

# DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK MENUNJANG KAMPANYE KESADARAN BUANG SAMPAH PADA TEMPATNYA DAN PEMANFAATAN SAMPAH

**Isanilda Dea Latifah**

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komunikasi dan Multimedia,  
Bina Nusantara University, Jl. K.H. Syahdan No. 9, Kemanggisan, Palmerah, Jakarta Barat.  
[dea\\_reza2005@yahoo.com](mailto:dea_reza2005@yahoo.com)

## ABSTRACT

*Public awareness will live in a clean environment within their important behavior of throwing garbage into a garbage can and also managing garbage so it could raise other benefits in environment conservation. As a visual communication designer, we must care about everything we do to get the result of public purpose that care with environment cleanliness and conservation. Therefore, it is hoped that will be easier for us to design the good concept to create social design regarding our efforts to remind how importance of public awareness towards cleanliness and the behavior of throwing garbage into the garbage can and manage garbage into beneficial products.*

**Keywords:** design, campaign, awareness, garbage

## ABSTRAK

*Kesadaran masyarakat akan hidup bersih dengan membiasakan membuang sampah pada tempatnya dan mengelola sampah sehingga lebih mendatangkan keuntungan dalam pelestarian lingkungan sangatlah perlu ditingkatkan. Kita sebagai desainer komunikasi visual haruslah peduli akan semua yang bisa kita lakukan untuk tercapainya tujuan masyarakat yang peduli akan kebersihan dan pelestarian lingkungan. Karenanya, diharapkan akan lebih mudah untuk kita merancang konsep yang baik untuk membuat sebuah desain sosial mengenai upaya kita mengingatkan kembali betapa pentingnya kesadaran masyarakat akan kebersihan dengan membiasakan membuang sampah pada tempatnya dan mengelola sampah menjadi produk-produk yang lebih bermanfaat.*

**Kata kunci:** desain, kampanye, kesadaran, sampah

## PENDAHULUAN

Lingkungan yang sehat adalah lingkungan yang bersih. Akan tetapi tidak semua lingkungan bersih dapat kita temui dengan mudah. Tidak hanya di kota-kota besar, di kota-kota kecilpun sering kita jumpai pemandangan yang tidak sedap dipandang mata. Pemandangan kotornya lingkungan kita, misalnya selokan-selokan, jalan-jalan, bahkan sungai yang penuh dengan sampah. Selain merusak pemandangan, bukan hanya bau yang ditimbulkan tetapi dapat pula mendatangkan penyakit.

Hal ini semua karena ulah manusia yang tidak menyadari akan pentingnya kebersihan. Kebiasaan kita yang tidak baik, membuang sampah sembarangan dan mengabaikan kesehatan amatlah merugikan diri kita sendiri. Oleh karena itu, kita harus segera benahi diri kita, bagaimana kita bisa membiasakan diri kita berperilaku baik, mencintai kebersihan dan mengenal ilmu menanggulangi sampah dengan bijak. *Kebersihan adalah sebagian dari iman*, sebuah slogan yang sudah akrab di telinga kita; berasal dari Al-Quran, yang seharusnya diadaptasi dalam perilaku kita sehari-hari). Dengan biasa hidup bersih maka otomatis hidup kita menjadi sehat dan akan berdampak baik pada kinerja kita.

Usaha pembiasaan berperilaku yang baik ini tidaklah mudah. Berbagai upaya harus kita lakukan demi tercapainya tujuan kita yaitu hidup yang sehat dengan lingkungan yang bersih. Upaya-upaya apa yang dapat kita lakukan? Tentunya memasyarakatkan kebiasaan yang baik itu yang harus kenalkan dan ingatkan lagi. Banyak sekali yang dapat kita lakukan untuk menunjang usaha kita dalam membantu masyarakat untuk kembali sadar dan memanfaatkan sampah sebagai komoditi yang berguna bahkan menguntungkan. Berbagai cara bisa diupayakan seperti mengadakan acara lomba kebersihan lingkungan, pameran, penayangan film audio visual yang menarik tentang lingkungan, kampanye kesadaran masyarakat.

Berangkat dari alasan tersebut di atas, maka sepantasnyalah sebagai desainer komunikasi visual, kita melakukan sesuatu yang sesuai dengan kemampuan kita. Dalam buku *Design and the real world: Human ecology and social change*, sang pengarang Papanek (2005) menyimpulkan peran desain beserta desainernya diupayakan menjadi pioner dalam mengatasi perubahan dan pembaruan. Semangat ini yang diharapkan menjadi pedoman untuk menjadi lebih baik pada saat kita membuat suatu desain komunikasi visual. Dalam Desain Komunikasi Visual, ada beberapa macam perangkat visual yang bisa menjembatani komunikasi. Perangkat visual tersebut dijadikan satu dalam bentuk. Kampanye adalah sarana yang dianggap paling tepat untuk mengingatkan kepada khalayak ramai apa-apa yang seharusnya dilakukan agar tujuan hidup yang sehat dapat tercapai.

Perangkat-perangkat visual tadi adalah media-media pendukung pada saat berkampanye. Dapat kita golongan dalam media cetak dan media elektronik. Pada media cetak kita mengenal Poster, Spanduk, brosur, *sticker* (gambar tempel), *leaflet*, dan lain-lain. Sedangkan pada media elektronik, kita mengenal audio visual, radio dan televisi (berbentuk tayangan iklan layanan masyarakat). Kampanye yang efektif tentu memerlukan pendekatan-pendekatan persuasif. Kata-kata yang menggugah, gambar-gambar atau foto-foto yang menyentuh hati, adalah hal-hal terpenting untuk menyentil kesadaran pemerhati media-media pendukung kampanye.

Melalui pengamatan yang hanya sekilas akan masih rendahnya kesadaran masyarakat terhadap kebersihan lingkungan dari sampah juga pemanfaatan sampah, tentu menjadi tantangan kita untuk menggaungkan kampanye kesadaran akan lingkungan sehingga bukan hanya kebersihan dan kesehatan yang kita peroleh tetapi tujuan akhir dari semua ini adalah pelestarian lingkungan dan penyelamatan bumi kita dari *global warming* (pemanasan global dunia) dan kita dapat mewariskan bumi kita ini untuk generasi mendatang.

## METODE PENELITIAN

Metode-metode penelitian dalam penulisan ini adalah: (1) kuesioner dibagikan secara random kepada 20 responden; (2) pengumpulan data; (3) studi internet; (4) studi lapangan berdasarkan pengamatan penulis di jalan raya, jalan-jalan, dan sebagainya; (5) studi pustaka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karya Desain Sosial

Kampanye sebagai salah satu karya desain sosial yang dapat dijadikan alat komunikasi untuk tercapainya maksud dari desain tersebut. Kampanye sebaiknya efektif ini, adalah hasil yang didapat dari upaya sang desainer yang senantiasa memecahkan masalah dan mencari jawaban tentang hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan mental dan material manusia, melalui kreatifitasnya yang kemudian diharapkan akan mampu memenuhi tuntutan fungsional dan keindahan suatu produk atau jasa.

Dengan hal yang tertulis di atas, maka peran kita sebagai desainer komunikasi visual hendaknya memiliki kemampuan merancang konsep kampanye desain sosial, dalam hal ini perihal pembiasaan buang sampah pada tempatnya dan pemanfaatan sampah demi pelestarian lingkungan melalui tahapan-tahapan inventarisasi, mengidentifikasi masalah, menganalisa, menetapkan konsep kreatif dan media yang tepat, kemudian menyusunnya dalam sebuah bentuk desain akhir yang siap dilempar kepada masyarakat.

Membuat karya desain kampanye kesadaran masyarakat adalah suatu bentuk lain dari yang dapat kita kerjakan, karena yang biasanya bersifat komersial. Dengan pemilihan kata-kata yang pada umumnya berisi anjuran, nasehat dan sesuatu yang bijak, maka karya desain sosial itu akan menjadi abadi karena dapat selalu dinikmati setiap waktu walaupun informasinya telah sampai.

### Contoh-Contoh poster Pelestarian Lingkungan dan Penanggulangan Sampah



Gambar 1 Sebuah Poster WWF untuk Upaya Pelestarian Lingkungan

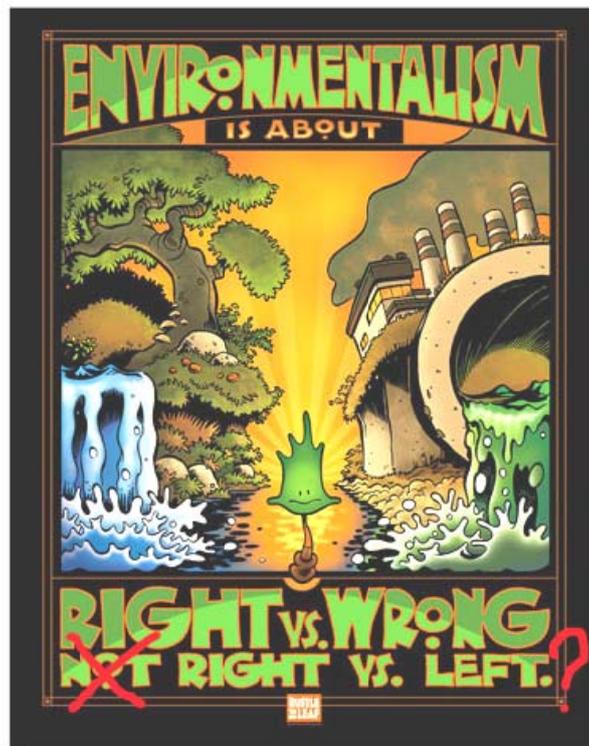
**Kalau kita membuang  
sampah sembarangan,  
di mana indahnya Bali?**

Tolong buang sampah di tempatnya!



Dibuat oleh Yayasan ISEI - www.iseifoundation.org

Gambar 2 Poster Pengingat untuk Masyarakat di Bali untuk Tidak Membuang Sampah Sembarangan



Gambar 3 Poster ini Adalah Poster yang Memperlihatkan Pemilahan Sampah Termasuk Sampah Masyarakat



Gambar 4 Poster yang Menjelaskan Dampak dari Mengabaikan Pengelolaan Sampah yang Baik



Gambar 5 Kampanye dalam Poster untuk Kebersihan di Pesisir Utara Jakarta

## Kampanye Kesadaran Buang Sampah pada Tempatnya

Sering saya melihat dari dalam mobil mewah di jalan tol, tiba-tiba ada sampah yang sengaja dijatuhkan keluar atau dibuang keluar dari jendela. Pastilah pemandangan yang seperti itu membuat kita mengutuk dalam hati. *Percuma mobil mewah, jiwa yang naik masih jiwa penumpang angkot*, kata-kata kita itu tentulah membuat kita menyadari sesuatu, jadi penumpang-penumpang angkotpun masih sering buang sampah sembarangan.

Belum lagi para calon penumpang kereta di peron stasiun yang terdiri dari pria-pria dan wanita-wanita berpakaian rapi dan gaya bercakap-cakap sambil makan makanan kecil saat menunggu kereta api yang akan ditumpangnya datang. Begitu makanan dan minuman yang dikotak itu habis, mereka tidak berusaha mencari tempat sampah di sana, melainkan langsung membuangnya begitu saja di lantai. Wah kalau seperti demikian itu, berarti sia-sialah pendidikan mereka selama ini tentang pentingnya kebersihan. Mungkin mereka lupa, akan pentingnya menjaga kebersihan demi keindahan dan kesehatan kita. Sampah adalah sesuatu yang bisa dianggap menyebarkan dan menimbulkan bau, tetapi sampah juga dapat dimanfaatkan. Pemanfaatan sampah ini sebaiknya memang kita kenal karena dapat kita kerjakan sendiri dan tergolong mudah dalam pengerjaannya.

### 3 R (Reduce, Recycle, Reuse)

Dengan *reduce*, *recycle* dan *reuse* kita akan lebih bijaksana dalam menghadapi permasalahan sampah Apakah *reduce*, *recycle* dan *reuse* itu? *Reduce* adalah pengurangan segala sesuatu yang dapat mengakibatkan sampah, sedangkan *recycle* adalah pengolahan kembali (daur ulang) sampah menjadi barang atau produk baru yang bermanfaat. Adapun *Reuse* adalah penggunaan kembali sampah yang masih dapat digunakan untuk fungsi yang sama atau fungsi yang berbeda. 3R dapat dilakukan oleh siapa saja, kapan saja, dimana saja dan tanpa biaya. Yang diperlukan hanyalah kepedulian kita. Bila kita peduli maka segala sesuatu terlihat mudah dan sederhana.



Gambar 6 Poster yang Menjelaskan *REDUCE*, *RECYCLE* dan *REUSE*

### Contoh-Contoh Reduce, Recycle dan Reuse

Contoh *reduce* yaitu pilih selalu produk yang dibuat untuk didaur ulang; pilih produk yang bisa di isi ulang. Contoh *recycle* yaitu pilih produk yang mudah terurai; buat sampah kertas menjadi kertas daur ulang; sampah organik dibuat pupuk. Contoh *reuse* yaitu pilih wadah, kantong untuk dipakai secara berulang kali, misalnya serbet dibandingkan tisu, atau baterai yang bisa *dicharge* kembali; botol minuman yang telah kosong dijadikan vas bunga, atau dijadikan wadah penyimpanan cairan pembersih; jual sampah yang masih bisa dipergunakan pada orang lain; berrkirim surat menggunakan email.



Gambar 7 Sebuah Poster yang Mengingatkan Kita untuk Menghemat Pemakaian Kertas

## Kampanye yang Baik dalam Desain Komunikasi Visual

Prasyarat membuat karya desain yang baik adalah konsep yang persuasif dan menarik, juga unik. Yang terpenting dalam pembuatan suatu karya Desain Komunikasi Visual adalah sampainya suatu pesan yang terkandung dalam desain tersebut. Sesuai dengan ilmu komunikasi berarti komunikasi lewat media visual yang dibuat desainer komunikasi visual harus terbaca dan bisa dimengerti oleh orang yang membaca karya tersebut. Tidak hanya menduga-duga isi pesan yang akan disampaikan.

Komunikasi yang jelas akan dimengerti pastilah bergantung pada gambar atau visual yang ada, huruf yang terbaca dengan menggunakan kaidah-kaidah dalam ilmu tipografi, tata letak atau *layout* yang menarik (tidak membosankan), warna-warna yang sesuai, dari keunikan komposisi keseluruhan menggunakan prinsip-prinsip desain dan yang paling terpenting adalah sesuai dengan sasaran pembaca atau pemerhati desain tersebut dilihat dari umur, latar belakang pendidikan dan lain-lain.

## PENUTUP

Dari semua yang sudah diuraikan di atas, maka kita mengharapkan akan lebih mudah untuk kita merancang konsep yang baik untuk membuat sebuah desain sosial mengenai upaya kita mengingatkan kembali betapa pentingnya kesadaran masyarakat akan kebersihan dengan membiasakan membuang sampah pada tempatnya dan mengelola sampah menjadi produk-produk yang lebih bermanfaat.

## DAFTAR PUSTAKA

Papanek, V. (2005). *Design and the real world: Human ecology and social change*. Academy Chicago Publishers.

## RIWAYAT PENULIS

Nama Penulis **Isanilda Dea Latifah**, lahir di kota Jakarta pada tanggal 25 November 1967. Penulis menamatkan pendidikan S1 di Universitas Trisakti di Jakarta dalam bidang Desain Grafis pada tahun 1992. Saat ini penulis bekerja sebagai staf pengajar di Universitas Bina Nusantara. Penulis mempunyai pengalaman mengajar di Universitas Trisakti di Jakarta, Sekolah Tinggi Teknik Musi di Palembang, dan di President University di Jakarta.