besar yang padat penduduk dan budaya gaya hidup (*lifestyle*) di Kota Cirebon juga sudah tidak ketinggalan dari kota Bandung, Jakarta dan kota-kota besar lainnya. Trend yang sedang marak di kalangan remaja Kota Cirebon adalah pembelian produk fashion thrift shopping atau yang disebut dengan *Thriftthing*. Produk *fashion thrift shopping* yang biasanya dipasarkan di Kota Cirebon yaitu seperti pakaian dan sepatu import (Rahmawati, 2023). Menurut peneliti setelah melakukan sedikit pengamatan awal yaitu karena remaja Cirebon mengatakan “*tidak mau ketinggalan trend yang sedang terjadi ya salah satunya yaitu membeli produk second tetapi import dengan harga berbanding terbalik dari harga asli dan kualitasnya sangat bagus atau memuaskan*”.

Dalam tekstil khususnya pembuatan batik di Kota Cirebon, terutama pada tahap produksi kain batik, sering kali terjadi pemborosan material yang signifikan. Sisa-sisa produksi kain batik yang cukup banyak seringkali tidak dikelola dengan efektif, menyisakan potensi besar untuk pemanfaatan yang lebih baik. Persoalan ini tidak hanya berdampak pada kerugian ekonomi, tetapi juga pada lingkungan, karena material yang tidak terpakai cenderung menumpuk sebagai limbah (Kurniawan & Sutapa, 2020).

Gambar 1. 1
Limbah Tekstil



Sumber: Peneliti 2024

Salah satu cara untuk mengoptimalkan sisa kain batik adalah dengan mengubahnya menjadi produk baru yang memiliki nilai tambah, seperti aksesoris fesyen, barang dekoratif rumah, atau bahkan karya seni. Dengan cara ini, tidak hanya mengurangi limbah, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru dan mendukung pelestarian budaya batik. Penerapan praktik daur ulang dan upcycling ini dapat diperkuat melalui kerjasama antara pemerintah, industri batik, dan lembaga pendidikan untuk mengembangkan metode yang efisien dan inovatif dalam mengelola sisa kain batik. Sehingga, transformasi limbah menjadi sesuatu yang berguna ini tidak hanya membantu industri batik dalam mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga meningkatkan nilai tambah ekonomis dari kain batik itu sendiri (Wahidin, 2019).

Barang bekas memiliki dampak terhadap lingkungan, khususnya dalam pengurangan limbah dan penghematan sumber daya. Melalui praktik daur ulang, barang-barang bekas dapat diubah menjadi produk baru, yang mengurangi

kebutuhan akan penggunaan bahan baku baru dan mengurangi jumlah limbah yang masuk ke tempat pembuangan akhir (Ismawati et al., 2022). Berikut adalah hasil pengolahan daur ulang dari barang bekas yang berupa limbah tekstil:

Gambar 1. 2
Hasil Daur Ulang Limbah Tekstil



Sumber : Peneliti 2024

Di Kota Cirebon, limbah tekstil memiliki potensi besar untuk dikonversi menjadi produk berguna dan estetis seperti Bantal, Tas Gendong, dan Baju Bekas. Dengan mengadopsi praktik daur ulang limbah tekstil, industri lokal dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan sekaligus menciptakan nilai tambah ekonomi. Proses daur ulang ini melibatkan pengumpulan sisa kain dari produsen batik dan tekstil lokal, yang kemudian diolah kembali menjadi serat yang dapat digunakan untuk membuat berbagai macam produk rumah tangga. Produk

seperti Bantal, Tas Gendong, dan Baju Bekas tidak hanya fungsional tetapi juga menawarkan sentuhan estetika yang unik untuk dekorasi rumah, sekaligus mendorong gaya hidup yang lebih berkelanjutan. Inisiatif ini juga membuka peluang kerja dalam komunitas lokal dan mendukung industri kreatif, dengan menggabungkan desain tradisional dan kontemporer dalam produk yang inovatif dan ramah lingkungan. Produk ini juga membuka peluang bagi kolaborasi antarsektor, seperti industri tekstil dalam mengembangkan solusi yang berkelanjutan dan inovatif yang dapat diterima luas oleh masyarakat dan bahkan bisa menjadi mata pencaharian masyarakat setempat (Awany et al., 2021).

Selain itu, peran pelaku usaha barang bekas dalam memberikan penyuluhan dan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya daur ulang dan cara-cara melakukan pemilahan sampah yang benar membantu meningkatkan kesadaran lingkungan di masyarakat. Dengan kolaborasi bersama pemerintah dan lembaga lingkungan, pelaku usaha barang bekas juga dapat mengembangkan program-program pengelolaan sampah yang berkelanjutan, seperti pengadaan tempat pembuangan sampah yang terpisah dan penyediaan fasilitas daur ulang yang lebih efisien (Setiadi, 2020).

Program pengolahan sampah seperti bank sampah, koperasi sampah dan peningkatan ekonomi melalui sampah mengacu pada pemberdayaan masyarakat (Diyannah, 2019). Masyarakat perlu mengetahui dampak membuang sampah sembarangan dan tidak mengolahnya dengan baik, menjadi masyarakat yang kreatif dan mandiri. Partisipasi masyarakat dalam mengolah sampah rumah tangga dapat mewujudkan tempat tinggal yang layak dan bebas penyakit. Peningkatan ekonomi

melalui sampah merupakan proses pengolahan sampah dengan pembuatan kerajinan dari sampah plastik menjadi barang yang bernilai ekonomis serta dapat meningkatkan pendapatan (Astuti, 2022).

Pengolaan sampah didasari dari cara pandang masyarakat terhadap sampah sebagai barang yang bernilai ekonomis supaya sampah tidak terbuang sia-sia. Pengolahan bank sampah berbasis masyarakat bisa menjadi jalan keluar untuk mengatur cara pandang masyarakat dalam mendaur ulang dan memanfaatkan sampah sebagai upaya kepedulian lingkungan sekaligus menambah pendapatan masyarakat sebagai nasabah atau pengrajin (Alestri, 2023).

Strategi komunikasi lingkungan yang efektif perlu dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat, termasuk pelaku usaha barang bekas, dalam mengelola sampah dan mengurangi dampaknya terhadap lingkungan (Ivakdalam, 2022). Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah kampanye edukasi melalui berbagai media, seperti media sosial, brosur, dan seminar. Kampanye ini harus menyasar berbagai segmen masyarakat, termasuk pelajar, ibu rumah tangga, dan pelaku usaha, untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya pengelolaan sampah yang baik.

Selain itu, kolaborasi antara pelaku usaha barang bekas dengan pemerintah dan lembaga lingkungan juga penting. Melalui kerjasama ini, dapat dilakukan pelatihan dan *workshop* bagi masyarakat dan pelaku usaha tentang teknik pengelolaan sampah yang ramah lingkungan dan ekonomis. Contohnya, program bank sampah atau koperasi sampah dapat diperkuat dan dikembangkan untuk

meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengolah sampah menjadi barang yang memiliki nilai ekonomis.

Selain menyasar masyarakat umum, strategi komunikasi lingkungan juga perlu memperhatikan pendekatan yang khusus untuk pelaku usaha. Misalnya, pelaku usaha barang bekas dapat diberikan informasi dan insentif yang mendorong mereka untuk mengadopsi praktik-praktik pengelolaan sampah yang berkelanjutan, seperti penggunaan bahan daur ulang dalam produksi mereka.

Penelitian yang dilakukan Prasetyo (2020) mendapatkan hasil bahwa strategi komunikasi yang dilaksanakan berupa strategi penerima (sasaran) warga masyarakat yang terkena dampak sebesar 23%, strategi pesan tingkat keberhasilannya 16%, Strategi media berupa media cetak, buku saku, video, media sosial 61%. Dalam pengurangan dan pemanfaatan energi sampah organik oleh dilakukan penerapan teknologi Biogas skala Rumah Tangga. Sementara itu, Wahyudin (2017) didapatkan hasil bahwa *political will* dari pemerintah daerah untuk mengomunikasikan kelestarian lingkungan hidup melalui strategi komunikasi yang membangun kesadaran masyarakat dan industri terhadap lingkungan. Upaya melestarikan lingkungan harus dilakukan secara integratif melibatkan pemerintah, NGO, media massa, perusahaan/industri, dan masyarakat secara keseluruhan. Hal ini menegaskan bahwa menjaga lingkungan bukan hanya tanggung jawab pemerintah, tetapi juga seluruh lapisan masyarakat.

Penelitian lainnya, Cerya (2021) menunjukkan bahwa perubahan perilaku komunikasi personal lebih berpengaruh dibandingkan dengan komunikasi massa. Untuk meningkatkan *knowledge* dapat digunakan komunikasi massa, namun

perubahan perilaku lebih berpengaruh apabila digunakan komunikasi personal. Selain itu, masyarakat juga mulai menyadari pentingnya menjaga kebersihan dan mengelola sampah rumah tangga, seperti memisahkan sampah berdasarkan jenisnya dan membuang sampah pada tempat pembuangan resmi.

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan yang telah dibahas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Lingkungan Pada Pelaku Usaha Barang Bekas Di Kota Cirebon”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Strategi Komunikasi Lingkungan Pada Pelaku Usaha Barang Bekas di Kota Cirebon?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana sasaran komunikasi lingkungan yang dilakukan pelaku usaha barang bekas di Kota Cirebon?
2. Bagaimana pesan komunikasi lingkungan pelaku usaha barang bekas di Kota Cirebon?
3. Bagaimana media komunikasi lingkungan pelaku usaha barang bekas di Kota Cirebon?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menentukan strategi komunikasi lingkungan yang dilakukan pelaku usaha barang bekas di Kota Cirebon dalam memberikan kontribusi mengurangi limbah pabrik.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan yang telah dibuat, adapun tujuan penelitian yang akan dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui sasaran komunikasi lingkungan yang dilakukan pelaku usaha barang bekas di Kota Cirebon.
2. Untuk mengetahui pesan komunikasi lingkungan dalam menetapkan metode pelaku usaha barang bekas di Kota Cirebon.
3. Untuk mengetahui media komunikasi lingkungan yang diterapkan pelaku usaha barang bekas di Kota Cirebon.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan atau referensi bagi para pemangku kepentingan industri barang bekas mengenai strategi komunikasi lingkungan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan. Hal ini juga memberikan pengetahuan tentang dampak konsumsi berkelanjutan terhadap kelestarian lingkungan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan bagi Peneliti

Bagi peneliti, melalui penelitian ini diharapkan peneliti dapat mengaplikasikan ilmu-ilmunya selama mengikuti proses pembelajaran di program studi ilmu komunikasi dan pengalaman selama proses penelitian, dapat mengetahui berbagai persepsi dari masyarakat tentang pelaku usaha barang bekas. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti dan melatih kemampuan dalam meneliti sebuah studi kasus.

2. Kegunaan bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia terkhusus bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi guna sebagai literatur.

3. Kegunaan bagi Masyarakat

Secara umum penelitian ini diharapkan berguna bagi masyarakat untuk mendapatkan manfaat pemahaman mengenai peranan pelaku usaha pelaku usaha barang bekas berkontribusi dalam kelestarian lingkungan.