# BAB II

# PENGGUNAAN KANTONG PLASTIK DAN DAMPAKNYA TERHADAP LINGKUNGAN

## 2.1 Plastik

Nama plastik mewakili ribuan bahan berbeda yang bersifat fisis, mekanis, dan kimia. Plastik adalah bahan yang mempunyai derajat kekristalan lebih rendah daripada serat, dan dapat dilunakkan atau dicetak pada suhu tinggi (Asih Nuryani, 2010, h.5). Sejak ditemukan oleh seorang peneliti dari Amerika Serikat pada tahun 1968 yang bernama John Wesley Hyatt, plastik menjadi primadona bagi dunia industri. Kemudahan dan keistimewaan plastik telah menggantikan bahan seperti logam dan kayu dalam membantu kehidupan manusia.

### 2.1.1 Bahan dan Kandungan yang Terdapat dalam Plastik

Pengembangan plastik berasal dari penggunaan material alami sampai ke material kimia dan akhirnya ke molekul buatan manusia seperti *polyethylene*. Plastik yang umum terdiri dari polimer karbon saja atau dengan oksigen, nitrogen, klorin atau belerang (Feri Kusnandar, 2010, h.23). Untuk membuat plastik dibutuhkan 12 juta barel minyak per tahun, dan 14 juta pohon ditebang, karena kantong plastik terbuat dari penyulingan gas dan minyak yang disebut *ethylene*.

### 2.1.2 Jenis Plastik

Menurut Ulli Hermono (2009), secara garis besar plastik dapat digolongkan menjadi dua jenis, yakni plastik yang bersifat *thermoplastic* dan yang bersifat *thermoset.* Tetapi, plastik yang paling umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah bentuk *thermoplastic*.

1. *Thermoplastic*

   Merupakan jenis plastik yang bisa didaur-ulang atau dicetak lagi dengan proses pemanasan ulang. Contoh: polietilen (PE), polistiren (PS), ABS, polikarbonat (PC).

2. *Thermose*t

   Merupakan jenis plastik yang tidak bisa didaur ulang atau dicetak lagi. Pemanasan ulang akan menyebabkan kerusakan molekul-molekulnya. Contoh: resin epoksi, bakelit, resin melamin, urea-formaldehida.

   Data dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menyebutkan, untuk memudahkan proses daur ulang maka plastik dibagi kembali menjadi beberapa jenis dengan diberikan nomor pada tiap-tiap jenis plastiknya.

- PET — *Polyethylene Terephthalate,* tertera logo daur ulang dengan angka 1. Digunakan untuk botol plastik yang jernih atau transparan seperti botol air mineral.




Gambar 2.2

Contoh plastik yang berbahan PET

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- HDPE — *High Density Polyethylene,* tertera logo daur ulang dengan angka 2. Dipakai untuk kemasan sampo, kosmetik, bedak dan lain-lain.




Gambar 2.3

Contoh plastik yang berbahan HDPE

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- V — *Polyvinyl Chloride,* tertera logo daur ulang dengan angka 3. Plastik ini bisa ditemukan pada plastik pembungkus (*cling wrap*).




Gambar 2.4

Contoh plastik yang berbahan V

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- LDPE — *Low Density Polyethylene,* tertera logo daur ulang dengan angka 4, digunakan untuk plastik kemasan. Kantong plastik merupakan jenis plastik yang termasuk LDPE.




Gambar 2.5

Contoh plastik yang berbahan LDPE

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- PP — *Polypropylene*, tertera logo daur ulang dengan angka 5, merupakan pilihan terbaik untuk bahan plastik, Digunakan untuk botol bayi.




Gambar 2.6

Contoh plastik yang berbahan PP

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- PS — *Polystyrene,* tertera logo daur ulang dengan angka 6, biasa dipakai sebagai bahan *Styrofoam*.




Gambar 2.7

Contoh plastik yang berbahan PS

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

- *OTHER,* tertera logo daur ulang dengan angka 7, yang termasuk ke dalam jenis ini adalah SAN (*styrene acrylonitrile*), digunakan untuk sikat gigi. ABS (*acrylonitrile butadiene styrene*), digunakan sebagai pipa, dan PC (*polycarbonate*), digunakan untuk galon.




Gambar 2.8

Contoh plastik yang berbahan *OTHER*

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

## 2.2 Kantong Plastik

Kantong plastik merupakan plastik yang termasuk ke dalam jenis plastik LDPE (*Low Density Polyethylene*) dan termasuk ke dalam kode daur ulang nomor 4. Sifat LDPE ini kuat, tembus cahaya, fleksibel dan daya proteksi terhadap uap air tergolong baik. LDPE dapat didaur ulang tetapi sulit dihancurkan alami oleh alam sehingga dalam jangka panjang dapat menimbulkan pencemaran bagi lingkungan.



Gambar 2.9

Kantong plastik

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Kantong plastik terbuat dari penyulingan gas dan minyak yang disebut *ethylene*. Kantong plastik yang beredar di masyarakat memiliki berbagai ukuran dari mulai 15 cm, 17 cm, 24 cm, 28 cm, 40 cm hingga 50 cm dengan ketebalan 0,01 mm dan 0,03 mm. Kantong plastik pun memiliki berbagai warna yaitu hitam, putih, biru, merah, kuning, merah putih dan hitam putih.



Gambar 2.10

Berbagai macam ukuran dan warna kantong plastik

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Pada umumnya semua kantong plastik berbahaya bagi lingkungan, tetapi kantong plastik berwarna memiliki ketebalan yang lebih tipis dibandingkan kantong plastik berwarna hitam. Sehingga, kantong

plastik berwarna lebih memungkinkan untuk hancur dengan cepat dibandingkan kantong plastik hitam. Tetapi, dalam kehidupan sehari-hari kantong plastik yang sangat sering digunakan oleh masyarakat adalah kantong plastik hitam karena lebih kuat, ini disebabkan karena kandungan zat kimia dan pewarna yang terdapat pada kantong plastik hitam lebih banyak dibandingkan kantong plastik berwarna, sehingga kantong plastik hitam tidak mudah robek dan sangat berbau plastik.

Karena kantong plastik yang paling sering digunakan adalah kantong keresek hitam, maka kantong plastik yang paling banyak menumpuk di tempat sampah adalah kantong plastik jenis ini. Kantong plastik hitam dapat mencemari lingkungan karena kandungan zat kimia yang terdapat pada kantong plastik ini dapat diserap oleh lingkungan.

## 2.3 Penggunaan Kantong Plastik di Masyarakat

Kantong plastik sangat membantu masyarakat dalam kehidupan sehari-hari terutama bagi ibu rumah tangga yang setiap harinya berbelanja baik itu ke pasar tradisional, supermarket, warung atau kios-kios kecil. Tetapi kepraktisan dan kemudahan kantong plastik membuat ibu rumah tangga sangat bergantung pada keberadaannya, bahkan jika berbelanja 1 – 2 barang pun masih menggunakan kantong plastik.



Gambar 2.11

Penggunaan kantong plastik di masyarakat

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Kantong plastik yang telah digunakan, jika masih bersih sebagian besar disimpan untuk digunakan sebagai tempat sampah atau digunakan kembali dan jika kotor atau rusak biasanya langsung dibuang. Karena setiap hari rumah tangga menghasilkan sampah, maka setiap hari pula kantong plastik digunakan untuk tempat sampah di rumah dan akhirnya dibuang ke tempat penampungan sementara (TPS), setelah dibuang ke TPS masyarakat seolah lepas tangan atau tidak perduli dengan apa yang terjadi pada sampah-sampah tersebut.



Gambar 2.12

Kantong plastik yang dijadikan tempat sampah

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Untuk mengidentifikasi penggunaan kantong plastik di masyarakat maka penulis melakukan pencarian data dengan menyebarkan kuesioner pada 100 orang ibu rumah tangga yang tinggal di kota Bandung dengan pertanyaan sebagai berikut:

- Kategori tingkat penggunaan kantong plastik

1. Apakah anda sering menggunakan kantong plastik dalam kehidupan sehari-hari?
2. Apakah anda membawa kantong belanja sendiri ketika berbelanja?
3. Apakah anda sering menerima kantong plastik ketika berbelanja?
4. Seberapa seringkah anda menolak menerima kantong plastik ketika berbelanja?
5. Apakah anda sering menggunakan kantong plastik meskipun hanya berbelanja sedikit padahal belanjaan tersebut memungkinkan untuk dimasukkan ke dalam tas atau dibawa tanpa kantong plastik?
6. Seberapa sering anda berusaha untuk mengurangi penggunaan kantong plastik?
7. Saat tidak membawa kantong belanja sendiri, seringkah anda beralasan lebih praktis bila tidak membawa kantong belanja sendiri?
8. Saat tidak membawa kantong belanja sendiri, seringkah anda beralasan lupa untuk membawa kantong belanja sendiri?

9. Saat tidak membawa kantong belanja sendiri, seringkah anda beralasan malas untuk membawa kantong belanja sendiri?
10. Saat tidak membawa kantong belanja sendiri, seringkah anda beralasan buru-buru sehingga tidak membawa kantong belanja sendiri?

- Kategori pengelolaan kantong plastik
  1. Setelah dipakai seberapa sering anda menyimpan kantong plastik?
  2. Setelah dipakai seberapa sering anda membuang langsung kantong plastik?
  3. Setelah dipakai, seberapa sering membakar kantong plastik?
  4. Apakah anda sering menggunakan kantong plastik yang telah disimpan untuk dipakai kembali?
  5. Apakah anda sering menggunakan kantong plastik yang telah disimpan untuk tempat sampah?
- Kategori kantong plastik dan lingkungan
  1. Seberapa seringkah anda melihat sampah plastik di lingkungan sekitar rumah anda?
  2. Apakah anda sering menyadari dampak buruk sampah plastik terhadap lingkungan?
  3. Seberapa seringkah anda berupaya untuk melestarikan lingkungan?
  4. Apakah anda sering membersihkan lingkungan sekitar rumah anda dari sampah plastik?

Maka diperoleh kesimpulan hasil kuesioner yang telah dibuat ke dalam bentuk grafik sebagai berikut:

- 75% dari responden sangat sering menggunakan kantong plastik dalam kehidupan sehari-hari.




Grafik 2.1

- Hanya 12% dari responden yang sangat sering membawa kantong belanja sendiri ketika berbelanja.



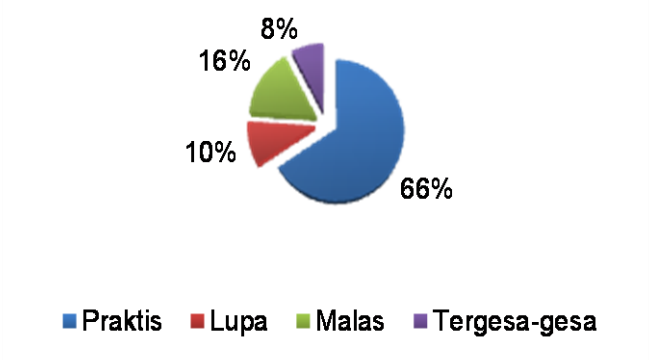

Grafik 2.2

- 75% dari responden sering menerima kantong plastik ketika berbelanja, 25% dari responden yang telah berusaha menolak diberi kantong plastik ketika berbelanja.



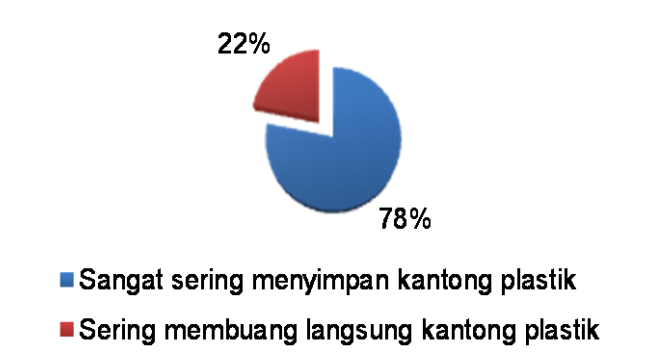

Grafik 2.3

- 66% diantara responden beralasan lebih praktis bila tidak membawa kantong belanja sendiri, sementara 10% beralasan lupa, 16% beralasan malas untuk membawa kantong belanja sendiri. Dan 8% yang beralasan tergesa-gesa.




Grafik 2.4

- 78% responden sangat sering menyimpan kantong plastik setelah digunakan. Sementara yang sangat sering membuang langsung kantong plastik hanya 22%.



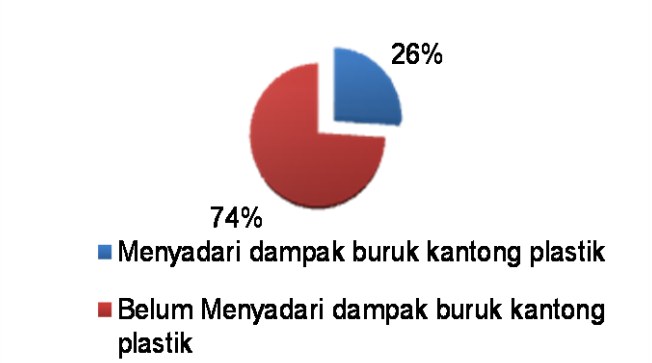

Grafik 2.5

- Kantong plastik yang telah disimpan, sangat sering digunakan kembali oleh 40% responden. Dan sebanyak 60% responden menggunakan kembali kantong plastik ini untuk dijadikan tempat sampah.




Grafik 2.6

- Hanya 26% saja yang sudah menyadari dampak buruk sampah plastik bagi lingkungan.




Grafik 2.7

## 2.4 Sampah Plastik

Berbagai macam barang atau produk berbahan plastik berada di sekeliling kehidupan manusia, kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa terlepas dari barang-barang yang berbahan plastik, maka tentu saja hal ini berdampak pada semakin meningkatnya jumlah sampah plastik yang dihasilkan manusia setiap harinya.



Gambar 2.13

Tumpukan sampah di Jl. Raya Banjaran

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

### 2.4.1 Jenis Sampah Plastik

Setiap jenis barang atau produk yang berbahan plastik, setelah dimanfaatkan oleh manusia pada akhirnya akan terbuang dan menjadi sampah (Wied Harry, 2010, h.5). Berbagai jenis sampah plastik seperti sampo, pembungkus *detergent*, sikat gigi, botol susu, tempat makan, pembungkus kopi, pembungkus sabun cuci piring, permen, makanan ringan, botol air minum, galon air, kantong plastik, bahkan televisi dan komputer telah memenuhi sebagian besar tempat sampah.

Namun sebagian besar sampah plastik seperti botol sampo, sikat gigi atau botol air minum, dapat dikumpulkan kembali oleh pemulung untuk dijual atau dimanfaatkan kembali. Sementara untuk pembungkus kopi, *detergent*, atau pewangi pakaian oleh sebagian masyarakat didaur ulang kembali menjadi barang-barang yang bernilai jual seperti tas, dompet dan aksesoris lain.




Gambar 2.14

Contoh sampah plastik yang telah didaur ulang

(Sumber: Buku inspirasi dari limbah plastik)

Untuk sampah-sampah berbahan plastik lain seperti botol susu, tempat makan, komputer atau televisi merupakan sampah-sampah yang dibuang secara berkala, sampah-sampah seperti ini umumnya dibuang ketika sudah tidak terpakai atau rusak dan sebagian dari barang-barang tersebut dapat didaur ulang atau dipergunakan kembali untuk keperluan lain.

Maka yang tersisa adalah sampah kantong plastik, sampah kantong plastik ini tidak diambil oleh pemulung karena tidak memiliki nilai jual meskipun dapat didaur ulang. Sehingga, sampah kantong plastik ini lebih banyak menumpuk di tempat sampah dan akhirnya dapat membahayakan lingkungan dan bila lingkungan sudah tidak sehat, maka hal ini akan berimbas pula pada makhluk hidup di lingkungan tersebut.

### 2.4.2 Bahaya Sampah Kantong Plastik Terhadap Lingkungan

Menurut Kuncoro Sejati (2009), sampah kantong plastik merupakan limbah yang membahayakan lingkungan karena materialnya sulit diurai oleh alam. Dibutuhkan waktu 80 sampai 200 tahun agar sampah kantong plastik terurai secara alami. Sementara, sampah kantong plastik yang dihasilkan oleh manusia setiap harinya mencapai 26.500 ton per hari dari rata-rata masyarakat Indonesia yang berjumlah 220 juta jiwa.



Gambar 2.15

Tumpukan sampah di Jl. Ganesha

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Jika sampah kantong plastik dibuang atau dibiarkan di tanah, maka kantong plastik tersebut lambat laun akan mengganggu kesuburan tanah karena zat kimia yang terkandung didalam kantong plastik dapat merusak tanah. Selain itu kantong plastik tersebut tidak akan hancur didalam tanah hingga jangka waktu 80 – 200 tahun sehingga dapat mengganggu penyerapan air dan mengganggu pertumbuhan tanaman.



Gambar 2.16

Tumpukan sampah di jembatan Dayeuhkolot kab. Bandung

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Jika sampah kantong plastik dibakar, akan menghasilkan asap beracun yang berbahaya bagi kesehatan yaitu antara lain memicu penyakit kanker, hepatitis, pembengkakan hati, gangguan sistem saraf dan memicu depresi. Asap dari hasil pembakaran sampah-sampah itu pun akan menambah kadar gas rumah kaca di atmosfer yang menyebabkan *global warming*.



Gambar 2.17

Tumpukan sampah di jembatan Dayeuhkolot kab. Bandung

(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Jika sampah kantong plastik dibuang atau dibiarkan di sungai, maka akan menyebabkan pendangkalan sungai, mengotori sungai, merusak habitat makhluk hidup di sungai tersebut dan menyumbat aliran air, yang akhirnya dapat berpotensi menyebabkan terjadinya banjir.

## 2.5 Kampanye

Menurut Rogers dan Storey (1987) dalam buku Manajemen Kampanye yang ditulis oleh Antar Venus, mendefinisikan kampanye sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Sedangkan menurut Pfau dan Parrot (1993) masih dalam buku yang sama, kampanye adalah suatu proses yang dirancang secara sadar, bertahap dan berkelanjutan yang dilaksanakan pada rentang waktu tertentu dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran yang telah ditetapkan.

Kampanye merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan secara terlembaga, penyelenggara kampanye bukanlah individu tetapi lembaga atau organisasi, lembaga tersebut dapat berasal dari pemerintah, swasta atau lembaga swadaya masyarakat (LSM). Setiap aktivitas kampanye setidaknya harus memiliki empat hal yaitu, tindakan kampanye ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu, jumlah khalayak sasaran yang besar, dipusatkan dalam kurun waktu tertentu, dan melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

### 2.5.1 Jenis Kampanye

Charles U Larson (1992) dalam buku Manajemen Kampanye yang ditulis oleh Antar Venus, membagi jenis kampanye ke dalam tiga kategori, yaitu:

- *Product-oriented campaigns* atau kampanye yang berorientasi pada produk yang umumnya terjadi di lingkungan bisnis. Istilah lain yang biasa digunakan yaitu *commercial campaigns*, motivasi yang mendasari kampanye ini adalah memperoleh keuntungan finansial. Cara yang ditempuh adalah dengan memperkenalkan produk dan melipatgandakan penjualan sehingga memperoleh keuntungan yang diharapkan. Contoh: kampanye rokok atau kampanye Telkom Flexi.
- *Candidate-oriented campaigns* atau kampanye yang berorientasi pada kandidat umumnya dimotivasi oleh hasrat untuk meraih kekuasaan politik, kampanye ini disebut pula *political campaigns*. Tujuannya antara lain untuk memenangkan dukungan masyarakat terhadap kandidat-kandidat yang diajukan partai politik. Contoh: Kampanye pemilu.
- *Ideologically or cause oriented campaigns* adalah jenis kampanye yang berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan berdimensi pada perubahan sosial. Kampanye ini disebut pula *social change campaigns*, yaitu kampanye yang ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui

perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait. Contoh: Kampanye konversi minyak tanah ke gas.

### 2.5.2 Model Kampanye

Model yang sangat sering digunakan sampai saat ini adalah model komponensial kampanye. Dalam model ini terdapat unsur-unsur yang harus dilihat sebagai satu kesatuan, diantaranya, sumber kampanye, saluran, penerima kampanye, efek dan umpan balik.

### 2.5.3 Landasan Kampanye

Menurut Klingeman dan Romelle (2002), dalam buku Manajemen Kampanye, berdasarkan cara kampanye dilakukan, kampanye dibagi menjadi dua yaitu:

- Kampanye informatif, kampanye ini dilakukan secara satu arah, pesan-pesan kampanye hanya terjadi satu arah kepada penerima, tidak terjadi dialog antara pelaku dan penerima kampanye.
- Kampanye komunikatif, kampanye ini berbanding terbalik dari kampanye informatif, pada kampanye ini pelaku kampanye sepenuhnya mengandalkan media massa untuk menyalurkan pesan-pesannya.

Sedangkan berdasarkan pada tujuan kampanye, kampanye dibagi menjadi dua, yaitu:

- Kampanye informatif, bertujuan untuk memberikan informasi, melakukan perubahan, menggugah kesadaran masyarakat mengenai isu tertentu.
- Kampanye persuasif, bertujuan untuk mengajak dan menganjurkan perubahan pada kebiasaan dan pemikiran.

Titik tolak suatu kampanye adalah persuasi, terdapat empat kelebihan yang dimiliki oleh kampanye persuasi, diantaranya:

- Kampanye berupaya menciptakan tempat tertentu dalam pikiran khalayak.
- Kampanye berlangsung dalam berbagai tahap, mulai dari menarik perhatian, mempersiapkan khalayak untuk bertindak, hingga akhirnya mengajak untuk melakukan tindakan nyata.
- Kampanye melebih-lebihkan gagasan yang disampaikan.
- Kampanye menggunakan kekuatan media untuk mempengaruhi khalayak.

### 2.5.4 Saluran Kampanye

Klingemann dan Rommele (2002) dalam buku Manajemen Kampanye menyebutkan saluran kampanye sebagai segala bentuk media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

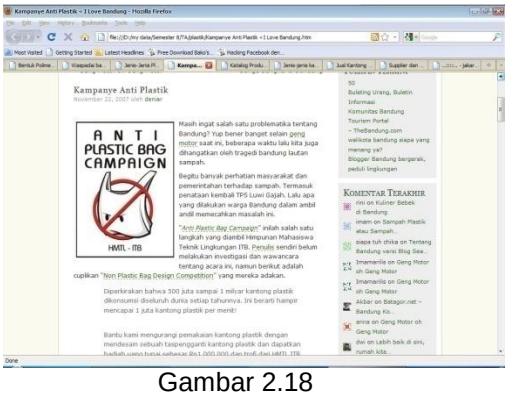
Dalam kampanye komunikasi, media massa cenderung ditempatkan sebagai saluran komunikasi utama karena media ini dapat meraih massa dalam jumlah besar. Selain itu, media massa juga memiliki kemampuan untuk mempersuasi khalayak.

Terdapat tahapan untuk melakukan kampanye komunikasi melalui suatu media yaitu memberitahu, menginformasikan, mengajak dan mengingatkan.

## 2.6 Penyelesaian Masalah

Beberapa lembaga pecinta lingkungan seperti *Green Peace* dan Aku Ingin Hijau, di situs mereka sendiri telah sering membahas dampak buruk sampah kantong plastik terhadap lingkungan bahkan telah memberikan solusi yang digagas oleh mereka sendiri. Diantaranya *Bring Your Own Bag* yaitu menghimbau kepada masyarakat agar membawa tas sendiri ketika berbelanja yang dapat dipakai berulang kali. Tetapi hal ini tidak efektif karena hanya dikampanyekan di situs mereka sendiri, sehingga hanya orang-orang tertentu saja yang membaca. Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) pun bekerja

sama dengan HMTL-ITB telah mengkampanyekan *anti plastic bag* di kota Bandung pada tahun 2010.




Gambar 2.18

Situs kampanye anti kantong plastik oleh HMTL ITB dan WALHI

(Sumber: HMTL-ITB)

Kampanye yang dilakukan oleh lembaga lingkungan hidup belum efektif, sehingga penggunaan kantong plastik di kalangan masyarakat terutama ibu rumah tangga masih sangat tinggi. Kampanye yang dilakukan oleh beberapa lembaga lingkungan seperti yang telah disebutkan sebelumnya memang sangat baik dan telah menyediakan beberapa solusi yang ditawarkan tetapi kampanye tersebut hanya dilakukan di situs-situs mereka sendiri atau di situs-situs yang berhubungan dengan lingkungan hidup, sementara saat ini yang paling banyak menggunakan kantong plastik adalah ibu rumah tangga, maka sangat kecil kemungkinan untuk dibaca oleh ibu rumah tangga. Seperti dikutip dari simpuldemokrasi.com, 12 Nopember 2010, menurut Zaerina sebagai ibu rumah tangga mengakui bahwa internet tidak begitu populer di kalangan ibu rumah tangga apalagi bagi ibu rumah tangga kalangan menengah ke bawah karena tidak memiliki kesempatan untuk

mempelajarinya, ibu rumah tangga pada kalangan ini sangat jarang bahkan tidak pernah membaca artikel atau melakukan *searching* di internet kecuali ibu rumah tangga yang memang membutuhkan internet sebagai fasilitas kerja atau untuk bisnis.

Selain itu, poster kampanye yang dibuat sulit dimengerti oleh orang awam, objek yang dibuat tidak menyerupai kantong plastik yang umum digunakan karena warnanya putih padahal kantong plastik yang paling sering digunakan oleh ibu rumah tangga adalah kantong plastik hitam. Kampanye tersebut pun tidak terdengar lagi saat ini sehingga masyarakat yang sudah mengetahui dan awalnya mencoba menjadi kembali lagi pada kebiasaan semula.

Berdasarkan kepada data yang telah didapatkan, maka diperlukan suatu solusi yang tepat agar ibu rumah tangga mengurangi penggunaan kantong plastik, salah satunya dengan melakukan kampanye untuk mengajak masyarakat terutama ibu rumah tangga untuk mengurangi penggunaan kantong plastik dengan upaya yang dapat dilakukan diantaranya memakai ulang kantong plastik dengan cara menyimpan kantong plastik yang telah digunakan, membawa kantong plastik sendiri ketika berbelanja, menghindari menggunakan kantong plastik jika memang sebenarnya tidak terlalu membutuhkan dan dapat digantikan dengan cara lain atau jika hanya membeli sedikit dan memungkinkan untuk dibawa tanpa menggunakan kantong plastik. Upaya lain yang dapat dilakukan adalah membawa tas sendiri yang

dapat dipakai berulang kali ketika berbelanja sehingga tidak perlu memakai atau meminta kantong plastik.

### 2.6.1 Segmentasi

Segmentasi dipilih berdasarkan pengamatan dan data bahwa yang lebih sering memakai kantong plastik adalah ibu rumah tangga.

- Demografis

  Informasi ini ditujukan bagi target audiens yang berjenis kelamin perempuan berusia 25 – 50 tahun, bekerja sehari-hari sebagai ibu rumah tangga dengan latar belakang pendidikan mulai dari SMP – S1, berstatus menikah dengan penghasilan rata-rata keluarga 1 – 3 juta rupiah per bulan dan termasuk ke dalam kelas sosial dari kelas menengah bawah sampai kelas bawah.

- Geografis

  Informasi ini ditujukan bagi ibu rumah tangga yang tinggal di kota Bandung dikarenakan Bandung adalah salah satu kota besar yang mempunyai penduduk yang banyak dan memiliki banyak pusat perbelanjaan yang tersebar di banyak tempat sehingga berpotensi menjadi salah satu tempat penyebaran terbesar kantong plastik.

- Psikografis

  Pada umumnya masyarakat menengah hingga menengah ke bawah mempergunakan waktunya untuk bekerja, berdagang atau mengurus rumah tangga, sehari-hari biasa berbelanja di pasar tradisional, supermarket, minimarket, warung, atau kios-kios kecil sehingga berpotensi mengkonsumsi kantong plastik paling banyak setiap harinya, memiliki tingkat ekonomi dan pendidikan yang pas-pasan, menyukai hal yang instan dan bersifat praktis, tidak berorientasi pada masa depan dan cenderung ingin berubah namun sulit melakukan.