

## **KAMPANYE PEMILAHAN SAMPAH RUMAH TANGGA DI KELURAHAN SARIJADI KOTA BANDUNG**

**Penulis : Fransiska Karunia Loviana 0964178**

**Pembimbing 1 : Dra.Naniwati S,M.Ds**

**Pembimbing 2 : Dra.Wieke Iasman,M.Ds**

### **ABSTRAK**

Permasalahan sampah di kota Bandung sampai saat ini belum dapat diatasi dengan tuntas. Sampah rumah tangga merupakan penghasil sampah terbanyak setiap harinya. Dampak ini ternyata sangat signifikan. Hal ini disebabkan karena masyarakat kurang peduli, dan juga didukung oleh pola hidup masyarakat yang belum terbiasa melakukan pemilahan sampah rumah tangga. Kesadaran manusia untuk memilah sampah merupakan langkah terbaik untuk memulai memperbaiki hal tersebut. Kurangnya pemahaman dalam masa terurai sampah menjadikan masyarakat banyak yang kurang peduli terhadap lingkungan sekitar. Hal ini mengakibatkan masalah besar, jika di biarkan maka dunia akan tertutup sampah dalam kurun waktu yang tidak lama. Maka Merancang Strategi Kampanye pemilahan sampah rumah tangga di kelurahan Sarijadi Kota Bandung agar masyarakat dapat ikut serta dalam pemilahan sampah rumah tangga setiap harinya. Kampanye ini lebih memfokuskan pada pemilahan sampah rumah tangga sebagai pembahasan utama, namun diberi juga sedikit informasi mengenai pemanfaatan sampah rumah tangga setelah dipilah agar masyarakat memahami setelah sampah dipilah dapat dimanfaatkan kembali menjadi barang yang bernilai. Sehingga terciptanya lingkungan yang bersih dan hidup lebih nyaman. Diharapkan setelah penelitian ini, bukan hanya ibu-ibu rumah tangga saja namun seluruh anggota keluarga pun dapat mulai tergerak memilah sampah yang ada di rumahnya sendiri maupun lingkungannya. Dengan memulai memilah sampah rumah tangga dapat di berikan ke Bank sampah atau diolah sendiri menjadi kreasi yang sangat bernilai dan bisa menjadi peluang bisnis untuk ibu-ibu rumah tangga dan juga menciptakan lingkungan hijau.

## **KAMPANYE PEMILAHAN SAMPAH RUMAH TANGGA DI KELURAHAN SARIJADI KOTA BANDUNG**

**Penulis : Fransiska Karunia Loviana 0964178**

**Pembimbing 1 : Dra.Naniwati S,M.Ds**

**Pembimbing 2 : Dra.Wieke Iasman,M.Ds**

### **ABSTRACT**

The garbage problem in the city has yet to be resolved completely. Household waste is the largest waste producer every day. The impact was very significant. This is due to the lack of care, and are also supported by the lifestyle of the people who have not been accustomed to sorting household waste. Human consciousness to sort out the garbage is the best way to start fixing it. Lack of understanding of the biodegradable waste time making the community much less concerned about the environment. This resulted in a major problem, if in the world would let the garbage covered in a period not longer. Then Designing Campaign Strategy sorting of household waste in urban Bandung Sarijadi ikutr so that people can participate in the sorting of household waste every day. This campaign focuses on household waste sorting as the main discussion, but given too little information about the utilization of household rubbish after disaggregated so that people understand once separated waste can be recovered into valuable goods. Thus creating a clean environment and live more comfortably. Expected after this study, not only the mother-housewife alone but the whole family was able to begin to move sorting garbage in the house itself and its surroundings. With the start sorting of household waste can be provided to the Bank trash or recycle themselves into creations that are very valuable and can be a business opportunity for home moms and also creating a green environment.

## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| HALAMAN JUDUL.....                              | i   |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                         | ii  |
| PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA dan LAPORAN ..... | iii |
| PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....    | iv  |
| KATA PENGANTAR .....                            | v   |
| DAFTAR ISI .....                                | vii |
| DAFTAR GAMBAR .....                             | x   |
| DAFTAR TABEL .....                              | xii |

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....   | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah .....         | 3 |
| 1.3 Tujuan Perancangan .....      | 3 |
| 1.4 Batasan masalah .....         | 3 |
| 1.5 Teknik pengumpulan data ..... | 3 |
| 1.6 Skema Perancangan.....        | 5 |
| 1.7 Sistematika Penulisan.....    | 6 |

### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 2.1 Definisi Kampanye ..... | 7  |
| 2.1.1 Tujuan Kampanye ..... | 9  |
| 2.2 Jenis Kampanye .....    | 10 |

|   |    |
|---|----|
| 2.3 Aspek Perancangan Kampanye .....                  | 11 |
| 2.4 Teori SWOT .....                                  | 12 |
| 2.5 Teori Segmentasi, Targeting, dan positioning..... | 13 |
| 2.5.1 <i>Segmentasi</i> .....                         | 13 |
| 2.5.2 <i>Targeting</i> .....                          | 14 |
| 2.5.3 <i>Positioning</i> .....                        | 14 |
| 2.6 Tipografi.....                                    | 15 |

### **BAB 3 DATA DAN ANALISIS MASALAH**

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Data lembaga terkait.....                                       | 16 |
| 3.1.1 Pepelink.....   | 16 |
| 3.1.2 Dinas Kebersihan Bandung.....                                 | 24 |
| 3.2 Data hasil observasi.....                                       | 25 |
| 3.2.1 Pengertian sampah.....  | 25 |
| 3.2.2 Sampah rumah tangga .....                                     | 26 |
| 3.2.3 Jenis pengolahan sampah berskala rumah tangga .....           | 27 |
| 3.2.4 Hasil wawancara .....   | 29 |
| 3.3 Analisis terhadap permasalahan berdasarkan data dan fakta ..... | 30 |
| 3.3.1 Hasil wawancara .....   | 30 |
| 3.3.2 Hasil kuesioner .....   | 30 |
| 3.3.3 Segmentasi dan targeting .....                                | 34 |

## **BAB 4 PEMECAHAN MASALAH**

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 4.1 Konsep Komunikasi .....       | 37 |
| 4.2 Konsep kreatif .....          | 38 |
| 4.3 Konsep media .....            | 38 |
| 4.3.1 Media cetak .....           | 38 |
| 4.4 Konsep visual .....           | 40 |
| 4.4.1 Jenis huruf .....           | 40 |
| 4.4.2 Bentuk .....                | 40 |
| 4.4.3 Warna .....                 | 41 |
| 4.4.4 Gaya .....                  | 42 |
| 4.5 <i>Timeline</i> Kampanye..... | 42 |
| 4.6 Hasil karya.....              | 43 |
| 4.6.1 Logo kampanye .....         | 44 |
| 4.6.2 Logo tempat sampah .....    | 44 |
| 4.6.3 Poster .....                | 46 |
| 4.6.4 <i>Flyer</i> .....          | 52 |
| 4.6.5 <i>X-Banner</i> .....       | 53 |
| 4.6.6 Brosur .....                | 55 |
| 4.6.7 <i>Booklet</i> .....        | 56 |
| 4.6.8 <i>Gimmick</i> .....        | 61 |
| 4.7 Biaya Media/ budgeting .....  | 64 |

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan ..... | 65 |
|----------------------|----|

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 5.2 Saran .....                      | 66 |
| 5.2.1 Saran terhadap masyarakat..... | 66 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR GAMBAR

|             |   |    |
|-------------|---|----|
| Gambar 1.6  | Skema Perancangan .....                           | 5  |
| Gambar 3.1  | Logo pepelink .....                               | 16 |
| Gambar 3.2  | Omzet penjualan sampah .....                      | 9  |
| Gambar 3.3  | Koleksi kerajinan tangan pepelink .....           | 20 |
| Gambar 3.4  | Pajangan dari bungkus kopi kapal api .....        | 20 |
| Gambar 3.5  | Koleksi tas dari limbah sampah rumah tangga ..... | 21 |
| Gambar 3.7  | Pameran di “Balai Kota Bandung” .....             | 21 |
| Gambar 3.8  | Pameran di “PT. Dirgantara Indonesia” .....       | 21 |
| Gambar 3.9  | Pameran di “SMAN 9 BANDUNG” .....                 | 21 |
| Gambar 3.9a | Susunan pengurus inti Pepelink.....               | 21 |
| Gambar 4.1  | Logo kampanye .....                               | 44 |
| Gambar 4.2  | Logo tempat sampah .....                          | 46 |
| Gambar 4.3  | Poster awareness 1 .....                          | 48 |
| Gambar 4.4  | Poster awareness 2 .....                          | 49 |
| Gambar 4.5  | Poster informing 1 .....                          | 50 |
| Gambar 4.6  | Poster informing 2 .....                          | 51 |
| Gambar 4.7  | Poster reminding .....                            | 52 |
| Gambar 4.8  | Poster <i>Flyer</i> bagian depan .....            | 53 |
| Gambar 4.9  | Poster <i>Flyer</i> bagian belakang .....         | 54 |
| Gambar 4.10 | <i>X-Banner</i> .....                             | 55 |
| Gambar 4.11 | Brosur bagian luar dan dalam .....                | 56 |
| Gambar 4.12 | Buklet <i>cover</i> .....                         | 57 |

|             |                               |    |
|-------------|-------------------------------|----|
| Gambar 4.13 | Buklet halaman 1&2 .....      | 58 |
| Gambar 4.14 | Buklet halaman 3&4 .....      | 58 |
| Gambar 4.15 | Buklet halaman 5&6 .....      | 59 |
| Gambar 4.16 | Buklet halaman 7&8 .....      | 59 |
| Gambar 4.17 | Buklet halaman 9&10 .....     | 60 |
| Gambar 4.18 | Buklet halaman 11&12 .....    | 60 |
| Gambar 4.19 | Buklet halaman 13&14 .....    | 61 |
| Gambar 4.20 | Buklet halaman 15&16 .....    | 61 |
| Gambar 4.21 | Spanduk .....                 | 62 |
| Gambar 4.22 | <i>Hangtag</i> dan pin .....  | 62 |
| Gambar 4.23 | Celemek dan tas .....         | 63 |
| Gambar 4.13 | <i>Gimmick</i> kalender ..... | 63 |



## DAFTAR TABEL

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| TABEL 3.1 | Usia Target Kampanye .....                                  | 30 |
| TABEL 3.2 | Profesi kelamin Target Kampanye .....                       | 31 |
| TABEL 3.3 | Jenis kelamin Target Kampanye .....                         | 31 |
| TABEL 3.4 | Tabel pengukuran pentingnya pengetahuan sampah .....        | 32 |
| TABEL 3.5 | Tabel pengukuran mengetahui cara memilah sampah.....        | 32 |
| TABEL 3.6 | Tabel pengukuran sampah yang butuh waktu lama terurai ..... | 33 |
| TABEL 3.7 | Memilah sampah hal yang merepotkan .....                    | 33 |
| TABEL 4.5 | Tabel <i>timeline</i> .....                                 | 42 |
| TABEL 4.6 | Tabel <i>budgeting</i> .....                                | 64 |