

## **KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DUSUN PUCUKAN MELALUI PEMANFAATAN SAMPAH PLASTIK**

**Masnuna**

*Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
masnuna.dkv@upnjatim.ac.id*

### **ABSTRACT**

*Pucukan village is one of the isolated villages in Sidoarjo because it has difficult road access so that little information can enter the village and the limited jobs that available. Most of the villagers rely on jobs as ponds guard and fishermen whose income is small and uncertain. Villagers often littering because they don't have trash bins, so the village environment is dirty. Processing plastic waste in a creative way becomes one of the solutions to economic problems. Through social campaigns, villagers are invited to learn how to process plastic waste creatively to create an products that have selling value. Data were collected by qualitative methods through observation, questionnaires and in-depth interviews, starting from demographic, psychographic and behavioral conditions. The results of data collection will be used in designing a social campaign that will guide villagers to think creatively in processing of plastic waste.*

*Keywords: campaign, creative, sidoarjo, illustration*

### **ABSTRAK**

Desa Pucukan adalah salah satu desa terpencil di Sidoarjo yang memiliki akses jalan yang sulit sehingga sulit mendapatkan informasi yang bisa didapatkan di desa tersebut dan terbatasnya pekerjaan yang tersedia. Sebagian besar penduduk desa mengandalkan pekerjaan sebagai penjaga kolam dan nelayan yang penghasilannya kecil dan tidak pasti. Penduduk desa sering membuang sampah sembarangan karena mereka tidak memiliki tempat sampah, sehingga lingkungan desa menjadi kotor. Mengolah sampah plastik dengan cara yang kreatif menjadi salah satu solusi untuk masalah ekonomi. Melalui kampanye sosia inil, warga desa diundang untuk belajar bagaimana mengolah sampah plastik secara kreatif untuk menciptakan produk yang memiliki nilai jual. Data dikumpulkan dengan metode kualitatif melalui observasi, kuesioner dan wawancara mendalam, mulai dari kondisi demografis, psikografis, dan perilaku. Hasil pengumpulan data akan digunakan dalam merancang kampanye sosial yang akan memandu warga desa untuk berpikir kreatif dalam pengolahan sampah plastik.

Kata Kunci: kampanye, kreatif, sidoarjo, ilustrasi

### **PENDAHULUAN**

Sampah merupakan salah satu permasalahan yang selalu dihadapi oleh semua negara. Baik di negara berkembang hingga di negara paling maju. Sampah telah menjadi permasalahan umum di berbagai belahan dunia. Indonesia merupakan salah satu dari banyak negara yang mempunyai permasalahan tentang sampah. Sampah telah menjadi masalah yang cukup banyak ditemui di Indonesia, tidak hanya di perkotaan besar tetapi juga di daerah-daerah pinggiran, terutama sampah plastik.

Plastik telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari manusia. Akhir-akhir ini plastik telah merebut pangsa pasar kemasan dunia, menggantikan kemasan kaleng dan gelas. Bahan plastik ini dibuat melalui proses polimerisasi. Barang-barang berbahan dasar plastik tersebut merupakan bahan polimer sintesis yang

sulit terdegradasi di alam. Butuh ratusan tahun untuk menguraikannya. Peningkatan penggunaan plastik berbanding lurus terhadap sampah plastik yang dihasilkan hingga mengalami kenaikan sekitar 200 ton per tahun.

Permasalahan sampah juga terjadi di salah satu dusun yang terletak di pinggir kota Sidoarjo yaitu dusun Pucukan. Dusun Pucukan merupakan salah satu dusun yang sangat terpencil, terletak di Desa Gebang, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Terdapat dua akses jalan menuju ke dusun Pucukan yaitu melalui jalur sungai dengan menggunakan kapal dan jalur darat yang bisa di akses dari Tanggulangin yang ditempuh dalam waktu kurang lebih 1 jam dari tempat pemberangkatan hingga sampai ke dusun.

Kondisi ini yang menyebabkan dusun Pucukan sulit dijangkau termasuk informasi dari dunia luar untuk masuk ke dalam dusun. Akibatnya banyak warga dusun yang menggantungkan kebutuhan hidup dengan bekerja sebagai nelayan atau sebagai pekerja tambak. Hampir semua warga dusun bekerja sebagai penunggu tambak yang penghasilannya tidak tetap sehingga perekonomian disana sangat kurang.

Kurangnya pendidikan dan informasi yang masuk mempengaruhi pola hidup warga salah satunya dalam mengolah sampah rumah tangga. Hal ini bisa dilihat dari kondisi dusun Pucukan yang cukup kotor dan sering dijumpai sampah-sampah yang berserakan di sekitar lingkungan. Sebagian masyarakat membuang sampah rumah tangga di depan dan belakang rumah dengan alasan agar bisa langsung dibakar atau dibiarkan saja supaya bisa hanyut ke sungai saat terjadi banjir.

Kondisi ini bisa dimanfaatkan dalam meningkatkan pendapatan tambahan dengan cara mengajarkan ibu-ibu untuk mendaur ulang sampah rumah tangga menjadi barang olahan yang memiliki nilai jual. Daur ulang telah menjadi bisnis besar yang telah dijalankan sejak lama secara sistematis. Kreasi dari sampah di anggap memiliki nilai komersial yang menjanjikan dan memiliki daya jual yang cukup dalam menghasilkan keuntungan bagi dusun Pucukan. Serta mampu menyelesaikan beberapa permasalahan yang terjadi di dusun Pucukan salah satunya yaitu di bidang ekonomi.

## **METODE PENELITIAN**

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini didapatkan dan dikumpulkan menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk mengetahui informasi yang lebih mendalam melalui observasi berperan serta, wawancara mendalam, dan dokumentasi serta kuesioner (Sugiyono, 2012:63). Tahapan yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu :

### ***Observasi***

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan terhadap fenomena yang terjadi di lokasi penelitian. Pada teknik ini membutuhkan pengamatan yang cukup teliti dan ketajaman mata dalam mencari fenomena hingga ke skala terkecil.

### ***Kuesioner (angket)***

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui penyebaran beberapa pertanyaan dan pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, kuesioner dibagikan kepada warga Pucukan yang berjumlah 50 kepala keluarga. Pengisian kuesioner ini dibantu oleh mahasiswa dengan cara menanyakan secara langsung pertanyaan yang telah disediakan kepada warga.

### ***Wawancara Mendalam***

Wawancara mendalam dilakukan disela-sela pengisian kuesioner untuk memperjelas pernyataan yang telah disebutkan oleh warga. Tidak semua warga

memberikan jawaban yang sesuai dengan kebutuhan data sehingga mahasiswa dituntut untuk mempertanyakan lebih dalam melalui wawancara yang tidak terencana sebelumnya. Hingga didapatkan hasil yang lengkap dan detail serta lebih terinci.

### **Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan dengan mengambil gambar secara langsung saat di dusun Pucukan yang berisi tentang informasi kegiatan warga, kondisi lingkungan, dan lain-lain sebagai bukti terlampir. Serta mencari data melalui sumber-sumber lain seperti foto, video, internet, buku, jurnal dan lain-lain yang memuat informasi tentang dusun Pucukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Target Audiens**

Demografis

- Jenis kelamin : Perempuan
- Umur : 30 - 40 tahun
- Status : Ibu rumah tangga
- Kelas Sosial : Menengah kebawah

Psikografi

- Memiliki banyak waktu luang
- Suka berkumpul
- Tertarik untuk belajar hal baru

Geografis

- Dusun Pucukan

### **Hasil Pengumpulan Data**

Setelah mengumpulkan data di dusun Pucukan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar ibu-ibu merupakan pengangguran. Mereka hanya membantu pekerjaan bapak yang tidak pasti, selebihnya hanya bersantai dirumah. Kondisi ekonomi dan pendidikan yang rendah membuat mereka kurang peduli dengan lingkungan. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya sampah yang berserakan di depan rumah, belakang rumah dan di dekat sungai. Sampah yang paling sering ditemui adalah sampah plastik seperti botol minuman, kemasan makanan dan kantong plastik. Selain itu, disekitar area rumah warga juga sering ditemukan beberapa sisa makanan dan kotoran hewan ternak. Sebagian besar penduduk dusun Pucukan, terutama ibu – ibu, tidak mendapatkan penghasilan yang pasti. Penghasilan didapat menyesuaikan dengan kondisi tambak dan hasil panen tambak.

### **Konsep Desain**

Melihat dari permasalahan yang terjadi di dusun Pucukan maka solusi yang digunakan dalam memperbaiki perekonomian disana dengan membuat sebuah program kegiatan yang bisa dilakukan oleh ibu-ibu saat waktu luang. Program tersebut akan memanfaatkan kondisi sampah plastik yang berserakan disekitar dusun untuk dimanfaatkan kembali menjadi sebuah karya baru. Karya yang dibuat berupa barang-barang yang disukai oleh anak-anak karena pembuatannya yang murah dan mudah sehingga bisa meminimalisir biaya pembuatan. Sehingga ibu-ibu bisa menjual karya tersebut di SD atau TK di kota atau di luar dusun terdekat dengan harga yang terjangkau dan tetap bisa memberikan keuntungan bagi ibu-ibu Pucukan.

Maka didapatkan *keyword* yang digunakan dalam kampanye ini adalah “Go Recycle”. Tujuan memilih *keyword* tersebut adalah untuk mengajak masyarakat dusun Pucukan, terutama ibu-ibu, agar memanfaatkan kembali limbah sampah plastik yang awalnya hanya dibuang saja disekitar rumah menjadi olahan yang

bermanfaat dan memiliki nilai jual. Sehingga dari hasil daur ulang tersebut bisa dijual dan menambah penghasilan keluarga.

Dari keyword yang telah ditentukan dan solusi yang digunakan maka dibentuklah kampanye sosial KREASIK yaitu Kreasi Sampah Plastik yaitu sebuah gerakan yang mengajak warga dusun Pucukan untuk memanfaatkan kembali sampah plastik yang berserakan menjadi barang yang bernilai jual. Serta meningkatkan kesadaran warga dusun tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan melatih kreatifitas warga dalam mengolah barang yang tidak terpakai atau bekas.

### **Konsep Media**

#### a. Logo

Logo dibuat dengan menggabungkan elemen yang menggambarkan *keyword* "Go Recycle" baik dari warna maupun visual. Elemen yang perlu dipertahankan dalam membuat logo kampanye ini adalah :

- Menampilkan kesan penghijauan dan ramah lingkungan
- Menggunakan warna yang segar dan fresh
- Mudah diingat oleh audiens
- Sederhana dan mudah diimplementasikan di semua media

#### b. Program Kampanye

Program yang dibuat untuk ibu-ibu Pucukan adalah mengolah sampah plastik menjadi sebuah karya yang memiliki nilai jual. Karya hasil olahan ibu-ibu dijual kepada anak-anak SD atau TK yang berada di luar Dusun Pucukan.

#### c. Buku Panduan

Buku panduan dibuat untuk membantu warga dusun Pucukan dalam mengolah sampah plastik saat waktu senggang. Maka materi yang disajikan dalam buku disampaikan melalui infografis agar informasi lebih mudah diterima dan dipahami.

#### d. Video Infografis

Video infografis digunakan untuk menyampaikan dan mengenalkan tentang kampanye sosial KREASIK kepada warga dusun.

#### e. Poster Event

Poster digunakan untuk mengingatkan warga dusun tentang adanya kegiatan kampanye sosial yang diadakan di dusun Pucukan.

#### f. Stempel Visual

Stempel visual digunakan untuk memberikan identitas pada hasil karya warga dusun Pucukan saat akan dijual ke kota sehingga orang yang membeli bisa mengetahui bahwa produk tersebut merupakan karya ibu-ibu Pucukan.

#### g. Stiker

Stiker ditempel pada setiap rumah warga yang telah mengikuti kegiatan kampanye dan melaksanakan program kampanye. Serta sebagai bukti bahwa warga telah ikut berpartisipasi dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga.

#### h. Kaos

Kaos digunakan sebagai identitas anggota kampanye sosial saat melaksanakan kegiatan di dusun Pucukan.

#### i. Video Dokumenter

Video dokumenter dibuat sebagai bukti kegiatan yang telah dilakukan dan sebagai dokumentasi sehingga bisa dibagikan ke beberapa media online agar bisa dilihat oleh orang lain. Dengan harapan ada orang yang akan meneruskan kampanye tersebut.

#### j. Mini X-banner

Mini xbanner digunakan oleh warga Pucukan sebagai media promosi saat berjualan sehingga orang yang akan membeli dapat mengetahui tentang produk Pucukan dan kampanye KREASIK.

#### k. Reward

Reward diberikan kepada ibu-ibu yang telah berpartisipasi dalam melaksanakan program kampanye sebagai bentuk terima kasih dan agar ibu-ibu bisa mengingat bahwa mereka pernah mengikuti dan melaksanakan program KREASIK.

#### l. Brand

Produk yang akan dijual oleh warga Pucukan dibuatkan brand yaitu Kreasi Pucukan agar saat mereka berjualan orang-orang mengetahui tentang produk Pucukan dan bisa membagikan informasi tersebut ke orang lain.

### **Konsep Verbal**

Keyword “Go *Recycle*” atau dalam bahasa Indonesia adalah Ayo Daur Ulang. Dalam implementasinya menggunakan bahasa Indonesia untuk menyesuaikan dengan bahasa yang sesuai dengan bahasa sehari-hari di Pucukan.

### **Konsep Visual**

Konsep visual digunakan untuk meningkatkan rasa peduli lingkungan yang berpengaruh di lingkungan dan kesehatan masyarakat sekitar. Elemen visual yang digunakan berfokus pada hasil olahan sampah. Warna utama yang digunakan adalah sebagian warna hijau muda, orange dan coklat.

Filosofi warna hijau muda diambil dari elemen visual di Pucukan yaitu daun yang muda yang melambangkan inovasi baru dalam mengolah limbah sampah plastik dan juga menjadi sebuah pengalaman baru bagi masyarakat Pucukan. Warna orange divisualkan ekonomis, optimis dan kesuksesan dalam sebuah pencapaian. Sehingga visual warna orange ditujukan sebagai harapan untuk mendapatkan kesuksesan dalam proses mengolah hasil limbah sampah menjadi ekonomis dan manfaat yang didapat bisa dirasakan oleh semua orang. Kemudian warna coklat adalah bentuk filosofi kreatifitas sesuai dengan kampanye yang akan dilakukan. Kegiatan ini dilakukan agar masyarakat sekitar tumbuh sifat kreatifitasnya dan menjadi kebiasaan baik untuk mengolah limbah sampah.

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Kegiatan kampanye Kreasik (Kreasi Sampah Plastik) ini diharapkan agar bermanfaat untuk masyarakat diantaranya sebagai berikut :

- Membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat terutama ibu-ibu
- Mendapatkan pendapatan tambahan ekonomi
- Mengurangi jumlah pengangguran
- Mengurangi limbah sampah plastik
- Mengasah kreatifitas masyarakat dalam mengolah barang bekas

Tabel 1. Kegiatan Kampanye

Kegiatan	Keterangan
Minggu 4 Nopember 2018	- Sosialisasi dilaksanakan saat siang hari di Balai Dusun - Materi Sosialisasi : Penjelasan singkat tentang Kreasik.
Minggu/Senin 20 Nopember 2018	- Mengajak ibu-ibu untuk berkumpul bersama di Balai Dusun. - Membagikan buku panduan kepada warga - Materi Sosialisasi : - Mengumpulkan sampah plastik bersama tim Lingkungan. - Belajar membuat kreasi bersama - Menghimbau kepada ibu-ibu untuk tetap mengumpulkan sampah. - Alat yang dibutuhkan : - Alat dan bahan untuk berkreasi
Minggu/Senin 25 Nopember 2018	- Mengajak ibu-ibu untuk berkumpul bersama di Balai Dusun - Menghimbau untuk tetap mengumpulkan sampah plastik dan menjaga lingkungan

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjelaskan tentang penjualan di luar dusun</li> <li>- Membagikan reward kepada ibu-ibu yang berhasil melakukan kegiatan ini</li> <li>- Evaluasi hasil kegiatan kampanye</li> </ul> <p>Alat yang dibutuhkan :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reward untuk ibu-ibu</li> </ul>
--	---

### UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji syukur bagi Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini. Kampanye sosial “Kreasik” ini juga melibatkan beberapa orang yang ikut dalam pengerjaan laporan ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih pada

1. Orangtua atas doa dan restunya.
2. Mahasiswa kelompok Kreasik.
3. Pak Tarom RW desa Pucukan atas sambutan dan keramahannya
4. Masyarakat desa Pucukan atas partisipasinya

### DAFTAR PUSTAKA

- Arico, Zulfan dan Sri Jayanthi. 2017. *Pengolahan Limbah Plastik Menjadi Produk Kreatif Sebagai Peningkatan Ekonomi Masyarakat Pesisir*. Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat. Vol 1(1): 2.
- Linda, Roza. 2016. *Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Melalui Daur Ulang Sampah Plastik (Studi Kasus Bank Sampah Berlian Kelurahan Tangkerang Labuai)*. Jurnal Al-Iqtishad. Vol 1(12): 8-9.
- Nasution, Reni Silvia. 2015. *Berbagai Cara Penanggulangan Limbah Plastik*. Elkawnie: Journal of Islamic Science and Technology. Vol 1 (1): 97-98.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

### LAMPIRAN



Gambar. 1 Logo Kreasik  
Sumber: Kreasik



Gambar. 2 Brand Produk Kreasik  
Sumber: Kreasik



Gambar. 3 Stempel Kreasik  
Sumber: Kreasik



Gambar. 4 Poster Kreasik  
Sumber: Kreasik



Gambar. 5 Mini Banner Kreasik  
Sumber: Kreasik





Gambar. 9 Kaos Kreasik  
Sumber: Kreasik



Gambar. 8 Produk Kreasik  
Sumber: Kreasik



Gambar. 7 Jam Kreasik  
Sumber: Kreasik



Gambar. 6 Stiker Kreasik  
Sumber: Kreasik

Gambar. 11 Mural Kreasik  
Sumber: Kreasik



Gambar. 12 Kegiatan Kampanye Kreasik  
Sumber: Kreasik