



UNIVERSITAS
Dinamika

**PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL 3R SAMPAH RUMAH
TANGGA BERBASIS MOTION GRAPHIC GUNA MENGURANGI
BANJIR DI SURABAYA**



TUGAS AKHIR

Program Studi

SI Desain Komunikasi Visual

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Tamam Milzadi Daffa

18420100042

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

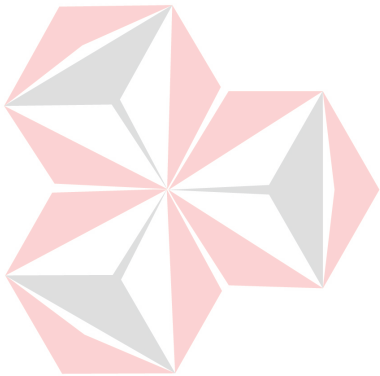
UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

**PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL 3R SAMPAH RUMAH
TANGGA BERBASIS MOTION GRAPHIC GUNA MENGURANGI
BANJIR DI SURABAYA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana Desain**



**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

**Nama : Tamam Milzadi Daffa
NIM : 18420100042
Program Studi : SI Desain Komunikasi Visual**

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2023

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL 3R SAMPAH RUMAH
TANGGA BERBASIS MOTION GRAPHIC GUNA MENGURANGI
BANJIR DI SURABAYA

Dipersiapkan dan disusun oleh

Tamam Milzadi Daffa

NIM: 18420100042

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Penguji

Pada: Selasa, 2 Agustus 2023

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing:

I. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA.

NIDN: 0720028701

II. Evi Farsiah Utami, S.Ds., MA.

NIDN: 0717029106

Penguji:

Siswo Martono, S.Kom., M.M..

NIDN: 0726027101


Digitally
signed by
Universitas
Dinamika

Universitas
Dinamika
2023.08.03
14:27:59 +07'00'

Universitas
Dinamika
2023.08.03
15:00:39
+07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana

 Universitas Dinamika
2023.08.04 07:44:51
+07'00'

Karsam, MA., Ph.D

NIDN: 0705076802

Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif

UNIVERSITAS DINAMIKA

MOTTO



"Saat kamu jatuh, bangkitlah lagi hingga menemukan jalan yang pasti."

UNIVERSITAS
Dinamika

PERSEMBAHAN



Skripsi atau tugas akhir ini saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu, terima kasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.

UNIVERSITAS
Dinamika

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Tamam Milzadi Daffa**
NIM : **18420100042**
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya : **Tugas Akhir**
Judul Karya : **PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL 3R
SAMPAH RUMAH TANGGA BERBASIS *MOTION*
GRAPHIC GUNA MENGURANGI BANJIR DI
SURABAYA**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialih mediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Surabaya, 1 Agustus 2023



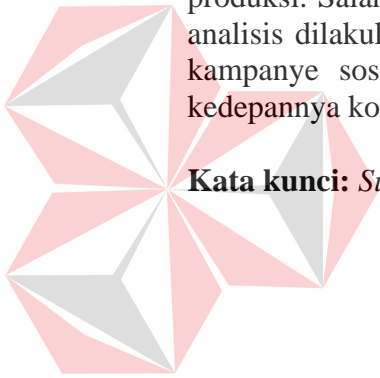
Tamam Milzadi Daffa
NIM : 18420100042

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya kasus banjir di Surabaya dalam kurun waktu yang dekat. Terjadinya banjir ini ditunjukkan adanya permasalahan sampah yang menyebabkan saluran air terhambat air dan banjir. Dalam penelitian ini dapat dirumuskan bagaimana merancang media kampanye sosial 3R sampah rumah tangga berbasis *motion graphic* guna mengurangi banjir di Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang media kampanye sosial 3R berbasis *motion graphic* sebagai media edukasi masyarakat dalam upaya mengurangi dampak limbah terhadap lingkungan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Responden dalam penelitian ini berupa Dinas Lingkungan Hidup kota Surabaya, Rumah Kompos Wonorejo dan warga setempat. Hasil dari analisis ini diinterpretasi dengan memberikan keterangan dan penjelasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya mengolah sampah dengan benar, termasuk memilah antara sampah organik dan anorganik. Hal ini menyebabkan pencemaran di aliran kali karena limbah dari aktivitas masyarakat dan tempat produksi. Salah satu caranya untuk mengatasi permasalahan tersebut berdasarkan analisis dilakukannya kampanye sosial 3R berbasis *motion graphic*. Harapannya kampanye sosial 3R ini dapat diteliti dan dikembangkan lebih lanjut agar kedepannya konsep 3R dapat mengubah perilaku masyarakat lebih efektif.

Kata kunci: *Sustainable, lifestyle, initiative, social campaign, 3R*



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Segala puji atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Media Kampanye Sosial 3R Sampah Rumah Tangga Berbasis *Motion Graphic* Guna Mengurangi Banjir Di Surabaya” dapat terselesaikan tanpa suatu halangan yang berarti. Tugas Akhir ini disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan lulus Program Sarjana Desain Komunikasi Visual.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang turut terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, disampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua penulis, bapak dan ibu yang telah mendidik dan membimbing penulis hingga saat ini.
2. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M,Pd selaku Rektor Universitas Dinamika.
3. Karsam, MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Dinamika.
4. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA selaku Ketua Program Studi S1 Dosen Komunikasi Visual.
5. Yang terhormat bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds. dan ibu Evi Farsiah Utami, S.Ds., M.A. selaku dosen pembimbing I dan II mata kuliah tugas akhir, yang telah memberikan banyak dukungan semangat, pengalaman dan saran-saran sehingga proposal karya ilmiah ini segera terselesaikan.
6. Semua pihak-pihak yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan Tugas Akhir ini.

Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan ataupun kata-kata yang kurang berkenan.

Surabaya, 1 Agustus 2023



Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Penelitian	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI	4
2.1. Penelitian Terdahulu	4
2.2. Limbah Sampah	4
2.3. Jenis-jenis Sampah.....	4
2.4. Konsep 3R (<i>Reduce, Reuse, Recycle</i>)	8
2.5. Bank Sampah	10
2.6. Tipografi.....	10
2.7. Motion Graphic	11
2.8. Ilustrasi.....	12
2.9. Warna	13
2.10. Kampanye Sosial.....	14
2.11. Media Sosial.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1. Jenis Penelitian.....	17
3.2. Unit Analisis	17
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.3.1. Observasi.....	17

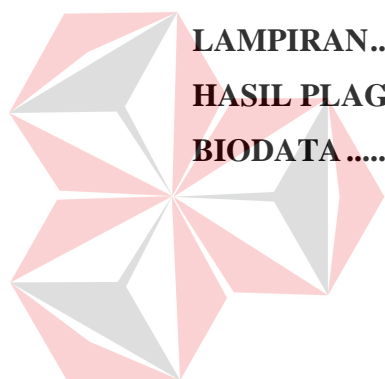
3.3.2.	Wawancara.....	18
3.3.3.	Studi Literatur	18
3.3.4.	Dokumentasi	18
3.4.	Teknik Analisis Data.....	18
3.4.1.	Reduksi Data	18
3.4.2.	Penyajian Data	19
3.4.3.	Penarikan Kesimpulan	19

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 20

4.1.	Hasil Analisis Data.....	20
4.1.1.	Hasil Observasi	20
4.1.2.	Hasil Wawancara	20
4.1.3.	Hasil Dokumentasi	25
4.1.4.	Hasil Studi Literatur.....	26
4.2.	Hasil Reduksi Data.....	27
4.2.1.	Hasil Reduksi Observasi	27
4.2.2.	Hasil Reduksi Wawancara	28
4.2.3.	Hasil Reduksi Studi Literatur.....	29
4.3.	Hasil Penyajian Data.....	29
4.4.	Hasil Penarikan Kesimpulan.....	30
4.5.	Hasil Analisis Data.....	30
4.5.1.	Analisis STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....	30
4.5.2.	Analisis USP (<i>Unique Selling Point</i>).....	31
4.5.3.	Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Threat</i>).....	31
4.5.4.	Analisis <i>Key Communication Message</i>	32
4.6.	Konsep Perancangan Karya	33
4.6.1.	Tujuan Kreatif	33
4.6.2.	Model dan Teknik Perancangan Media Kampanye Sosial	33
4.7.	Strategi Kreatif.....	34
4.7.1.	<i>Visual Identity</i> Media Kampanye Sosial	34
4.7.2.	Warna	35
4.7.3.	Tipografi.....	35
4.8.	Perancangan Media Utama	36



4.8.1.	Sinopsis	36
4.8.2.	Storyline	36
4.8.3.	Skenario	37
4.8.4.	<i>Storyboard</i>	39
4.9.	Perancangan Media Pendukung	40
4.10.	Hasil Perancangan Desain Media.....	40
4.11.	Hasil Implementasi Media	48
4.11.1.	Media Utama.....	48
4.11.2.	Media Pendukung	48
BAB V PENUTUP.....		52
5.1.	Kesimpulan	52
5.2.	Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA		54
LAMPIRAN.....		57
HASIL PLAGIASI.....		59
BIODATA		68



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Ilustrasi sampah organik dan anorganik.....	6
Gambar 2.2 Konsep 3R.....	9
Gambar 2.3 Infografis Bank Sampah.....	10
Gambar 2.4 Anatomi Tipografi.....	10
Gambar 2.5 Contoh <i>Motion Graphic</i>	11
Gambar 2.6 Contoh ilustrasi untuk edukasi.....	12
Gambar 2.7 Macam-macam warna.....	13
Gambar 2.8 Ilustrasi kampanye sosial	15
Gambar 2.9 Ilustrasi media sosial.....	16
Gambar 4.1 Observasi dan Wawancara di Rumah Kompos Wonorejo.....	25
Gambar 4.2 Kondisi saluran air dan kali daerah Mayjend Sungkono.....	26
Gambar 4.3 Observasi dan Wawancara di DLH Kota Surabaya	26
Gambar 4.4 Analisis <i>Key Communication Message</i>	33
Gambar 4.5 Gambar Jenis Font.....	36
Gambar 4.6 Sketsa <i>Storyboard</i>	39
Gambar 4.7 Sketsa media pendukung.....	40
Gambar 4.8 Logo kampanye sosial 3R	41
Gambar 4.9 <i>Scene 1</i>	41
Gambar 4.10 <i>Scene 2</i>	41
Gambar 4.11 <i>Scene 3</i>	42
Gambar 4.12 <i>Scene 4</i>	42
Gambar 4.13 <i>Scene 5</i>	42
Gambar 4.14 <i>Scene 6</i>	43
Gambar 4.15 <i>Scene 7</i>	43
Gambar 4.16 <i>Scene 8</i>	43
Gambar 4.17 <i>Scene 9</i>	44
Gambar 4.18 <i>Scene 10</i>	44
Gambar 4.19 <i>Scene 11</i>	44
Gambar 4.20 <i>Scene 12</i>	45

Gambar 4.21 Desain Poster.....	45
Gambar 4.22 Cuplikan Youtube	46
Gambar 4.23 Cuplikan Instagram	46
Gambar 4.24 Desain Banner	47
Gambar 4.25 Desain Flyer	47
Gambar 4.26 <i>Mockup</i> Poster	48
Gambar 4.27 <i>Screenshot</i> akun Youtube.....	49
Gambar 4.28 <i>Screenshot</i> akun Instagram.....	49
Gambar 4.29 <i>Mockup</i> x-banner.....	50
Gambar 4.30 <i>Mockup</i> Flyer.....	50
Gambar 4.31 <i>Mockup Merchandise</i>	51



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Segmentation</i>	30
Tabel 4.2 Analisis SWOT	31
Tabel 4.3 Skenario <i>Motion Graphic</i>	37



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan	57
Lampiran 2. Kartu Ikut Seminar	58



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sampah menurut Mahyudin (2014) dapat didefinisikan sebagai sisa-sisa yang tidak berguna atau sesuatu yang tidak berharga. Salah satu konsekuensi dari aktivitas manusia adalah sampah. Terbuat dari bahan yang sama dengan barang berguna, hanya nilainya yang lebih rendah. Tidak adanya nilai atau kegunaan mungkin disebabkan oleh campuran limbah dan bahan limbah yang tidak diketahui.

Masalah pengelolaan sampah menjadi tantangan bagi pemerintah kota di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan peningkatan standar hidup masyarakat, jumlah sampah yang dihasilkan juga meningkat. Peningkatan produksi dan konsumsi menyebabkan bertambahnya jumlah, jenis, dan variasi tumpukan sampah yang dihadapi (Hendra, 2016).

Menurut Dinas Lingkungan Hidup (DLH), sampah domestik dan non domestik Surabaya pada tahun 2021 sebesar 578.169 ton, atau 1.585 ton per hari. Dari jumlah ini, 314.003,58 ton, atau 54,31%, adalah sampah organik, dan 264.168,42 ton, atau 45,69%, adalah sampah anorganik, termasuk 109.852,11 ton sampah plastik dan 154.316,31 ton sampah anorganik lainnya (Noorca, 2022).

Masalah yang berkepanjangan mengenai sampah dan pengelolaannya tetap menjadi isu utama di Indonesia. Banyak orang yang tanpa sadar membuang sampah ke sumber air seperti sungai dan selokan, tanpa menyadari risiko bahaya banjir yang dapat terjadi akibat tindakan ini. Oleh karena itu, keterlibatan berbagai pihak, termasuk pemerintah pusat, pemerintah daerah, lembaga, dan komunitas setempat, dalam mengelola sampah, terutama sampah budaya yang ada di sungai, menjadi sangat diperlukan. (Ayu, 2021).

Lilik mengatakan bahwa Rungkut adalah daerah hilir sungai terpanjang di Surabaya, yang juga dikenal sebagai alun-alun Wonorejo. Kapasitas saluran saat ini tidak cukup untuk hujan sebesar semalam karena panjang. Jika tidak dibagi, saluran tidak dapat menampung air saat hujan tinggi. Saat ini, saluran seperti Kalirungkut dan hulunya harus dikurangi beban saat menuju Rungkut. Ini dilakukan dengan mengurangi arus hingga memecah arahnya, mengurangi beban agar tidak mengarah ke Rungkut. Selain itu, banjir ini dapat terjadi lagi jika hujan deras turun pada

malam berikutnya (Esti, 2022).

Menurut (Romadonah & Maharani, 2019) Dengan berkembangnya teknologi dan informasi, perkembangan dunia pendidikan juga ikut terpengaruh seiring berkembangnya teknologi dan informasi. Dengan menggunakan media audio visual, teknologi tersebut dapat membantu siswa dalam menembus potensi berkembangnya mereka.

Dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kesadaran masyarakat akan pengelolaan sampah masih minim. Banyak dari masyarakat yang khususnya rumah tangga kurang paham akan konsep pengelolaan sampah 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) sehingga menyebabkan banjir.

Kampanye sosial memiliki potensi untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang konsep 3R. Fokus utama dari kampanye sosial ini adalah untuk menarik perhatian dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya 3R. Kampanye ini akan menggunakan video *motion graphic* sebagai media utamanya, dengan tujuan membuatnya menarik dan efektif sebagai sarana pembelajaran tentang 3R. Selain itu, kampanye ini juga akan didukung oleh beberapa media lainnya untuk memperkuat pesan dan dampaknya.

1.2. Rumusan Masalah

Dari konteks yang telah dijelaskan, kesimpulan tentang rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut: "Bagaimana Merancang Media Kampanye Sosial 3R Sampah Rumah Tangga Berbasis *Motion Graphic* Guna Mengurangi Banjir Di Surabaya".

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka batasan masalahnya sebagai berikut:

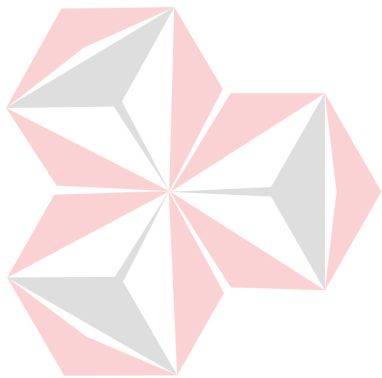
1. Merancang media kampanye sosial menggunakan *motion graphic* dua dimensi dengan gaya *flat design* sebagai media kampanye sosial.
2. Merancang media pendukung seperti *x-banner*, flyer, poster, dan *merchandise* (gantungan kunci, pin peniti, dan stiker).
3. Membuat akun Youtube dan akun Instagram sebagai platform media utama.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan merancang media kampanye sosial 3R berbasis *motion graphic* sebagai sarana edukasi bagi masyarakat guna mengurangi dampak limbah terhadap lingkungan.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, termasuk manfaat teoritis, seperti memberikan contoh pengendalian sampah rumah tangga dan media kampanye sosial yang menggunakan video *motion graphic*. Ini dapat membantu penulis membuat karya baru dan inventif. Dalam hal keuntungan praktis, kampanye sosial tentang 3R dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang cara mengelola sampah rumah tangga dan mencegah banjir akibat penumpukan sampah.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pernah ada, adalah penelitian dari (Homan, 2013) dengan judul Komunikasi Visual Untuk Kampanye Gerakan 3R (*Reduce-Reuse-Recycle*) Di Bandung. Dalam penelitian tersebut penulis merancang studi lapangan dan studi literatur mengenai permasalahan sampah di Kota Bandung. Permasalahan sampah dapat diatasi dengan langkah-langkah 3R, yaitu *Reduce*, *Reuse*, dan *Recycle*. Kampanye 3R menjadi fokus dalam penanggulangan sampah di Kota Bandung. Kampanye tersebut dirancang menggunakan sosial media sebagai media utama untuk penyebaran informasi.

Tidak seperti penelitian sebelumnya yang mengandalkan media sosial sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi tentang konsep 3R kepada masyarakat dan wisatawan, penelitian ini akan mengeksplorasi pembuatan kampanye sosial 3R yang bertujuan mencegah banjir akibat penumpukan sampah dan memberikan pembelajaran tentang pengelolaan sampah melalui konsep 3R. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah merancang sebuah kampanye sosial berbasis *motion graphic* sebagai media utama pembelajaran. Rencananya, video *motion graphic* ini akan diunggah di platform media sosial seperti Instagram sebagai pendukung video *motion graphic*, dan YouTube sebagai platform utama penayangan video tersebut.

2.2. Limbah Sampah

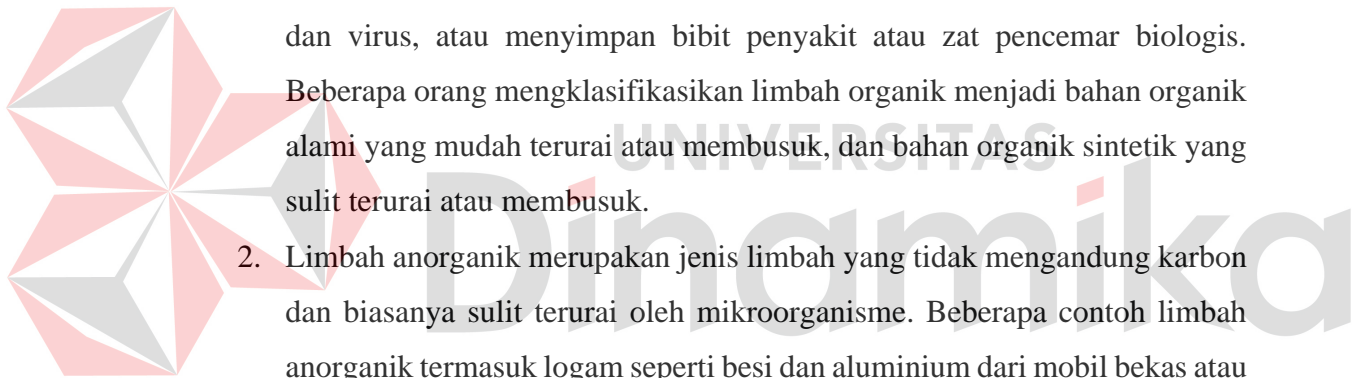
Saputro (2016) menyatakan bahwa hasil dari proses produksi, baik di industri maupun di rumah tangga, disebut sebagai limbah. Menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah, sampah adalah produk sehari-hari yang berwujud padat atau setengah padat, terdiri dari bahan organik atau anorganik, yang dapat terurai atau tidak terurai, sehingga dianggap tidak bermanfaat dan harus dibuang ke lingkungan.

2.3. Jenis-jenis Sampah

Saputro (2016) menjelaskan bahwa ada berbagai jenis limbah yang tersebar di sekitar kita, seperti limbah domestik, limbah industri, limbah pasar, limbah

rumah sakit, limbah pertanian, limbah perkebunan, limbah peternakan, limbah lembaga, limbah kantor, dan limbah sekolah, di antaranya. Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI) 19-2454-2002, sampah diartikan sebagai sampah padat yang terdiri dari bahan organik dan anorganik yang perlu dikelola dengan cara yang ramah lingkungan. Selain itu, Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 juga menyatakan bahwa sampah adalah limbah yang dihasilkan dari aktivitas sehari-hari, dengan jenis-jenisnya diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Limbah organik merupakan berbagai jenis limbah yang mengandung karbon (C) dan berasal dari makhluk hidup. Dalam kategori limbah ini termasuklah air seni, kotoran hewan dan manusia, serta sisa makanan seperti sayuran, kertas, karton, kardus, minyak goreng bekas, dan lainnya. Limbah organik juga dapat mengandung zat beracun, misalnya sisa obat, air aki, dan baterai bekas. Selain itu, limbah organik dapat mengandung bakteri, jamur, dan virus, atau menyimpan bibit penyakit atau zat pencemar biologis. Beberapa orang mengklasifikasikan limbah organik menjadi bahan organik alami yang mudah terurai atau membusuk, dan bahan organik sintetik yang sulit terurai atau membusuk.
2. Limbah anorganik merupakan jenis limbah yang tidak mengandung karbon dan biasanya sulit terurai oleh mikroorganisme. Beberapa contoh limbah anorganik termasuk logam seperti besi dan aluminium dari mobil bekas atau peralatan rumah tangga, kaca, dan pupuk anorganik yang mengandung nitrogen dan fosfor. Limbah anorganik dalam bentuk padat, juga dikenal sebagai sampah, juga mencakup bahan seperti plastik, karet, dan kertas karena memiliki rantai kimia karbon yang kompleks dan panjang sehingga sulit terurai secara alami.





Gambar 2.1 Ilustrasi sampah organik dan anorganik.
(Sumber: pakki.org, 2023)

Menurut Damanhuri dan Padmi (2010), penggolongan jenis sampah merupakan proses penting dalam pengelolaan sampah yang efisien dan berkelanjutan. Proses penggolongan ini memungkinkan untuk mengidentifikasi karakteristik dan sifat-sifat sampah, sehingga dapat ditangani dan diolah dengan tepat dan sesuai dengan jenisnya. Klasifikasi sampah bisa dibagi menjadi beberapa kelompok dan macamnya, yaitu:

1. Berdasarkan Sumber Penghasil Sampah

Sampah dapat dikelompokkan berdasarkan sumber penghasilnya, yaitu:

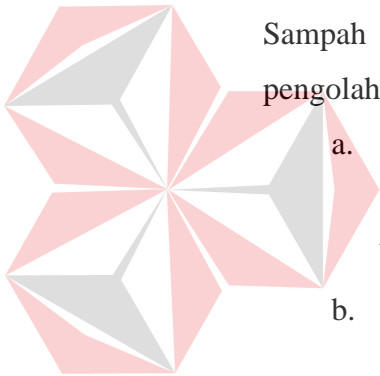
- a. **Pemukiman:** Sampah yang berasal dari rumah tangga, apartemen, dan wilayah pemukiman lainnya. Jenis sampah yang termasuk meliputi sisa makanan, kertas, kardus, plastik, dan sebagainya.
- b. **Daerah Komersial:** Sampah yang dihasilkan dari toko, pasar, perkantoran, hotel, dan sejenisnya. Jenis sampah yang terdiri dari kertas, plastik, kayu, sisa makanan, dan lain sebagainya.
- c. **Institusi:** Sampah yang dihasilkan oleh institusi seperti sekolah, rumah sakit, pusat pemerintahan, dan sejenisnya. Jenis sampah yang serupa dengan sampah dari daerah komersial, termasuk kertas, plastik, kayu, dan sisa makanan.
- d. **Konstruksi dan Pembongkaran Bangunan:** Sampah yang dihasilkan dari kegiatan konstruksi, perbaikan jalan, dan sejenisnya. Jenis sampah yang meliputi kayu, baja, beton, dan sejenisnya.

- e. Fasilitas Umum: Sampah yang dihasilkan dari penyapuan jalan, taman, tempat rekreasi, dan sejenisnya. Jenis sampah yang termasuk adalah sampah taman, ranting, daun, dan lain sebagainya.
- f. Pengolah Limbah Domestik: Sampah yang dihasilkan dari fasilitas pengolahan air minum, pengolahan air buangan, insinerator, dan sejenisnya. Jenis sampah yang meliputi lumpur hasil pengolahan, debu, dan lain sebagainya.
- g. Kawasan Industri: Sampah yang dihasilkan dari proses produksi dan buangan non-industri. Jenis sampah yang termasuk adalah sisa dari proses produksi dan sejenisnya.
- h. Pertanian: Sampah yang dihasilkan dari kegiatan pertanian seperti sisa makanan busuk dan sisa dari aktivitas pertanian lainnya.

2. Berdasarkan Cara Penanganan dan Pengolahan

Sampah dapat dikelompokkan berdasarkan cara penanganan dan pengolahannya, yaitu:

- a. Komponen yang Mudah Membusuk (*Putrescible*): Merujuk pada sampah yang mudah terdekomposisi seperti sisa makanan, sayuran, buah-buahan, dan sejenisnya.
- b. Komponen Bervolume Besar dan Mudah Terbakar (*Bulky Combustible*): Mengacu pada sampah yang memiliki ukuran besar dan mudah terbakar, seperti kayu, kertas, plastik, dan sejenisnya.
- c. Komponen Bervolume Besar dan Sulit Terbakar (*Bulky Non-Combustible*): Menyebutkan sampah dengan ukuran besar dan sulit terbakar, seperti logam, mineral, dan sejenisnya.
- d. Komponen Bervolume Kecil dan Mudah Terbakar (*Small Combustible*): Menggambarkan sampah berukuran kecil yang mudah terbakar.
- e. Komponen Bervolume Kecil dan Sulit Terbakar (*Small Non-Combustible*): Merujuk pada sampah berukuran kecil yang sulit terbakar.
- f. Wadah Bekas: Menyebutkan botol, drum, dan sejenisnya.



- g. Tabung Bertekanan/Gas: Mengacu pada tabung bertekanan atau gas dalam wadah tertentu.
- h. Serbuk dan Abu: Menyebutkan serbuk atau abu dari berbagai sumber, termasuk organik, logam metaloid, non-metalik, atau bahan amunisi, dan sebagainya.
- i. Lumpur, baik organik maupun non-organik: Menggambarkan sampah lumpur yang dapat bersifat organik maupun non-organik.
- j. Puing Bangunan: Merujuk pada sisa-sisa bangunan atau material konstruksi yang tidak terpakai.
- k. Kendaraan Tak Terpakai: Menyebutkan kendaraan yang tidak lagi digunakan atau sudah tidak berfungsi.
- l. Sampah Radioaktif: Mengacu pada sampah yang mengandung zat radioaktif yang berbahaya dan memerlukan penanganan khusus.

3. Berdasarkan Status Permukiman:

Sampah dapat dikategorikan berdasarkan lokasi permukiman. Sampah Kota (*Municipal Solid Waste*) merujuk pada sampah yang terkumpul di wilayah perkotaan. Sedangkan, Sampah Pedesaan (*Rural Waste*) mengacu pada sampah yang dihasilkan di daerah pedesaan.

4. Sifat Sampah Seragam dan Tidak Seragam:

Sampah dapat dibagi menjadi seragam dan tidak seragam. Sampah seragam umumnya berasal dari kegiatan industri atau kantor yang menghasilkan jenis sampah yang sama secara berulang. Sampah tidak seragam adalah campuran sampah yang berasal dari pasar atau tempat-tempat umum.

2.4. Konsep 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*)

Menurut Agus dkk. (2019), masyarakat selalu menghasilkan sampah baik organik maupun anorganik, bahkan tanpa disadari bahwa mereka beracun atau berbahaya. Oleh karena itu, sosialisasi dilakukan dengan memilah sampah secara menyeluruh menggunakan konsep 3R.

Berdasarkan Undang-Undang No. 18/2008 tentang Pengelolaan Sampah, penting untuk mengoptimalkan pengelolaan sampah. Salah satu cara yang direkomendasikan adalah dengan menggunakan prinsip "3R" yaitu *Reuse, Reduce*, dan *Recycle* (Subekti, 2010).

1. *Reuse* (menggunakan kembali): Merujuk pada penggunaan kembali sampah secara langsung, baik untuk fungsi yang sama maupun fungsi lainnya.
2. *Reduce* (mengurangi): Mencakup upaya untuk mengurangi segala sesuatu yang dapat menyebabkan timbulnya sampah.
3. *Recycle* (mendaur ulang): Merujuk pada proses memanfaatkan kembali sampah setelah mengalami proses pengolahan tertentu.



Gambar 2.2 Konsep 3R.
(Sumber: edukasi.okezone.com, 2022)

Ristya (2020), menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa partisipasi aktif masyarakat memiliki peran sangat penting dalam pengelolaan sampah. Pengelolaan kebersihan lingkungan tidak akan berhasil secara optimal jika hanya mengandalkan peran pemerintah semata. Oleh karena itu, untuk menerapkan edukasi mengenai konsep 3R, beberapa tahapan dapat dijalankan, antara lain:

1. Tahap Persiapan: Mencakup perencanaan kegiatan, melakukan observasi lokasi, mendapatkan izin dari pemerintah setempat, mencari informasi mengenai peserta dan kegiatan sebelumnya, serta menyiapkan materi dan peserta.
2. Tahap Pelaksanaan: Meliputi kegiatan sosialisasi, ceramah, dan demonstrasi mengenai pengelolaan sampah dengan menggunakan konsep 3R. Peserta diberikan informasi dan pelatihan mengenai cara mendaur ulang sampah organik dan anorganik.
3. Tahap Evaluasi: Bertujuan untuk menilai efektivitas kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Evaluasi mencakup tingkat minat, peningkatan pengetahuan, dan kesadaran masyarakat terhadap konsep 3R.

2.5. Bank Sampah

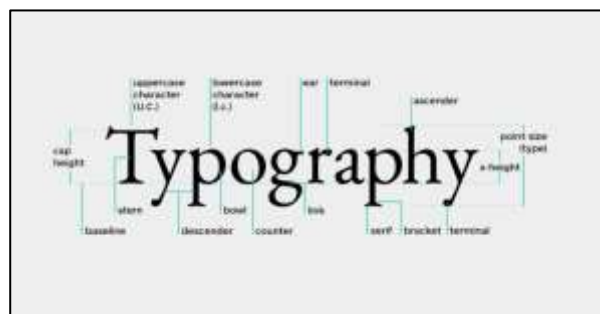


Gambar 2.3 Infografis Bank Sampah
(Sumber: kumparan.com, 2021)

Menurut penelitian Radityaningrum dkk. (2017), Bank Sampah merupakan sebuah program pengelolaan sampah yang berfokus pada konsep 3R yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Program ini bertujuan untuk mengurangi jumlah sampah yang dibuang ke (TPA) dengan mengumpulkan dan mengolah sampah yang memiliki nilai dan dapat didaur ulang serta digunakan kembali. Berbagai faktor seperti pelanggan, pengelola, dan sarana yang ada dalam bank sampah dapat mempengaruhi kinerja program 3R di bank sampah.

Dalam pelaksanaannya, bank sampah harus memastikan bahwa sampah yang masuk dapat dimanfaatkan secara ekonomis melalui proses daur ulang atau dijual sebagai bahan baku ke pabrik besar. Oleh karena itu, analisis kesetimbangan massa dalam pengelolaan sampah di bank sampah menjadi penting untuk menilai seberapa efektif pengurangan sampah dan sampah residu yang masih harus dibuang ke TPA.

2.6. Tipografi



Gambar 2.4 Anatomi Tipografi.
(Sumber: shillingtoneducation.com, 2019)

Bidang ilmu yang mempelajari kompleksitas huruf dikenal dengan nama Tipografi. Tujuan utama dari tipografi adalah menyampaikan pesan dengan teks yang jelas dan akurat, serta mencapai tujuan estetika dan komunikatif (Krisbiantoro dkk., 2021). Menurut Kembaren dkk. (2020), tipografi adalah seni mengatur huruf dengan tepat, menentukan ukuran huruf yang sesuai, serta cara membuat teks mudah terbaca dan terstruktur. Keberhasilan keseluruhan sebuah proyek desain sering kali sangat dipengaruhi oleh kualitas tipografi, yang merupakan salah satu komponen penting dalam proses perancangan.

2.7. Motion Graphic

Menurut Anggraini dkk. (2019), film animasi dianggap sebagai media komunikasi yang berpengaruh, bukan hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan informasi kepada penonton. Pembuat film menggunakan sistem tanda dan lambang untuk menciptakan efek yang diinginkan dalam memunculkan pesan dalam cerita.



Gambar 2.5 Contoh *Motion Graphic*
(Sumber: popout.id, 2021)

Motion graphic merupakan kombinasi elemen desain berbasis media visual yang menggabungkan bahasa sinematik dengan desain grafis. Dalam proses ini, berbagai elemen seperti gambar diam dalam format *bitmap* atau vektor, serta data audio dan video, dipadukan untuk menciptakan karya visual yang dinamis (Anggraini dkk., 2019). Animasi gerak merupakan seni visual yang menggabungkan efek visual dan animasi. Dalam perancangan *motion graphic*, teknik *motion graphic* sering digunakan, dan alur pembuatannya menggunakan proses *keyframe* dan *script* (Nurohim, 2019). Berikut adalah beberapa jenis *motion graphic*:

1. Animasi Infografis adalah jenis animasi yang cocok untuk menampilkan data atau informasi dalam format visual yang mudah dipahami.
2. Animasi *Tutorial* adalah animasi yang biasanya digunakan untuk menunjukkan cara menggunakan, menggunakan, atau memasang produk.
3. Animasi Iklan adalah jenis animasi yang digunakan untuk mempromosikan barang atau jasa tertentu.
4. Animasi *Explainer* adalah jenis animasi yang biasa digunakan untuk menunjukkan atau menjelaskan barang atau jasa.
5. Animasi *Company Profile* adalah animasi yang dapat digunakan untuk menjelaskan profil, visi, dan misi organisasi atau perusahaan.
6. Animasi Video Presentasi adalah jenis animasi yang digunakan saat menjelaskan konsep strategi bisnis dalam presentasi.

2.8. Ilustrasi

Djirong & Arifin (2018) menyatakan bahwa ilustrasi adalah bagian dari proses komunikasi visual. Komunikasi visual merupakan suatu bentuk komunikasi yang menggunakan gambar atau elemen visual yang dapat dilihat melalui indera penglihatan.



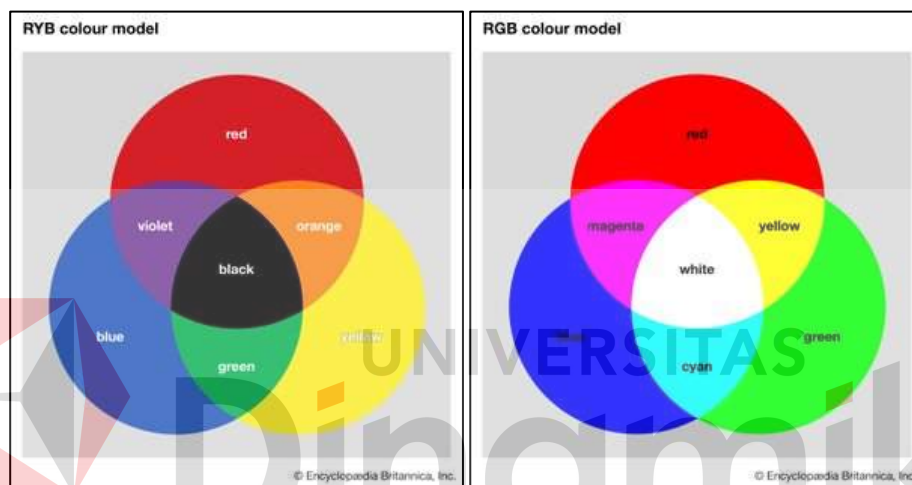
Gambar 2.6 Contoh ilustrasi untuk edukasi.
(Sumber: kids.grid.id, 2021)

Kata "ilustrasi" berasal dari kata Latin "lustrare," yang memiliki arti "penerangan" atau "pemurnian." Menurut The American Heritage of The English Language Dictionary seperti yang dikutip oleh (Witabora, 2012), ilustrasi berarti menghias, memberi kejelasan, atau menjelaskan sesuatu dengan menggunakan contoh analogi atau perbandingan. Dalam proses pembelajaran, ilustrasi memiliki peran strategis karena manusia secara alami responsif terhadap rangsangan visual. Penggunaan ilustrasi visual dalam pembelajaran dapat meningkatkan efektivitas

dan efisiensi penyampaian pesan pembelajaran. Teori Gestalt, Konstruktivisme, dan Semiotics/Semiologi juga menegaskan pentingnya komunikasi visual dalam konteks pembelajaran (Presetyo, 2006).

2.9. Warna

Dalam dunia seni rupa, warna dapat dijelaskan sebagai hasil dari pantulan cahaya tertentu yang dipengaruhi oleh pigmen yang ada pada permukaan sebuah objek. Warna terbentuk berdasarkan spektrum atau panjang gelombang warna (Zharandont, 2015).



Gambar 2.7 Macam-macam warna.
(Sumber: britannica.com, 2023)

Warna merupakan elemen penting dalam mempengaruhi emosi dan persepsi manusia. Dalam kehidupan sehari-hari, warna dapat membangkitkan perasaan dan mempengaruhi tindakan manusia secara tidak sadar. Dalam dunia desain, warna menjadi salah satu hal terpenting dalam mempengaruhi daya tarik suatu benda atau karya. Warna tidak hanya berperan sebagai hiasan semata, tetapi juga memiliki bahasa emosional dan simbolik (Monica & Luzar, 2011). Adapun beberapa konsep warna yang bisa diuraikan, yaitu:

1. Fungsi-fungsi warna.

Warna memiliki beberapa fungsi seperti fungsi identitas, isyarat, psikologis, dan alamiah. Warna juga memiliki pengaruh terhadap kenyamanan lingkungan, terutama pada tempat berbelanja atau membeli sesuatu.

2. Terminologi warna.

Warna dapat dibagi menjadi beberapa bagian seperti *hue*, warna primer, sekunder, dan tersier, warna *additive* (RGB) dan *subtractive* (CMYK), warna analog, komplementer, dan *split* komplementer, serta warna *light*, *dark*, dan *bright*.

3. Simbolis warna.

Warna memiliki arti dan pengaruh yang berbeda-beda. Pengertian dan makna warna dapat berbeda di tiap daerah atau budaya, sehingga penting untuk memahami arti warna dalam konteks lokal saat membuat desain/karya.

4. Pemanfaatan warna dalam kemasan dan iklan.

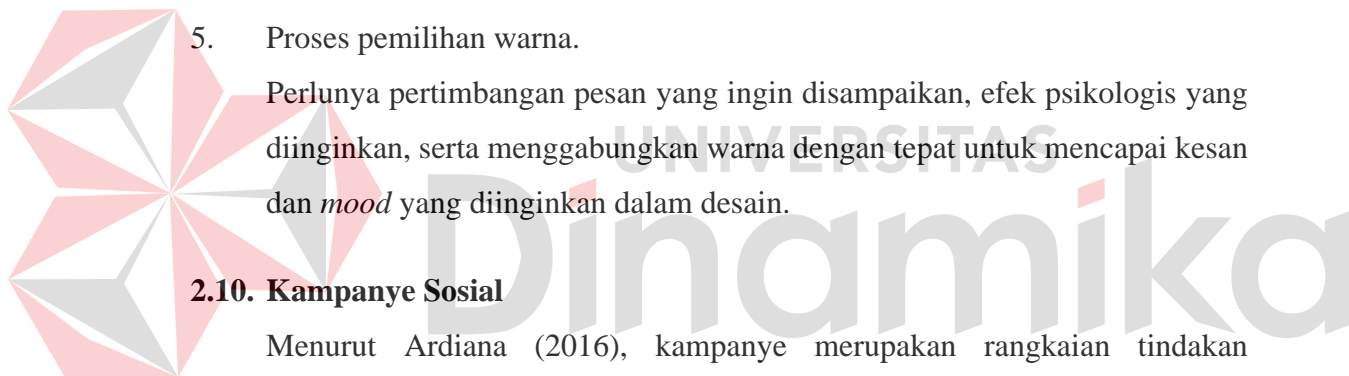
Penggunaan warna yang tepat dalam desain kemasan dan iklan dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi pesan kepada konsumen. Setiap warna memiliki pengaruh emosi yang berbeda, dan pemilihan warna harus sesuai dengan tujuan dan target audiens.

5. Proses pemilihan warna.

Perlunya pertimbangan pesan yang ingin disampaikan, efek psikologis yang diinginkan, serta menggabungkan warna dengan tepat untuk mencapai kesan dan *mood* yang diinginkan dalam desain.

2.10. Kampanye Sosial

Menurut Ardiana (2016), kampanye merupakan rangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan baik untuk mencapai efek tertentu pada audiens yang signifikan dan dilakukan secara konsisten pada waktu yang ditentukan. Kampanye sosial, di sisi lain, berbeda dari kampanye komersial karena berfokus pada penyebaran pesan yang berhubungan dengan isu sosial daripada tujuan bisnis. Secara keseluruhan, tujuan utama dari kampanye sosial adalah untuk meningkatkan kesadaran publik tentang fenomena sosial yang relevan dan terjadi di masyarakat.





Gambar 2.8 Ilustrasi kampanye sosial
(Sumber: Social Change Academy, 2020)

Kampanye sosial, menurut Pangestu (2019), adalah serangkaian tindakan komunikasi yang dilakukan secara non-komersial dan direncanakan dengan baik dalam periode waktu tertentu, bertujuan untuk mencapai efek tertentu pada sejumlah besar audiens. Tujuan utama kampanye sosial adalah meningkatkan kesadaran publik mengenai masalah sosial yang ada di masyarakat. Menurut Ruslan (2007), ada beberapa cara untuk melakukan kegiatan kampanye sosial, seperti:

1. Teknik partisipasi, yang membantu audiens untuk lebih memperhatikan kegiatan yang sedang berlangsung.
2. Asosiasi, yang mengaitkan kampanye dengan peristiwa atau fenomena menarik yang sedang terjadi saat ini atau yang sedang tren.
3. Integratif, dengan menggunakan istilah "kita", "kami", atau "anda" untuk menyatukan kepentingan semua pihak yang terlibat.
4. Teknik ganjaran, yang mempengaruhi audiens melalui manfaat atau ancaman tertentu.
5. Teknik penataan patung es, yaitu menggunakan gambar yang menarik, mudah dibaca, dan didengar untuk menyampaikan pesan secara efektif.
6. Empati, yaitu menempatkan diri dalam situasi atau peristiwa yang sedang dihadapi audiens.
7. Koersi, yang mengandung unsur paksaan, namun dapat menimbulkan kekhawatiran apabila digunakan secara tidak tepat.

2.11. Media Sosial



Gambar 2.9 Ilustrasi media sosial.
(Sumber: metro.us, 2014)

Media sosial merupakan platform di internet yang memungkinkan interaksi, berbagi, dan komunikasi virtual antar orang (Puspitarini & Nuraeni, 2019) Media sosial adalah kumpulan aplikasi internet berdasarkan ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan berbagi konten yang mereka buat sendiri (Kaplan & Haenlein, 2010). Menurut Meilinda (2018), istilah "media sosial" terdiri dari dua kata, yaitu "media" yang mengacu pada komunikasi, dan "sosial" yang menggambarkan realitas sosial di mana setiap orang berpartisipasi dalam kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam metodenya. Data yang terkumpul melalui pendekatan ini diperoleh dari penelitian yang berlangsung sesuai dengan situasi yang ada di lapangan; perspektif realitas juga berkontribusi dalam mendukung data lapangan yang ada (Ahyar dkk., 2020).

Penulis menggunakan berbagai metode pengumpulan data, termasuk observasi, wawancara, dokumentasi, dan penelitian literatur sebagai data pendukung yang mendukung desain media kampanye sosial ini. Metode wawancara digunakan untuk mengidentifikasi masalah dan situasi aktual di lapangan.

3.2. Unit Analisis

Menurut (Hamidi, 2010), unit analisis merujuk pada unit studi yang digunakan dalam penelitian. Unit analisis ini dapat berupa individu, kelompok, objek, atau konteks peristiwa sosial, seperti aktivitas individu atau kelompok yang menjadi subjek penelitian. Dalam penelitian ini, fokusnya akan berada di wilayah Mayjend Sungkono, dengan mengamati kondisi kampung, saluran air, pengolahan sampah, dan pengetahuan tentang konsep 3R. Wilayah ini dipilih karena dilaporkan oleh Detik Jatim pada tanggal 28 April 2023 mengalami banjir dengan ketinggian 40 cm dari Kembang Kuning ke Mayjend Sungkono.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Observasi

Dalam pandangan Morrisian (2017), observasi merupakan kemampuan individu untuk menggunakan panca indera dalam menjalankan kegiatan sehari-hari mereka. Dalam penelitian, observasi dilakukan dengan cara mengunjungi lokasi secara langsung dan mengamati langsung kondisi lapangan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan dokumentasi tanpa melalui perantara.

3.3.2. Wawancara

Setelah proses observasi, langkah berikutnya dalam pengumpulan data adalah melakukan wawancara. Tahap ini dimulai dengan memperkenalkan diri sebagai peneliti dan dilanjutkan dengan menyampaikan pertanyaan kepada narasumber. Teknik wawancara dilakukan untuk mendapatkan data yang valid dan relevan. Berikut adalah beberapa narasumber yang akan diwawancarai:

1. Dinas Lingkungan Hidup Kota Surabaya
2. Kepala pengawas Pusat Daur Ulang Rumah Kompos Wonorejo
3. Warga disekitar Mayjend Sungkono.

3.3.3. Studi Literatur

Penelitian ini juga mengumpulkan data dari studi literatur yang menggunakan metode pengambilan data dari literasi yang terkait dengan topik penelitian tentang 3R. Dua jurnal yang dijadikan rujukan dalam studi literatur adalah "Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Sampah Berbasis 3R di Desa Cibodas Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung" yang ditulis oleh Indrawati dkk. pada tahun 2021, dan jurnal kedua berjudul "Efektivitas Kebijakan Pengelolaan Sampah Berbasis Tempat Pengelolaan Sampah Terpadu 3R di Indonesia" (Wati, dkk., 2021).

3.3.4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang berupa bukti kegiatan yang relevan dengan topik penelitian. Teknik ini dilakukan untuk melengkapi dan memperdalam pengumpulan data yang terkait serta sebagai bukti pelaksanaan kegiatan dalam mencari data yang relevan.

3.4. Teknik Analisis Data

3.4.1. Reduksi Data

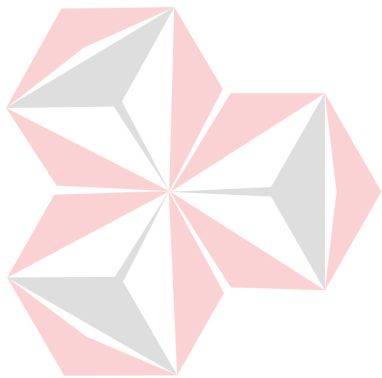
Untuk lebih fokus pada tujuan penelitian ini, proses reduksi data akan melibatkan pengelompokan data yang dikumpulkan dari ketiga pendekatan tersebut ke dalam kategori yang lebih tepat dan mengeliminasi semua yang berhubungan dengan edukasi 3R kepada masyarakat.

3.4.2. Penyajian Data

Sebagai bantuan untuk penulis dalam merencanakan dan memahami langkah-langkah selanjutnya dalam penelitian ini, akan diberikan gambaran singkat tentang hasil reduksi data dari warga.

3.4.3. Penarikan Kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan melibatkan pengumpulan seluruh informasi yang telah disajikan. Data yang disusun untuk kesimpulan akhir hanya akan diperoleh setelah perancangan, implementasi, dan evaluasi pekerjaan yang akan datang. Tujuan dari penarikan kesimpulan ini adalah untuk memastikan bahwa gambaran model perancangan sesuai dengan topik penelitian yang relevan. Kemudian, data yang telah disimpulkan akan digunakan dalam implementasi pekerjaan.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Analisis Data

Data yang telah terkumpul pada tahap penelitian melalui metode observasi, wawancara, dan penelitian literatur akan diolah kembali untuk mendapatkan kesimpulan dalam tahap reduksi data. Berikut adalah hasil analisis data dari berbagai metode pengumpulan tersebut.

4.1.1. Hasil Observasi

Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan di daerah Mayjend Sungkono kondisi pada saluran daerah tersebut masih terlihat adanya aktivitas membuang sampah sembarangan. Tidak sedikit masyarakat yang terlihat enggan untuk mengolah sampahnya sendiri dan membuang sampah tidak pada tempatnya, bahkan untuk aliran kali terlihat tercemar oleh limbah dari kegiatan masyarakat dan tempat produksi. Beberapa tempat seperti daerah pasar atau tempat jual beli masyarakat lainnya terlihat lebih parah daripada daerah pemukiman warga, tetapi, di beberapa lokasi terlihat ada warga yang masih peduli dengan lingkungannya. Masih ada beberapa warga yang mengumpulkan sampah ke suatu tempat agar petugas sampah yang dipekerjakan oleh pemerintah dapat mengangkut sampah atau limbah tersebut.

4.1.2. Hasil Wawancara

Hasil wawancara dengan beberapa narasumber terkait sampah rumah tangga adalah sebagai berikut:

1. Wawancara dengan Dinas Kesehatan Lingkungan Surabaya

Wawancara dilakukan dengan bapak Sandika, salah satu pengurus yang bertugas sebagai pengelola sarana dan prasarana di Dinas Lingkungan Hidup kota Surabaya. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan narasumber, diketahui bahwa Dinas Lingkungan Hidup kota Surabaya memiliki tugas sesuai dengan peraturan Walikota Surabaya Nomor 79 Tahun 2021. Tugas tersebut meliputi pelaksanaan urusan pemerintahan yang merupakan kewenangan daerah dan tugas pembantuan, serta penyelenggaraan fungsi:

- a. Perumusan kebijakan sesuai dengan lingkup tugasnya.

- b. Pelaksanaan kebijakan sesuai dengan lingkup tugasnya.
- c. Pelaksanaan pemantauan, evaluasi dan pelaporan sesuai dengan lingkup tugasnya.
- d. Pelaksanaan administrasi dinas sesuai dengan lingkup tugasnya.
- e. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Permasalahan pengolahan sampah di kota merupakan hal yang umum ditemui. Setiap kegiatan yang dilakukan masyarakat akan selalu menghasilkan limbah atau sampah. Dengan bertambahnya nilai ekonomi maka bertambah juga kepadatan penduduk. Hal tersebut akan meningkatkan intensitas kegiatan masyarakat yang secara langsung akan meningkatkan volume sampah. Surabaya merupakan kota yang padat, hal tersebut merupakan tantangan yang berat bagi pemerintah kota untuk menanganinya.

Pemerintah kota Surabaya telah melakukan berbagai upaya untuk mengatasi permasalahan sampah ini, seperti meningkatkan infrastruktur pengelolaan sampah, meluncurkan program kampanye kesadaran masyarakat, dan memperketat peraturan terkait penggunaan plastik. Namun, masih diperlukan kerja sama antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta untuk mengatasi permasalahan sampah secara efektif di Surabaya. Beberapa masalah utama yang dijelaskan dari narasumber yaitu:

- a. **Pertumbuhan Penduduk**

Surabaya adalah kota terbesar kedua di Indonesia dengan jumlah penduduk yang terus bertambah. Pertumbuhan penduduk yang pesat ini telah meningkatkan jumlah sampah yang dihasilkan setiap harinya.

- b. **Infrastruktur Pengelolaan Sampah**

Kurangnya sistem pengumpulan dan pengolahan sampah yang tepat terus menjadi masalah di beberapa wilayah di Surabaya. Menurut informasi yang diterima dari narasumber menjelaskan bahwa masih sangat diperlukan peningkatan teknologi pengolahan sampah untuk mengurangi jumlah sampah yang dihasilkan setiap harinya.

- c. **Penanganan Sampah yang Tidak Efektif**

Salah satu masalah terbesar adalah kurangnya infrastruktur dan

pengelolaan limbah yang efisien. Meski sudah ada beberapa Tempat Pembuangan Akhir (TPA) seperti TPA Benowo dan TPA Jajar di Surabaya, namun kapasitasnya sudah hampir mencapai batas maksimal.

d. Kurangnya Kesadaran Masyarakat

Kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan sampah yang baik perlu diperkuat. Meskipun pemerintah telah menyelenggarakan kampanye dan program pendidikan tentang pengelolaan sampah, namun masih ada sebagian masyarakat yang kurang peduli akan pentingnya pemilahan sampah dan pembuangan yang benar.

e. Tingginya Jumlah Sampah Plastik

Penggunaan plastik sekali pakai yang tinggi menyebabkan penumpukan sampah plastik yang sulit diurai di lingkungan.

Dari masalah tersebut pemerintah kota Surabaya telah mengambil sejumlah langkah dalam mengelola dan menangani banjir. Berikut adalah beberapa upaya yang dilakukan oleh pemerintah kota:

a. Peningkatan Infrastruktur

Pemerintah Kota Surabaya berupaya memperbaiki infrastruktur untuk mengurangi risiko banjir. Ini termasuk membangun saluran drainase yang lebih baik, membangun waduk, normalisasi sungai dan membersihkan aliran sungai secara teratur.

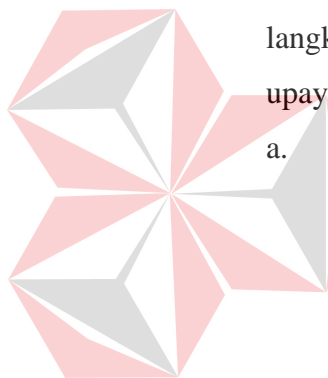
b. Pengendalian Limbah

Pemerintah kota Surabaya meningkatkan pengendalian dan pengelolaan sampah di wilayahnya. Tindakan ini termasuk meningkatkan sistem pengumpulan sampah, pengolahan limbah yang efisien dan mendidik masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan.

c. Edukasi Sampah Terhadap Masyarakat

Pemerintah kota Surabaya juga menyelenggarakan kegiatan edukasi dan pendidikan tentang pengelolaan sampah yang benar, pentingnya kebersihan saluran drainase dan langkah-langkah pengendalian banjir di tingkat individu dan kota.

d. Kerja sama Regional



Pemerintah kota Surabaya bekerja sama dengan pemerintah daerah dan dinas terkait di daerah untuk mengatasi masalah banjir. Kerja sama regional ini mencakup koordinasi kegiatan pengelolaan sungai, drainase, dan perlindungan banjir di wilayah terkait.

Poin tersebut hanya beberapa dari sekian upaya yang dilakukan pemerintah dalam menangani sampah. Masih terus dilakukan pemantauan dan evaluasi, serta pembaruan kebijakan jika diperlukan, guna meningkatkan efektivitas dalam menghadapi tantangan banjir di masa depan.

2. Wawancara bersama Rumah Kompos Wonorejo

Wawancara ini dilakukan dengan bapak Supri, yang merupakan pengelola utama Rumah Kompos Wonorejo. Hasil wawancara dengan beliau menyatakan bahwa Rumah Kompos Surabaya adalah sebuah program yang diinisiasi oleh Pemerintah Kota Surabaya dengan tujuan mengajak masyarakat untuk mengolah sampah organik melalui proses pengomposan.

Konsep dari Rumah Kompos Surabaya didasarkan pada prinsip mendaur ulang sampah organik menjadi kompos yang bermanfaat untuk meningkatkan kesuburan tanah dan mendukung kelestarian lingkungan.

Rumah kompos di Surabaya umumnya merupakan fasilitas atau tempat yang disediakan oleh pemerintah daerah Surabaya, organisasi masyarakat, atau kelompok lingkungan. Lokasi ini dirancang khusus untuk mengolah sampah organik seperti sisa makanan, daun kering, dan potongan tanaman menjadi kompos yang memiliki nilai. Beberapa kegiatan yang dilakukan di Rumah Kompos Surabaya termasuk:

a. Pengumpulan limbah organik

Masyarakat dapat menyumbangkan sampah organiknya ke Rumah Kompos Surabaya. Sampah organik ini kemudian dipisahkan dari sampah anorganik seperti plastik atau kertas.

b. Pengolahan limbah organik

Setelah dikumpulkan, sampah organik diproses dalam proses pengomposan. Dalam metode ini, bahan organik diuraikan oleh mikroorganisme seperti bakteri dan cacing. Proses pengomposan ini

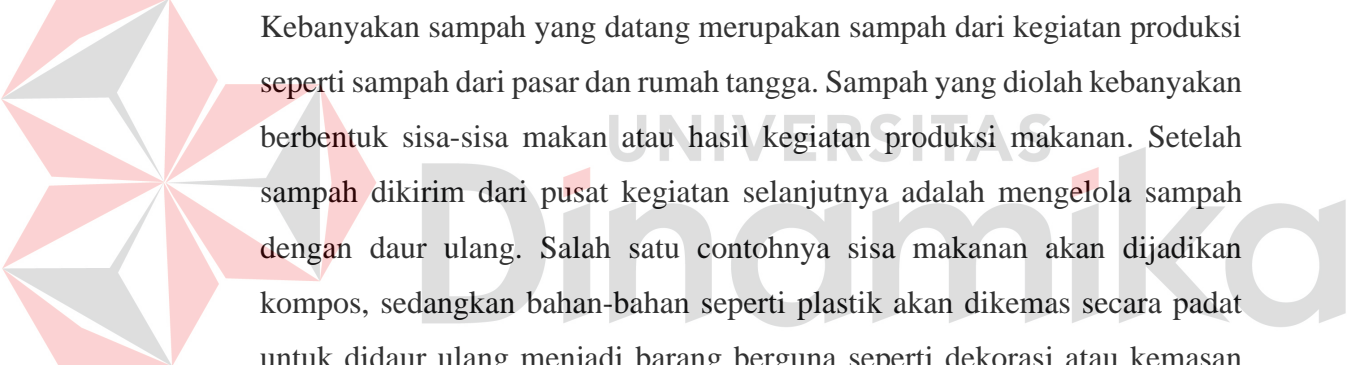
dapat berlangsung dari beberapa minggu hingga beberapa bulan tergantung dari jenis sampah organik dan kondisi pengomposan.

c. Pemeliharaan dan pengawasan

Tempat pengomposan di Surabaya biasanya memiliki tim atau petugas yang bertanggung jawab untuk pemeliharaan dan pemeriksaan proses pengkomposan. Mereka memastikan suhu, kelembaban, dan kandungan kompos tetap optimal.

d. Pemanfaatan kompos

Setelah proses pengomposan selesai, kompos yang dihasilkan dapat digunakan sebagai pupuk organik di bidang pertanian, di kebun atau untuk keperluan lain yang membutuhkan unsur hara tanah. Penggunaan kompos ini juga merupakan bagian dari upaya mengurangi penggunaan pupuk kimia yang berbahaya bagi lingkungan.



Kebanyakan sampah yang datang merupakan sampah dari kegiatan produksi seperti sampah dari pasar dan rumah tangga. Sampah yang diolah kebanyakan berbentuk sisa-sisa makan atau hasil kegiatan produksi makanan. Setelah sampah dikirim dari pusat kegiatan selanjutnya adalah mengelola sampah dengan daur ulang. Salah satu contohnya sisa makanan akan dijadikan kompos, sedangkan bahan-bahan seperti plastik akan dikemas secara padat untuk didaur ulang menjadi barang berguna seperti dekorasi atau kemasan daur ulang. Lalu hasil olahan daur ulang akan dikirim ke pusat lagi untuk dibagikan atau dijual ke masyarakat sekitar.

3. Wawancara bersama Ibu Rosi

Wawancara ini dilakukan di sekitar Mayjend Sungkono dengan Ibu Rosi sebagai salah satu warga. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan narasumber, warga sendiri kurang memahami dengan baik bagaimana cara mendaur ulang yang sampah atau mengumpulkan sampah yang baik. Dari sekian edukasi yang dilakukan pemerintah terlihat bahwa masih kurang efektif dalam menyelesaikan masalah tersebut. Kebiasaan oknum yang suka membuang sampah sembarangan juga merugikan warga sekitar, tetapi warga pun tidak berdiam diri. Masih ada kesadaran warga akan lingkungannya dengan menjalankan kerja bakti. Maka dari itu, perlu adanya

edukasi dengan melakukan kampanye sosial 3R.

4.1.3. Hasil Dokumentasi

Berikut adalah beberapa gambar hasil dokumentasi yang penulis foto dari berbagai lokasi penelitian untuk kampanye sosial 3R.



Gambar 4.1 Observasi dan Wawancara di Rumah Kompos Wonorejo



Gambar 4.2 Kondisi saluran air dan kali daerah Mayjend Sungkono



Gambar 4.3 Observasi dan Wawancara di DLH Kota Surabaya

Gambar-gambar diatas merupakan hasil dan bukti penulis telah melakukan penelitian seperti observasi dan wawancara.

4.1.4. Hasil Studi Literatur

Berdasarkan kajian literatur yang dilakukan oleh penulis, “Pengelolaan Sampah Rumah Tangga 3R Berbasis Masyarakat” Sri Subekti berfokus pada masalah pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan industri yang pesat, sehingga menyebabkan meningkatnya jumlah sampah seperti sampah plastik, kertas dan produk kemasan berbahaya. Penumpukan sampah seperti itu dapat berdampak negatif terhadap lingkungan dan kesehatan manusia. Pengelolaan sampah yang

efektif dan berkelanjutan diperlukan untuk mengatasi masalah ini.

Pengelolaan sampah dapat dilakukan melalui konsep 3R, melibatkan masyarakat dan negara sebagai penggiat dan promotor. Pemerintah harus mendorong masyarakat untuk memikirkan masalah sampah dan mencari solusinya. Di perkotaan, peningkatan produksi sampah, ditambah dengan infrastruktur dan fasilitas yang tidak memadai, menyebabkan peningkatan polusi lebih lanjut. Pembakaran juga menjadi masalah, karena jenis limbah yang ada saat ini sebagian besar terdiri dari limbah kimia sintetik, yang dapat melepaskan gas beracun yang dapat mencemari lingkungan, menimbulkan bau dan menyebarkan penyakit. Permasalahan pengelolaan sampah antara lain bercampurnya sampah basah dan kering yang sulit didaur ulang, kurangnya keterlibatan masyarakat, kapasitas TPA yang terbatas, biaya operasional yang meningkat, dan sulitnya menemukan TPA. Pemerintah kota juga perlu meningkatkan pemahaman mereka tentang 3R dan peran mereka dalam pengelolaan sampah.

Pendekatan yang efektif dalam pengelolaan sampah adalah dengan menerapkan pengolahan di TPS secara regional. Dengan mengubah sampah organik menjadi kompos dan mendaur ulang sampah anorganik, dapat signifikan mengurangi jumlah sampah yang akhirnya berakhir di TPA. Pendekatan ini menawarkan berbagai keuntungan, termasuk lingkungan yang bersih dan sehat, pengurangan biaya medis, masa pakai TPA yang lebih panjang, biaya operasional transportasi sampah yang lebih rendah, pengurangan emisi gas rumah kaca, serta keterlibatan aktif masyarakat. Untuk mencapai hal ini, diperlukan kerjasama antara masyarakat dan pemerintah serta penerapan konsep 3R.

4.2. Hasil Reduksi Data

4.2.1. Hasil Reduksi Observasi

Berdasarkan hasil observasi peneliti di daerah Mayjend Sungkono, terdapat masalah serius terkait pengelolaan sampah dan lingkungan. Beberapa poin penting yang dapat diidentifikasi dari hasil observasi tersebut adalah:

1. Aktivitas membuang sampah sembarangan: Masih banyak masyarakat yang membuang sampah tanpa memperhatikan tempatnya. Hal ini dapat menyebabkan pencemaran lingkungan dan mengganggu kenyamanan di daerah tersebut.

2. Kurangnya kesadaran masyarakat dalam mengolah sampah: Sebagian masyarakat terlihat enggan untuk mengolah sampahnya sendiri, yang menyebabkan sampah tidak tertangani dengan baik.
3. Pencemaran di aliran kali: Limbah dari kegiatan masyarakat dan tempat produksi tampak mencemari aliran kali. Pencemaran ini dapat merusak ekosistem air dan membahayakan kesehatan masyarakat.
4. Parahnya kondisi tempat jual beli dan pasar: Daerah pasar atau tempat jual beli masyarakat lainnya terlihat lebih parah dalam masalah pengelolaan sampah dibandingkan dengan daerah pemukiman warga. Ini menunjukkan pentingnya perhatian lebih terhadap manajemen sampah di tempat-tempat publik yang padat penduduknya.
5. Adanya warga yang peduli dengan lingkungan: Meskipun demikian, masih ada sebagian warga yang peduli dengan lingkungan dan berusaha untuk mengatasi masalah sampah dengan cara mengumpulkannya pada satu tempat agar dapat diangkut oleh petugas sampah pemerintah.

4.2.2. Hasil Reduksi Wawancara

Hasil wawancara dari beberapa narasumber terkait topik sampah rumah tangga menunjukkan bahwa pengelolaan sampah di Surabaya merupakan masalah umum yang dihadapi. Beberapa masalah utama yang teridentifikasi mencakup pertumbuhan penduduk yang pesat, infrastruktur pengelolaan sampah yang kurang memadai, penanganan sampah yang tidak efektif, kurangnya kesadaran masyarakat, dan tingginya jumlah sampah plastik. Tugas Dinas Lingkungan Hidup kota Surabaya adalah melaksanakan kebijakan dan fungsi terkait pengelolaan sampah.

Pemerintah kota Surabaya telah melakukan berbagai upaya untuk mengatasi permasalahan sampah ini, termasuk peningkatan infrastruktur pengelolaan sampah, kampanye kesadaran masyarakat, dan regulasi terkait penggunaan plastik. Meskipun demikian, kerja sama antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta tetap diperlukan untuk mengatasi permasalahan sampah secara efektif.

Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah kota Surabaya adalah melalui program Rumah Kompos, yang mengajak masyarakat untuk mengolah sampah organik melalui pengomposan. Prinsip di balik konsep Rumah Kompos Surabaya

adalah mendaur ulang sampah organik menjadi kompos yang bermanfaat untuk meningkatkan kesuburan tanah dan mendukung kelestarian lingkungan.

Wawancara dengan warga, Ibu Rosi, menunjukkan bahwa edukasi dan kampanye sosial 3R juga diperlukan untuk meningkatkan kesadaran warga tentang pentingnya mendaur ulang sampah dan pengumpulan sampah yang baik.

Secara keseluruhan, penanganan masalah sampah rumah tangga di Surabaya memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif dan kolaboratif antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta untuk mencapai pengelolaan sampah yang lebih efektif dan berkelanjutan. Pemantauan, evaluasi, dan pembaruan kebijakan juga penting untuk menghadapi tantangan sampah di masa depan.

4.2.3. Hasil Reduksi Studi Literatur

Kajian literatur oleh penulis Sri Subekti mengenai "Pengelolaan Sampah Rumah Tangga 3R Berbasis Masyarakat" menunjukkan bahwa pertumbuhan penduduk dan industri menyebabkan peningkatan sampah. Pengelolaan sampah yang efektif dan berkelanjutan diperlukan dengan menerapkan konsep 3R melalui partisipasi masyarakat dan pemerintah. Pendekatan pengelolaan sampah regional dengan pengelolaan TPS dapat mengurangi sampah yang berakhir di TPA, memberikan manfaat lingkungan yang bersih, biaya operasional yang lebih rendah, dan partisipasi aktif masyarakat. Pemerintah kota perlu meningkatkan pemahaman tentang 3R dan peran mereka dalam pengelolaan sampah.

4.3. Hasil Penyajian Data

Berdasarkan hasil reduksi data yang telah disajikan, berikut adalah beberapa informasi yang dapat diuraikan:

1. Rendahnya kesadaran masyarakat dalam mengelola sampah.
2. Kurangnya pemahaman menyeluruh tentang konsep 3R.
3. Masih ada kesulitan dalam memilah sampah organik dan anorganik oleh masyarakat.
4. Pencemaran di aliran kali disebabkan oleh limbah dari kegiatan masyarakat dan tempat produksi.
5. Target audiens kampanye adalah masyarakat berumah tangga dengan rentang usia 18-30 tahun.

6. Upaya pemerintah untuk mengatasi masalah sampah meliputi peningkatan infrastruktur, kampanye kesadaran masyarakat, peraturan terkait penggunaan plastik, dan program Rumah Kompos.
7. Diperlukan pengelolaan sampah yang efektif dan berkelanjutan dengan menerapkan konsep 3R melalui partisipasi aktif masyarakat dan pemerintah melalui kampanye sosial 3R.
8. *Motion graphic* akan digunakan sebagai media utama dalam menjalankan kegiatan kampanye sosial 3R.

4.4. Hasil Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa isu lingkungan terkait pengelolaan sampah menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Ditemukan bahwa kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya mengelola sampah dengan benar, termasuk memilah antara sampah organik dan anorganik, menjadi salah satu permasalahan utama. Dampaknya terlihat dalam bentuk pencemaran di aliran kali akibat limbah dari aktivitas masyarakat dan tempat produksi. Oleh karena itu, diperlukan keterlibatan aktif dari masyarakat dan pemerintah untuk mengatasi masalah ini, salah satunya melalui kampanye sosial 3R.

Agar pesan kampanye dapat disampaikan dengan lebih efektif, dipilihlah media *motion graphic* sebagai media utama. Dengan menggunakan *motion graphic*, pesan dapat disajikan secara menarik dan mudah dipahami oleh khalayak.

4.5. Hasil Analisis Data

4.5.1. Analisis STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

Penulis akan menentukan STP dari media kampanye sosial 3R berbasis gerakan grafis dengan menggunakan data yang dikumpulkan dan kesimpulan yang dibuat:

1. *Segmentation*

Dalam merancang media kampanye sosial 3R berbasis video *motion graphic* ini, dilakukan identifikasi terhadap segmentasi pasar berikut:

Tabel 4.1 *Segmentation*

<i>Segmentation</i>	Keterangan	
Geografis	Negara	Indonesia

	Wilayah	Surabaya
	Lokasi	Pemukiman Warga
Demografis	Jenis Kelamin	Laki-laki dan Perempuan
	Usia	18-30
	Pekerjaan	Pelajar dan Pekerja
	Ekonomi	Semua kalangan

2. *Targeting*

Target audiens adalah tujuan utama dari kampanye sosial 3R berbasis *motion graphic*, yang menggunakan target masyarakat berusia 18 hingga 30 tahun. Hal ini disebabkan fakta bahwa anak-anak harus dididik sejak kecil dalam lingkungan rumah tangga agar mereka dapat merubah kebiasaan masyarakat secara turun temurun.

3. *Positioning*

Kampanye sosial 3R berbasis *motion graphic* ini ditujukan untuk semua orang di Surabaya yang berusia antara 18 dan 30 tahun, dan berisikan apa saja tentang konsep 3R dan bagaimana menggunakannya di kehidupan sehari-hari.

4.5.2. Analisis USP (*Unique Selling Point*)

Poin penjualan unik (*Unique Selling Point*) dari kampanye sosial 3R ini adalah sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan sampah di Surabaya. Dengan kampanye ini, diharapkan masyarakat dapat mendapatkan edukasi menyeluruh tentang konsep 3R. Kampanye sosial ini akan menggunakan *motion graphic* sebagai media utama untuk menyampaikan pesan, serta didukung oleh beberapa media lainnya.

4.5.3. Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Tabel 4.2 Analisis SWOT

<u>STRENGTHS (S):</u>	<u>WEAKNESS (W):</u>
1. Edukasi masyarakat terkait konsep 3R	1. Kurangnya edukasi dan kesadaran terkait konsep 3R.
2. Kampanye sosial 3R menjadi sebuah sarana edukasi dan kesadaran masyarakat tentang permasalahan sampah rumah tangga guna mengurangi banjir di Surabaya.	2. Rendahnya minat mempelajari konsep 3R karena media yang digunakan kurang menarik dan menyeluruh.
<u>OPPORTUNITY:</u>	<u>W+O:</u>

- | | | |
|--|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Kampanye sosial 3R berbasis <i>motion graphic</i> masih belum ada. 2. <i>Motion graphic</i> dapat menjadi peluang yang baik sebagai media utama kampanye sosial. 3. Youtube dan Instagram merupakan platform media sosial yang dipakai oleh masyarakat, dengan itu penyebaran informasi akan semakin mudah dan cepat. | <p>Kampanye sosial berbasis <i>motion graphic</i> merupakan sarana edukasi untuk menyampaikan konsep 3R kepada masyarakat. Media kampanye ini akan didukung oleh platform sosial media seperti Youtube dan Instagram.</p> | <p>Memanfaatkan media sosial sebagai media pendukung agar dapat menarik minat masyarakat dan mempermudah akses informasi.</p> |
|--|---|---|

THREAT:

1. Beberapa anggota masyarakat masih kurang mengindahkan sampah dan tidak memperhatikan lingkungan sekitar.
2. Terdapat kurang pemahaman yang menyeluruh mengenai konsep 3R di kalangan masyarakat.

S+T:

Materi kampanye sosial 3R akan dikemas menggunakan visual yang menarik dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat.

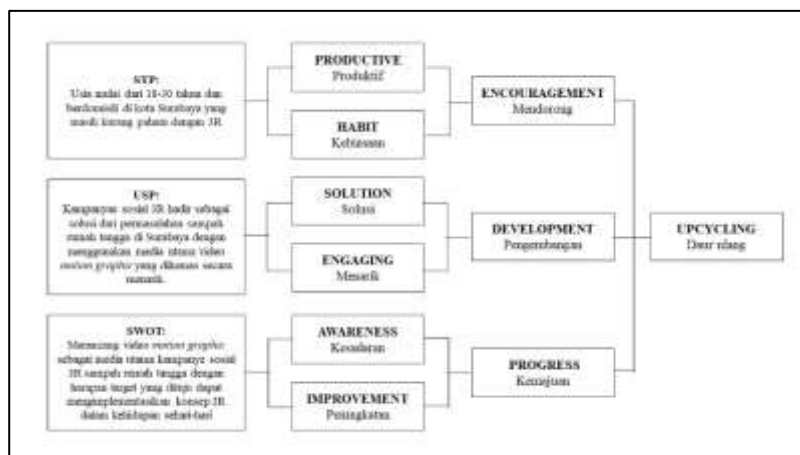
W+T:

Perancangan *motion graphic* sebagai elemen utama dalam kampanye sosial 3R.

Kesimpulan: Merancang video *motion graphic* sebagai media utama kampanye sosial 3R sampah rumah tangga guna mengurangi banjir di Surabaya dengan harapan target yang dituju dapat mengimplementasikan konsep 3R dalam kehidupan sehari-hari.

4.5.4. Analisis Key Communication Message

Dengan memanfaatkan analisis STP, USP, dan SWOT, penulis dapat mengidentifikasi kata kunci utama yang akan menjadi landasan dalam perancangan media utama dan pendukung yang akan dibuat. Berikut ini adalah gambaran tentang kata kunci yang telah terkumpul:



Gambar 4.4 Analisis *Key Communication Message*

Berdasarkan data yang diolah melalui SWOT, STP, dan USP, peneliti telah sampai pada kesimpulan bahwa *keyword* “*Upcycling*” adalah *keyword* yang paling sesuai untuk kampanye sosial 3R ini. Ketika digunakan dalam desain, kata kunci “*Upcycling*” memiliki tujuan untuk memutar kembali barang yang sudah tidak terpakai untuk menghasilkan nilai baru dan bermanfaat, dengan demikian mengurangi dampak lingkungan.

4.6. Konsep Perancangan Karya

4.6.1. Tujuan Kreatif

Hasil dari analisis SWOT, STP, dan USP menghasilkan kata kunci yang akan menjadi inspirasi dasar dalam pembuatan kampanye sosial 3R dengan menggunakan media *motion graphic*.

4.6.2. Model dan Teknik Perancangan Media Kampanye Sosial

Untuk kampanye sosial 3R berbasis video *motion graphic* ini, peneliti harus memilih model dan teknik yang sesuai. Model yang dipilih adalah Model Komponensial Kampanye yang berfokus pada penyampaian dan penerimaan pesan kampanye kepada target audiens, yang cocok dengan temuan penelitian penulis bahwa usia produktif dapat memahami dan memahami pentingnya mengolah limbah mereka sendiri. Berikut adalah teknik kampanye yang akan digunakan:

1. Teknik Integratif: Pendekatan kampanye sosial yang bertujuan untuk menghubungkan kampanye dengan khalayak sasaran untuk kepentingan bersama.
2. Teknik Asosiasi: Teknik yang bertujuan untuk mengaitkan kampanye dengan

peristiwa yang sedang terjadi dan menjadi perhatian pada waktu sekarang.

3. Teknik Partisipasi: Teknik yang melibatkan audiens agar memberi perhatian lebih terhadap suatu kegiatan.
4. Teknik Penataan Patung Es: Teknik ini mencoba menarik perhatian audiens dengan menyampaikan pesan dengan cara yang menarik agar dapat menarik minat khalayak.

4.7. Strategi Kreatif

Perancangan *motion graphic* ini akan disajikan dengan kemasan menarik sehingga informasi dapat dengan mudah dipahami oleh target audiens. Berikut ini adalah strategi inovatif yang akan diterapkan.

4.7.1. Visual Identity Media Kampanye Sosial

Peneliti telah merancang beberapa identitas visual untuk media kampanye sosial yang menekankan penerapan konsep 3R. Identitas visual ini berfungsi sebagai ilustrasi bagaimana kampanye sosial tersebut dapat diterima dengan baik oleh audiens:

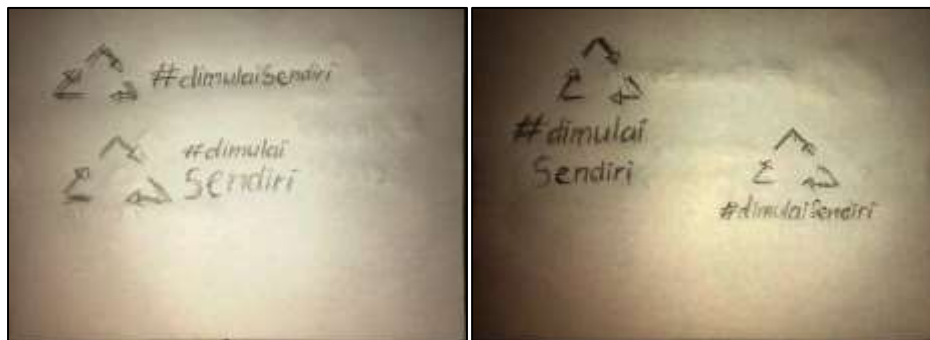
1. Nama Program Kampanye Sosial

Berdasarkan *keyword* yang sudah disimpulkan dari *keyword* “Upcycling” terdapat sebuah gagasan atau ide untuk nama dari kampanye sosial 3R, yaitu “#dimulaisendiri”. Ide tersebut adalah sebuah inisiatif yang bertujuan untuk mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam usaha pelestarian lingkungan melalui prinsip 3R. Dalam kampanye ini, setiap individu diharapkan untuk memulai perubahan dari diri sendiri untuk menciptakan dampak positif terhadap lingkungan dan mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan oleh sampah dan limbah.

Kampanye dengan “#dimulaisendiri” bertujuan untuk menyebarkan kesadaran luas di masyarakat mengenai pentingnya mengurangi sampah, melakukan penggunaan kembali barang-barang yang masih dapat digunakan, dan mendaur ulang material untuk menjaga keberlanjutan lingkungan. Melalui partisipasi aktif individu dan disebarakan melalui berbagai media sosial dan media pembelajaran seperti video *motion graphic*, kampanye ini berharap dapat membawa perubahan positif dalam perilaku konsumsi dan

pembuangan sampah. Dengan demikian, kampanye ini diharapkan dapat membantu mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, seperti banjir yang sering terjadi di Surabaya, dan menciptakan budaya yang peduli terhadap lingkungan.

2. Sketsa dan Logo



3. Slogan

"Bersama 3R, Mulai dari Diri Sendiri!" adalah slogan kampanye sosial ini, yang bertujuan untuk mendorong orang untuk melakukan langkah-langkah 3R dalam kehidupan sehari-hari mereka. Slogan "Mulai dari Diri Sendiri" mengingatkan kita bahwa transformasi yang signifikan dimulai dengan tindakan kecil di tingkat pribadi.

4.7.2. Warna

Dalam sebuah desain, penggunaan warna sangat penting. Warna hijau muda dan biru muda adalah pilihan yang tepat untuk digunakan dalam istilah "Upcycling", yang mengacu pada konsep 3R. Menurut psikologi warna, hijau sering digunakan untuk melambangkan kesuburan dan lingkungan, sedangkan biru bisa digunakan untuk melambangkan kesadaran dan kepedulian.

4.7.3. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam perancangan kampanye sosial 3R berbasis *motion graphic* ini akan menggunakan tipe *font sans serif* dengan *typeface* "Poppins". Penggunaan *type font* ini merupakan pilihan yang tepat karena karakteristiknya yang bersih, mudah dibaca, dan modern.



Gambar 4.5 Gambar Jenis Font

4.8. Perancangan Media Utama

1. Konsep: Media untuk kampanye sosial #dimulaiSendiri.
2. Judul: 3R untuk Lingkungan: Kampanye Sosial #dimulaiSendiri.
3. Tema: Tema dari video *motion graphic* ini adalah lingkungan dan keberlanjutan.
4. Durasi: Tiga menit dua puluh lima detik.
5. Format Ukuran: 1080 x 1080p.

4.8.1. Sinopsis

Video motion graphic ini merupakan kampanye sosial yang mengajak masyarakat untuk secara aktif berpartisipasi dalam upaya mengurangi risiko banjir di Surabaya dengan menerapkan prinsip 3R. Melalui video ini, dijelaskan konsep 3R, pentingnya menerapkannya, serta langkah-langkah pelaksanaannya. Kampanye ini juga mendorong masyarakat untuk menyebarkan pesan ini melalui media sosial dan platform pembelajaran lainnya. Dalam video ini, disajikan elemen visual yang ceria dan menarik, dengan penggunaan warna-warna cerah yang menyenangkan. Kampanye ini bertujuan untuk memberikan edukasi, motivasi, dan inspirasi bagi masyarakat agar lebih peduli terhadap lingkungan dan turut berkontribusi dalam mengurangi risiko banjir.

4.8.2. Storyline

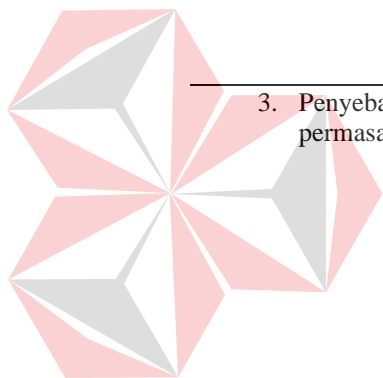
1. Pengenalan video *motion graphic*.
2. Pengenalan, pembahasan, identifikasi, dan dampak permasalahan.
3. Pengenalan kampanye sosial 3R #dimulaiSendiri

4. Pengenalan konsep 3R dan bagaimana pengaplikasiannya dalam sehari-hari.
5. Kesimpulan isi video *motion graphic*.
6. Penutup video *motion graphic*.

4.8.3. Skenario

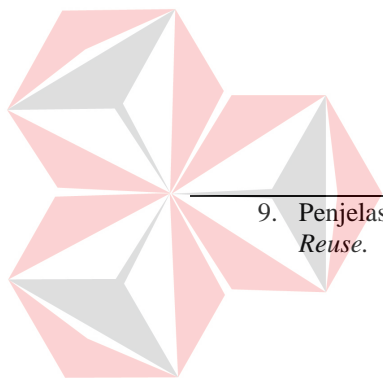
Tabel 4.3 Skenario *Motion Graphic*

<i>Scene</i>	<i>Skenario</i>	<i>Durasi</i>	<i>Backsound</i>	<i>Keterangan</i>
1.	Pembuka	00.00 – 00.06	Music Inspire - Benjamin Tissot Vo: Halo, selamat datang di video motion graphic kampanye sosial #dimulaiSendiri.	Tampilan layar hitam dengan tulisan “3R Untuk Lingkungan: Kampanye Sosial #dimulaisendiri” dengan warna putih.
2.	Pengenalan permasalahan.	00.06 – 00.13	Vo: Bumi adalah planet kita, tempat kita tinggal, dan sumber kehidupan kita. Namun, bumi saat ini menghadapi banyak masalah lingkungan yang mengancam keberlanjutan dan kesejahteraan kita.	Tampilan bumi dari luar angkasa dengan latar belakang bintang- bintang.
3.	Penyebab permasalahan.	00.13 - 00.31	Vo: Salah satu penyebab utama dari masalah-masalah ini adalah sampah dan limbah yang dihasilkan oleh aktivitas manusia. Setiap hari, kita menghasilkan jutaan ton sampah dan limbah yang tidak hanya mencemari lingkungan, tetapi juga menya-nyikan sumber daya alam yang terbatas.	Tampilan beberapa masalah lingkungan yang terjadi di bumi, seperti pemanasan global, polusi udara, deforestasi, dan banjir.
4.	Identifikasi permasalahan.	00.31 – 01.02	Vo: Sampah dan limbah ini dapat dibagi menjadi dua jenis: sampah organik dan sampah anorganik. Sampah organik adalah sampah yang berasal dari makhluk hidup atau sisa-sisa makanan yang dapat terurai secara alami oleh mikroorganisme. Sampah anorganik adalah sampah yang berasal dari bahan-bahan sintesis atau buatan manusia yang tidak dapat terurai secara alami atau memerlukan waktu yang sangat lama untuk terurai.	Tampilan beberapa contoh sampah dan limbah yang dihasilkan oleh manusia, seperti plastik, kertas, kaca, logam, elektronik, makanan, dan lain-lain.
5.	Dampak permasalahan.	01.04 – 01.21	Vo: Jika kita tidak melakukan sesuatu untuk mengatasi masalah sampah dan limbah ini, maka kita akan semakin merusak	Tampilan beberapa dampak negatif dari sampah dan limbah terhadap lingkungan, seperti penumpukan di



Diambil dari

			lingkungan kita sendiri dan mengancam masa depan kita. Oleh karena itu, kita perlu melakukan aksi nyata untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan.	TPA, pencemaran aliran air, menimbulkan penyakit dan bau busuk.
6. Pengenalan kampanye sosial.	01.21 – 01.27	Vo:	Salah satu cara untuk melakukan aksi nyata adalah dengan mengikuti kampanye #dimulaiSendiri.	Tampilan #dimulaisendiri dengan latar belakang warna hijau.
7. Pengenalan konsep 3R.	01.27 - 01.41	Vo:	Apa itu prinsip 3R? Prinsip 3R adalah tiga langkah sederhana yang dapat kita lakukan untuk mengurangi jumlah sampah dan limbah yang kita hasilkan. Prinsip 3R adalah:	Tampilan tiga simbol prinsip 3R.
8. Penjelasan <i>Reduce</i> .	01.41 - 02.00	Vo:	Reduce, atau mengurangi, artinya kita harus mengurangi konsumsi barang-barang yang dapat menimbulkan sampah dan limbah. Misalnya, kita dapat mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, mengurangi pembelian barang-barang yang tidak perlu, atau mengurangi penggunaan listrik dan air.	Tampilan <i>Reduce</i> .
9. Penjelasan <i>Reuse</i> .	02.00 - 02.23	Vo:	Reuse, atau menggunakan kembali, artinya kita harus menggunakan kembali barang-barang yang masih layak pakai atau memiliki nilai guna. Misalnya, kita dapat menggunakan kembali botol plastik, kertas bekas, kain perca, atau barang-barang bekas lainnya untuk keperluan sehari-hari atau untuk membuat kerajinan tangan.	Tampilan <i>Reuse</i> .
10. Penjelasan <i>Recycle</i> .	02.23 - 02.46	Vo:	Recycle, atau mendaur ulang, artinya kita harus mendaur ulang barang-barang yang tidak dapat digunakan lagi atau tidak memiliki nilai guna menjadi barang-barang baru yang bermanfaat. Misalnya, kita dapat mendaur ulang plastik, kertas, kaca, logam, atau elektronik menjadi bahan baku industri atau produk-produk baru.	Tampilan <i>Recycle</i> .
11. Kesimpulan video.	02.46 - 03.08	Vo:	Itulah prinsip 3R: Reduce, Reuse, dan Recycle. Prinsip 3R adalah cara mudah dan efektif	Tampilan tiga simbol prinsip 3R bersamasama.



		untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan. Dengan menerapkan prinsip 3R dalam kehidupan sehari-hari kita, kita dapat memberikan dampak positif terhadap lingkungan dan masa depan kita.
12 Penutup	03.08 - 03.25	Tampilan logo kampanye #dimulaiSendiri dengan latar belakang warna hijau, logo Universitas Dinamika, dan Fakultas Desain Industri dan Kreatif.

4.8.4. Storyboard

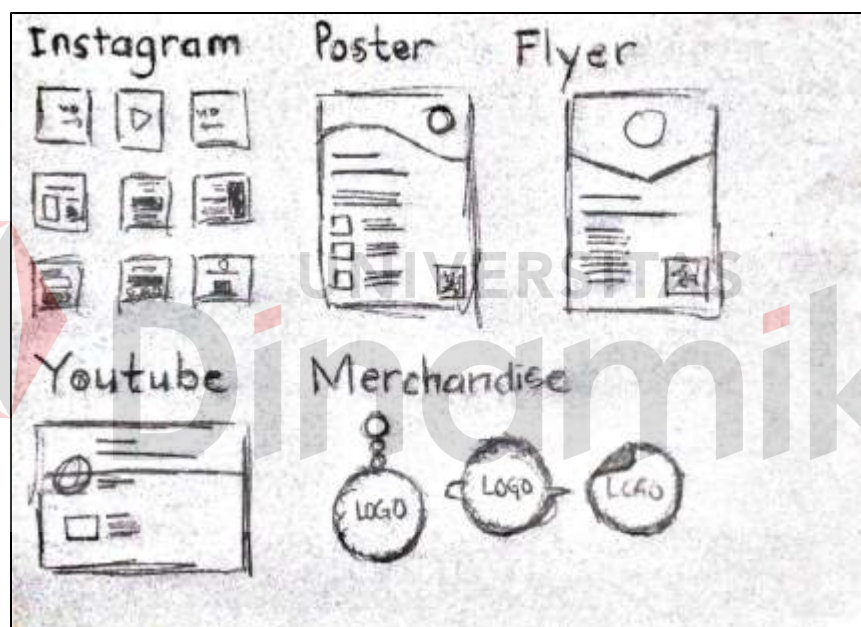


Gambar 4.6 Sketsa Storyboard

4.9. Perancangan Media Pendukung

Media pendukung memiliki peran penting dalam mendukung promosi kampanye sosial berbasis *motion graphic*. Beberapa media pendukung yang digunakan antara lain:

1. Poster
2. X-banner
3. Flyer
4. Youtube
5. Instagram
6. *Merchandise* (stiker, gantungan kunci, pin peniti)



Gambar 4.7 Sketsa media pendukung

4.10. Hasil Perancangan Desain Media

Hasil dari perancangan desain karya berisi produk dari proses perancangan dan pembuatan media yang telah direncanakan untuk diimplementasikan dalam media yang telah dipilih.

1. Logo Kampanye Sosial

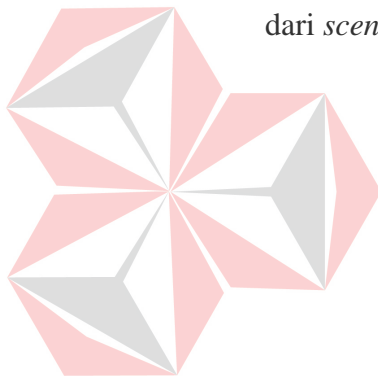
Logo kampanye sosial yang akan dibuat akan digunakan baik pada media utama maupun media pendukung, dengan tujuan untuk menciptakan identitas visual yang konsisten dalam seluruh kampanye sosial yang telah dirancang.



Gambar 4.8 Logo kampanye sosial 3R

2. Video Motion Graphic

Hasil karya yang sudah dirancang berupa video *motion graphic* nantinya dapat diunggah dan ditonton secara umum. Berikut adalah beberapa cuplikan dari *scene* video tersebut:



Gambar 4.9 Scene 1



Gambar 4.10 Scene 2



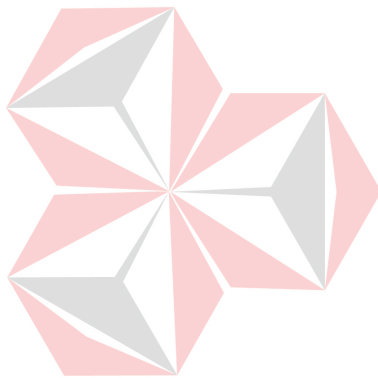
Gambar 4.11 Scene 3



Gambar 4.12 Scene 4



Gambar 4.13 Scene 5



UNIVERSITAS
Dinamika



Gambar 4.14 Scene 6



Gambar 4.15 Scene 7



Gambar 4.16 Scene 8



UNIVERSITAS
Dinamika



Gambar 4.17 Scene 9



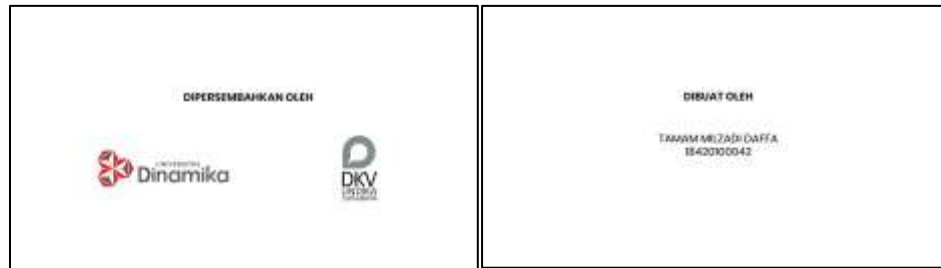
Gambar 4.18 Scene 10



Gambar 4.19 Scene 11



UNIVERSITAS
Dinamika



Gambar 4.20 Scene 12

3. Poster

Berikut ini adalah contoh poster berukuran A3 yang akan digunakan sebagai media pendukung dalam perancangan *motion graphic* sebagai bagian dari kampanye sosial 3R.



Gambar 4.21 Desain Poster

4. Youtube

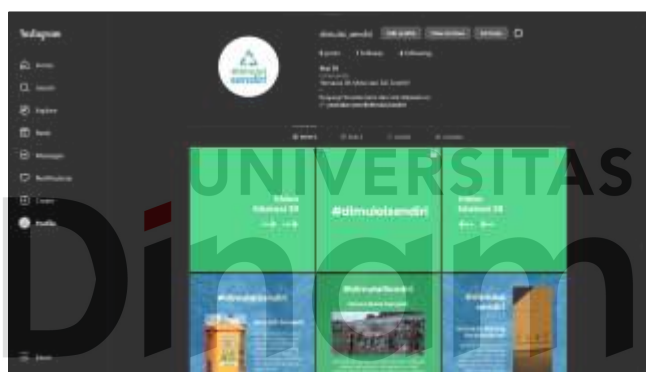
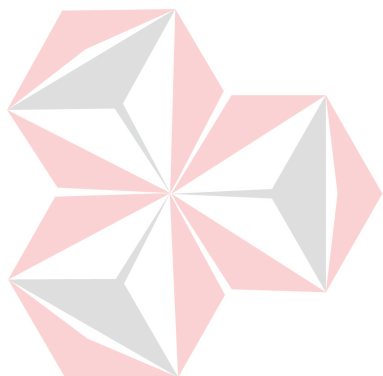
Youtube merupakan salah satu media pendukung dimana nantinya video *motion graphic* akan diunggah dan dapat dilihat oleh masyarakat.



Gambar 4.22 Cuplikan Youtube

5. Instagram

Nantinya media sosial instagram ini yang berupa media pendukung akan berfungsi sebagai tempat dimana masyarakat dapat mengikuti informasi tentang kampanye sosial ini.



Gambar 4.23 Cuplikan Instagram

6. X-Banner

X-banner yang digunakan sebagai media pendukung memiliki ukuran 160 x 60 cm. Isinya akan serupa dengan desain poster dengan beberapa perubahan pada gaya desainnya.



Gambar 4.24 Desain Banner

7. Flyer

Flyer yang digunakan sebagai media pendukung akan memiliki ukuran A5. Tujuannya adalah agar audiens dapat memperoleh informasi lebih rinci tentang kampanye sosial 3R. Flyer ini akan memberikan penjelasan lebih detail mengenai konsep 3R dan bagaimana masyarakat dapat berpartisipasi dalam kampanye ini.



Gambar 4.25 Desain Flyer

4.11. Hasil Implementasi Media

4.11.1. Media Utama

Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah video animasi gerakan. Untuk mempermudah akses bagi publik, video tersebut akan diunggah di platform media sosial seperti Instagram dan YouTube. Dengan demikian, pesan kampanye sosial 3R dapat lebih mudah dijangkau oleh khalayak luas.

4.11.2. Media Pendukung

Untuk mendukung karya utama, video *motion graphic* digunakan. Dengan menggunakan media pendukung ini, diharapkan dapat membantu menguatkan pesan yang disampaikan melalui media utama yang telah dibuat. Berikut adalah beberapa media pendukung yang digunakan:

1. Poster

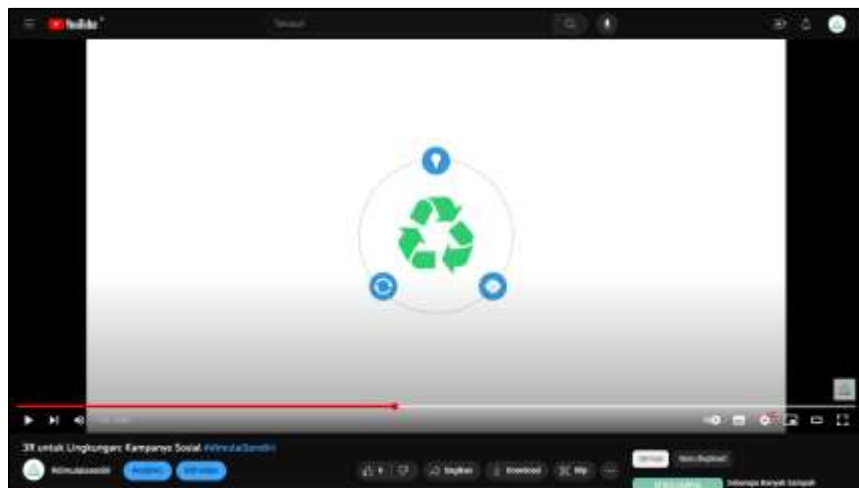
Poster berukuran A3 ini ditujukan untuk dipasang pada berbagai media *offline*, seperti papan pengumuman di sekolah atau universitas, dinding-dinding publik, dan lokasi populer yang sering dikunjungi oleh remaja. Dengan penempatan pada lokasi-lokasi strategis, diharapkan poster ini dapat dengan efektif menjangkau target audiensnya dan menyampaikan pesan kampanye sosial 3R dengan lebih luas dan terjangkau.



Gambar 4.26 *Mockup* Poster

2. Youtube

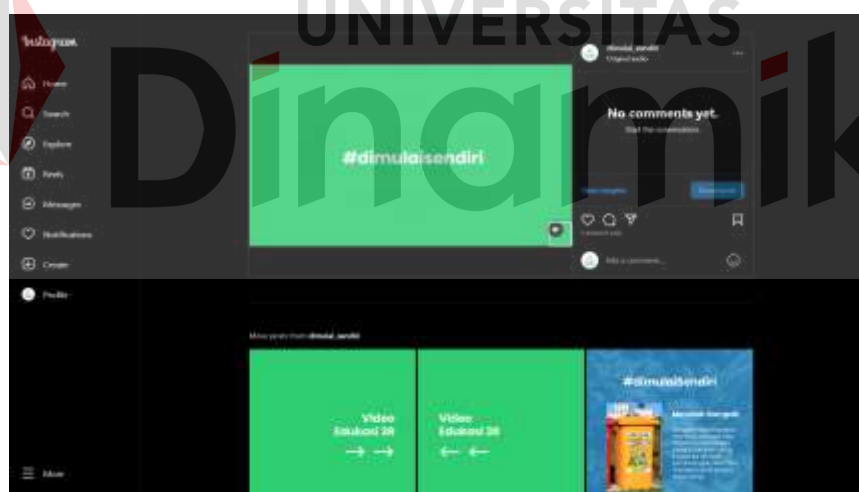
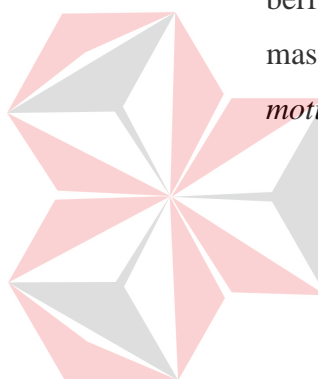
Youtube adalah platform yang memungkinkan video *motion graphic* yang dirancang untuk memudahkan audiens mengaksesnya.



Gambar 4.27 Screenshot akun Youtube

3. Instagram

Instagram adalah bagian dari platform pendukung kampanye sosial dan berfungsi sebagai media untuk berkomunikasi dan mempromosikan masyarakat. Selanjutnya, platform ini memungkinkan akses mudah ke video *motion graphic* melalui tautan profil.



Gambar 4.28 Screenshot akun Instagram

4. X-banner

Jika kampanye sosial dipamerkan secara *offline*, X-banner media akan digunakan sebagai pendukung kampanye sosial dan untuk mempromosikan video *motion graphic* yang telah dirancang. X-banner media ini akan berfungsi sebagai sarana untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan kampanye dengan lebih efektif. Selain itu, di X-banner

juga akan tercantum informasi mengenai *video motion graphic* agar audiens dapat mengaksesnya dengan mudah melalui media *online*.



Gambar 4.29 *Mockup x-banner*

5. Flyer

Flyer juga berperan sebagai media pendukung untuk mempromosikan kampanye sosial, yang akan dibagikan langsung kepada masyarakat, sehingga memudahkan penyebaran informasi kepada mereka. Dengan menggunakan flyer, pesan kampanye dapat lebih mudah dipahami oleh masyarakat dan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mereka tentang pentingnya kampanye sosial ini.



Gambar 4.30 *Mockup Flyer*

6. *Merchandise*

Merchandise sebagai media pendukung berperan sebagai cinderamata atau hadiah untuk mendukung kesuksesan kampanye sosial. Selain itu, *merchandise* juga berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat visual identitas kampanye, sehingga kampanye dapat lebih dikenal di kalangan masyarakat. Penggunaan *merchandise* ini terutama ditargetkan kepada kalangan remaja karena mereka sering menggunakan media-media yang terkait dengan *merchandise* tersebut.



Gambar 4.31 *Mockup Merchandise*

Dengan demikian, media pendukung berfungsi ganda sebagai dukungan untuk media utama serta sebagai alat promosi. Dengan penempatan yang tepat, media pendukung memiliki potensi untuk menyampaikan pesan kepada seluruh masyarakat Indonesia, khususnya kepada mereka yang tertarik untuk berpartisipasi dalam kampanye sosial 3R pengelolaan sampah rumah tangga.

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Untuk mengatasi masalah banjir di Surabaya, telah dihasilkan sebuah gagasan atau kata kunci untuk kampanye sosial 3R pengelolaan sampah rumah tangga berbasis *motion graphic*, yaitu "*Upcycling*". Kata kunci ini bertujuan untuk mengajak target audiens, terutama yang berusia 18 hingga 30 tahun, untuk mengambil inisiatif dalam pengolahan sampah rumah tangga dengan menerapkan konsep 3R dalam kehidupan sehari-hari. *Motion graphic* dipilih sebagai media utama kampanye karena dianggap cocok oleh para ahli sebagai media yang mudah diakses dan efektif untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Selain itu, perancangan ini didukung oleh poster, flyer, x-banner, media sosial, dan *merchandise* sebagai media pendukung untuk menyebarkan dan mempromosikan kampanye secara luas.

5.2. Saran

Meskipun kampanye "#dimulaisendiri" telah mengusung pesan 3R dengan baik, masih ada ruang untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan pembaruan untuk meningkatkan efektivitas kampanye serta memperluas dampaknya. Berikut adalah beberapa saran untuk penelitian selanjutnya terkait kampanye ini:

1. Penulis menyarankan agar penelitian selanjutnya mengukur dampak kampanye "#dimulaiSendiri" terhadap perilaku konsumsi masyarakat dalam penerapan prinsip 3R untuk menilai sejauh mana kampanye ini telah berhasil mengubah perilaku masyarakat terhadap pengurangan, penggunaan ulang, dan daur ulang sampah.
2. Disarankan pula agar penelitian selanjutnya meneliti dampak sosial dan ekonomi dari gerakan 3R. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah penerapan prinsip 3R telah memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat. Dengan mengevaluasi dampak ini, kampanye dapat lebih ditingkatkan dan diperluas untuk memberikan manfaat yang lebih signifikan kepada masyarakat.

Dengan melakukan penelitian lebih lanjut dan mengimplementasikan saran-

saran tersebut, kampanye "#dimulaiSendiri" dapat terus berkembang dan berkontribusi lebih besar dalam mengatasi masalah pengelolaan sampah dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya prinsip 3R.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, R. N., Oktaviyanthi, R., & Sholahudin, U. (2019). 3R: Suatu Alternatif Pengolahan Sampah Rumah Tangga. *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 72.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Anggraini, Y., Prasetyaningsih, S., & Antoni, C. (2019). Analisis dan Implementasi Motion Grafis Iklan Layanan Masyarakat (ILM) dengan Metode Semiotika Peirce. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(01), 64–82.
- Ardiana, N. P. L., Damayanti, M. N., & Muljosumarto, C. (2016). Perancangan Kampanye Sosial tentang Pemahaman Eksistensi dan Esensi Keragaman Lintas Etnis di Semarang. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 1–11.
- Ayu, T. (2021). Cara Mengolah Sampah Organik, Daur Ulang Tinggi Manfaat. *Tempo.Co*. <https://tekno.tempo.co/read/1440501/cara-mengolah-sampah-organik-daur-ulang-tinggi-manfaat>
- Damanhuri, E., & Padi, T. (2010). Pengelolaan Sampah. *Program Studi Teknik Lingkungan FTSL ITB*, 1, 30.
- Djirong, A., & Arifin, I. (2018). Ilustrasi Fotografi Desain Gerakan Tari Padduppa Sebagai Buku Panduan Pembelajaran. *Seminar Nasional Dies Natalis UNM Ke, 57*, 43–50.
- Esti, W. (2022). Solusi Pemkot Agar Banjir Setinggi Lutut Tak Terulang Lagi di Rungkut Baca artikel detikjatim, “Solusi Pemkot Agar Banjir Setinggi Lutut Tak Terulang Lagi di Rungkut.” *Detikjatim*. <https://www.detik.com/jatim/berita/d-6125259/solusi-pemkot-agar-banjir-setinggi-lutut-tak-terulang-lagi-di-rungkut>
- Hendra, Y. (2016). Perbandingan Sistem Pengelolaan Sampah di Indonesia dan Korea Selatan: Kajian 5 Aspek Pengelolaan Sampah. *Aspirasi*, 7, 77–91.
- Homan, D. K. (2013). Komunikasi Visual untuk Kampanye Gerakan 3R (Reduce-Reuce-Recycle) di Bandung. *Humaniora*, 4(1), 368.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kembaren, Y. A., Kartono, G., & Mesra, M. (2020). Analisis Karya Poster Berdasarkan Unity, Layout, Tipografi, Dan Warna. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 121. <https://doi.org/10.24114/gr.v9i1.18187>

Krisbiantoro, D., Handani, S. W., & Falah, I. J. (2021). Video Animasi Motion Graphic Dan Tipografi Kinetik Sebagai Media Sosialisasi Pencegahan Virus Corona. *Jurnal Bahasa Rupa*, 4(2), 125–133.

Mahyudin, R. P. (2014). STRATEGI PENGELOLAAN SAMPAH BERKELANJUTAN. *EnviroScienteeae*, 10, 80–87.

Meilinda, N. (2018). SOCIAL MEDIA ON CAMPUS: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI. *The Journal of Society and Media*, 2(1), 53–64.

Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084.
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>

Noorca, D. (2022, September 30). Sampah Organik Paling Banyak di Kota Surabaya, Masyarakat Diminta Menghabiskan Makanan. *Suarasurabaya.Net*.
[https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2022/sampah-organik-paling-banyak-di-kota-surabaya-masyarakat-diminta-menghabiskan-makanan/#:~:text=Dinas Lingkungan Hidup \(DLH\) Kota,tahun atau 1.585 ton perhari.](https://www.suarasurabaya.net/kelanakota/2022/sampah-organik-paling-banyak-di-kota-surabaya-masyarakat-diminta-menghabiskan-makanan/#:~:text=Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota,tahun atau 1.585 ton perhari.)

Nurohim, G. S. (2019). Perancangan Menu Digital Video sebagai Alternatif Pengganti Digital Signage dengan Teknik Motion Grafis. *Journal Speed-Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 11(2), 1–7.

Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(2), 159–165.
<https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796>

Presetyo, B. E. (2006). Peran Ilustrasi Visual Dalam Pembelajaran. *Majalah Ilmiah Pembelajaran Nomor*, 2, 167–174.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>

Radityaningrum, A. D., Caroline, J., & Restianti, D. K. (2017). Potensi Reduce, Reuse, Recycle (3R) Sampah Pada Bank Sampah `Bank Junk for Surabaya Clean (Bjsc)` . *Jukung (Jurnal Teknik Lingkungan)*, 3(1), 1–11.
<https://doi.org/10.20527/jukung.v3i1.3194>

Ristya, T. O. (2020). Penyuluhan Pengelolaan Sampah Dengan Konsep 3R Dalam Mengurangi Limbah Rumah Tangga. *Cakrawala: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial*, 4(2), 30–41.
<https://doi.org/10.33507/cakrawala.v4i2.250>

Romadonah, E. S., & Maharani, I. N. (2019). Motions Graphic Sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Utile*, V, 115–122.

- Saputro, W. (2016). Pengelolaan limbah sampah organik menjadi pupuk. *Universitas Lampung*, 14.
- Subekti, S. (2010). Pengelolaan Sampah Rumah Tangga 3R Berbasis Masyarakat. *Subekti, Sri*, 24–30.
- Wati, F. R., Rizqi, A., M. Iqbal, M. I., Langi, S. S., & Putri, D. N. (2021). Efektivitas Kebijakan Pengelolaan Sampah Berbasis Tempat Pengelolaan Sampah Terpadu 3R di Indonesia. *Perspektif*, 10(1), 195–203.
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659.
- Zharandont, P. (2015). Pengaruh warna bagi suatu produk dan psikologis manusia patrycia. *Jurnal Ergonomi Patrycia Z*, 0(1), 6.



UNIVERSITAS
Dinamika