

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Limbah elektronik (*e-waste*) adalah limbah atau sampah yang berasal dari peralatan elektronik. Contoh limbah elektronik antara lain adalah *handphone* (telepon genggam), televisi, mesin cuci, dan komputer. Sampah elektronik mengandung bahan yang berbahaya dan beracun, seperti logam berat, *Polyvinyl Chloride* (PVC), *Printed Circuit* (PCB), dan lain sebagainya yang dapat merusak kesehatan dan lingkungan di masyarakat. Pengelolaan sampah elektronik seharusnya dilakukan dengan benar-benar cermat serta tepat. Sampah elektronik tidak dapat diperlakukan sama halnya dengan sampah organik atau sampah lainnya. Jika mengacu kepada Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 101 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3), dimana sampah elektronik termasuk di dalamnya, pengelolaannya harus secara khusus dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki izin.

Penelitian Hanafi (2011) menyebutkan, pada tahun 2007, Indonesia memproduksi lebih dari 3 milyar produk peralatan elektronik rumah tangga dan perlengkapan IT seperti *handphone*, komputer dan televisi. Indonesia adalah salah satu konsumen terbesar dari peralatan elektronik rumah tangga di Asia. Dari data tersebut dapat dibayangkan pada tahun tahun mendatang Indonesia dapat mengalami booming sampah elektronik (*e-waste*). Data ini juga belum termasuk jumlah sampah elektronik (*e-waste*) yang masuk ke Indonesia dari negara maju secara illegal.

Banyaknya sampah elektronik ada di berbagai daerah di Indonesia, termasuk Kabupaten Tangerang. Berdasarkan data yang terdapat di Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK) Kabupaten Tangerang, sekitar 4 juta populasi di daerah tersebut memproduksi kurang lebih 1.900 ton sampah per hari. Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK) Kabupaten Tangerang baru dapat menangani sekitar 800 sampai 1.000 ton sampah per hari. Hal ini menjadi alasan keprihatinan Bupati Zaki Iskandar terhadap banyaknya sampah yang ada di Kabupaten Tangerang dan mengadakan gerakan pengelolaan dan usaha untuk meminimalisir sampah sejak tahun lalu yang masih terus berjalan hingga sekarang. Sebelumnya, pada tahun 2015 hingga 2016 masyarakat di Teluk Naga, Kabupaten Tangerang, menerima sampah-sampah elektronik dari seorang oknum dan karena minimnya pengetahuan mengenai sampah elektronik, sampah itu kemudian dimusnahkan di badan Sungai Cisadane.

Pemerintah Kabupaten Tangerang menggelar kampanye dan sosialisasi dari bahaya, pengumpulan, pengelolaan hingga pengiriman sampah elektronik ke tempat yang bersertifikat. #TangerangPilahEwastemenjadi tema kampanye dan sosialisasi tersebut. Bupati Zaki Iskandar bekerja sama dengan Rafa Jafar (RJ) yang merupakan *Founder EwasteRJ Community*, dengan mengajak dan mengedukasi seluruh masyarakat Kabupaten Tangerang, termasuk para pelajar, mahasiswa dan elemen pemuda yang ada di Kabupaten Tangerang, untuk ikut serta menangani mengenai bahaya sampah elektronik. Meminimalisir dampak buruk dari sampah elektronik menjadi tujuan kegiatan tersebut. Nantinya sampah elektronik

ini akan dikumpulkan untuk dikelola dan dikirim ke tempat pemusnahan sampah elektronik yang sudah terdaftar agar tidak menjadi limbah berbahaya di masyarakat. Pemerintah Kabupaten Tangerang juga telah menyiapkan penciptaan industri pemusnahan sampah di kawasan Tempat Pemrosesan Akhir (TPA).

Gambar 1.1 #TangerangPilahEwaste



Sumber : instagram @ewasterj

Pemerintah Kabupaten Tangerang dan *Ewasterj* menyediakan *Dropbox* atau tempat khusus pengumpulan sampah yang tersedia di beberapa titik di Kabupaten Tangerang, diantaranya di Kantor Kecamatan Pagedangan, AEON Mall BSD dan Summarecon Mall Serpong. Selain itu juga ada mobil khusus pengangkut *e-waste* yang akan mengunjungi beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Tangerang seperti Pagedangan, Cisauk, Legok, Curug, Cikupa, dan juga Kelapa Dua. Hal ini dapat memudahkan seluruh masyarakat di Kabupaten Tangerang untuk ikut berpartisipasi dalam kampanye #TangerangPilahEwaste. (tangerangkab.go.id, 2021)

Gambar 1.2 Mobil Pengangkut *E-waste*

Sumber : Instagram @ewasterj

*EwasteRJ* adalah sebuah komunitas yang dilakukan oleh para remaja dengan fokus kepedulian lingkungan terhadap limbah Bahan Beracun dan Berbahaya (B3) khususnya elektronik. Rafa Jafar sebagai pencetus utama ide ini yang pada awalnya untuk mengatasi barang elektronik bekas dirumahnya. Komunitas *EwasteRJ* terbentuk pada tahun 2017 sebagai upaya mengatasi masalah sampah elektronik, memfasilitasi, dan membuat kampanye mengenai limbah B3 khususnya elektronik kepada masyarakat yang ada di Indonesia. Komunitas *EwasteRJ* membuat program *midpoint e-waste* dengan fasilitas *drop box* di beberapa titik ruang publik. Setelah sampah elektronik terkumpul di mitra, *drop box* akan dikirim ke Sekretariat *EwasteRJ* untuk dipilah berdasarkan kategorinya. Setelah itu, ada perusahaan pengolah yang akan menjadi rekan *EwasteRJ* yang akan mengangkutnya. Selain kegiatan mengurus limbah atau sampah elektronik, komunitas ini juga kerap mengisi acara atau berpartisipasi dalam acara pemerintah, perusahaan, sekolah, maupun komunitas lainnya. Tujuannya adalah untuk memberikan pengarahan dan juga membangun kesadaran masyarakat tentang bahaya sampah elektronik.

*EwasteRJ* tidak hanya melakukan kegiatan secara langsung, komunitas ini memiliki media sosial seperti instagram dan facebook dengan akun @ewasterj untuk memberikan informasi dan kampanye mengenai bahaya sampah elektronik. Hal ini dilakukan oleh *EwasteRJ* untuk mengedukasi masyarakat bahwa sampah elektronik harus dikumpulkan di suatu tempat khusus dan tidak bisa dicampur dengan sampah lain. (www.greeners.co, 2021)

Kampanye *Public Relations* adalah salah satu teknik komunikasi yang digunakan oleh *Public Relations* untuk mencapai suatu tujuan dari organisasi atau perusahaan. Menurut Rogers dan Storey (dalam Atkin 2001) kampanye merupakan serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Serangkaian tindakan komunikasi ini dapat diartikan bahwa kampanye tidak hanya melakukan satu jenis komunikasi, tetapi berbagai tindakan berkomunikasi yang sengaja dirancang dapat meliputi komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Berbagai tindakan

komunikasi dapat dilakukan yang sengaja dirangkai untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan tertentu adalah dalam setiap kegiatan kampanye memiliki suatu tujuan yang hendak dicapai. Tujuan kampanye biasanya ditetapkan oleh pemilik program sesuai dengan bidangnya.

Kampanye *E-Waste* yang diselenggarakan oleh pemerintah Kabupaten Tangerang membuat peneliti tertarik untuk meneliti apakah kegiatan kampanye tersebut berpengaruh terhadap perubahan sikap peduli lingkungan. Oleh sebab itu penelitian ini diberi judul “Pengaruh Kampanye #TangerangPilahEwaste Melalui Instagram Terhadap Perubahan Sikap Peduli Lingkungan”

## 1.2 Rumusan Masalah

Dengan rumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian yang akan diangkat adalah:

1. Bagaimana pengaruh Kampanye #TangerangPilahEwaste di Instagram terhadap perubahan sikap peduli lingkungan?
2. Seberapa besar pengaruh Kampanye #TangerangPilahEwaste di Instagram terhadap perubahan sikap peduli lingkungan ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang ada di latar belakang dan rumusan masalah, terdapat tujuan pada penelitian ini diantaranya :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari kampanye #TangerangPilahEwaste melalui instagram terhadap perubahan sikap peduli lingkungan
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kampanye #TangerangPilahEwaste melalui instagram terhadap perubahan sikap peduli lingkungan

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat yang positif secara teoritis maupun secara praktis, yaitu :

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

penelitian ini memiliki manfaat teoritis yaitu untuk memberikan landasan bagi para peneliti lain dalam melakukan penelitian lain yang sejenis dalam rangka pengaruh kampanye terhadap perubahan sikap publik.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi pengetahuan yang bermanfaat untuk praktisi *Public Relations*, yang ingin menyebar luaskan sebuah ide dalam bentuk sebuah kampanye.