

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik

Pada bulan Oktober tahun 2010 sudah dimulai kampanye yang mengajak masyarakat untuk mengurangi penggunaan kantong plastik sekali pakai. Salah satu kampanye ini dimulai oleh lembaga di Kota Bandung dengan nama kampanye Diet Kantong Plastik oleh Lembaga *Greeneration*. Kampanye ini berhasil mengurangi 8.233.930 lembar kantong plastik melalui program yang mereka lakukan bersama salah satu peritel di enam kota besar. Program yang mereka lakukan adalah dengan menerapkan kantong plastik berbayar di kasir-kasir selama setahun, dimulai pada bulan November 2010 hingga November 2011. Dari kampanye ini mereka mendapatkan dana sukarela dari konsumennya sebesar 117 juta rupiah, yang kemudian dana tersebut digunakan untuk kegiatan bebersih dari kantong plastik di beberapa kota seperti Bogor, Yogyakarta, Surabaya, dan Bali.

Kemudian pada tahun 2011 hingga 2013, kegiatan mengenai pengurangan sampah plastik meluas di beberapa kota. Kegiatan seperti sosialisasi kampanye pengurangan plastik dilakukan oleh komunitas yang ada di masing-masing Kota seperti Yogyakarta, Bandung, Surabaya, Jakarta, Bekasi, Tangerang, Bogor, Aceh, Gresik, hingga Makassar.

Pada awal tahun 2013, beberapa lembaga yang aktif dalam isu kantong plastik seperti *Change.org*, *Ciliwung Institute*, *Earth Hour Indonesia*, *Greeneration Indonesia*, *Leaf Plus*, *Indorelawan*, *Si Dalang*, *The Body Shop*, dan beberapa perwakilan individu, menginisiasi gerakan nasional bersama, yang kemudian

diberi nama Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik (GIDKP). Adapun tujuan dari dibentuknya kolaborasi ini adalah agar GIDKP menjadi gerakan bersama dalam meningkatkan partisipasi masyarakat Indonesia baik secara personal maupun lembaga, dan juga menyatukan dampak dari seluruh kampanye yang dilaksanakan (dietkantongplastik.info, 2016).

B. Visi dan Misi

Dari website dietkantongplastik.info, kampanye Diet Kantong Plastik memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi:

Indonesia Bebas Kantong Plastik

Misi:

Mengajak masyarakat agar lebih bijak dalam menggunakan kantong plastik

C. Tujuan

Tujuan dari program kampanye Diet Kantong Plastik ialah untuk menyelamatkan lingkungan dari bahaya kantong plastik. Adapun cara yang dilakukan oleh GIDKP dengan cara mengajak masyarakat untuk dapat menjadi konsumen yang bertanggung jawab dengan cara memikirkan kembali konsumsi sehari-hari yang dilakukan. Apakah kiranya konsumsi khalayak tersebut perlu dilakukan (seperti misalnya apakah kita benar-benar membutuhkan kantong plastik ketika berbelanja), apakah kiranya konsumsi khalayak tersebut akan menimbulkan sampah yang merugikan dan mencemari alam.

D. Logo Diet Kantong Plastik

Gambar 2. 1 Logo Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik



Sumber: (dietkantongplastik.info, 2016)

Logo merupakan salah satu hal penting bagi sebuah lembaga, salah satunya bagi GIDKP. Pihak GIDKP menganggap logo adalah tanda pengenal utama yang terpenting dari Diet Kantong Plastik. Logo adalah perwujudan Diet Kantong Plastik yang paling mudah dikenali dan dikaitkan dengan Diet Kantong Plastik.

Adapun deskripsi dari logo GIDKP sendiri, yaitu mulai dari penggunaan huruf serif kecil (*non caps lock*) pada *logotype* dikaitkan dengan sesuatu yang informal namun tetap teratur. Setelah itu logogram berbentuk penyederhanaan bentuk kantong plastik yang dirampingkan.

Logo ini merupakan logo utama Diet Kantong Plastik yang digunakan oleh setiap pihak yang menerapkan kampanye/aktivitas/gerakan ber- Diet Kantong Plastik (dietkantongplastik.info, 2016).

E. Team Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik

Dari hasil *pra-interview* yang peneliti lakukan dengan pihak GIDKP bahwa Organisasi GIDKP terdiri dari pendiri, pengawas dan pengurus harian. Dalam pengurus harian terdiri dari direktur, *national coordinator*, *program manager*,

engagement & insight manager, dan program *staff*. Terdapat pula *part time team* dan *volunteer* yang membantu pelaksanaan kegiatan GIDKP.

Pendiri GIDKP merupakan diistilahkan seperti “*founding father*” Gerakan Diet Kantong Plastik yang merupakan anggota dari lembaga, komunitas, dan individu yang aktif dalam permasalahan lingkungan terutama masalah sampah plastik di Indonesia. Pengurus harian merupakan *staff full time* di GIDKP yang terdiri dari Direktur (Tiza Mafira), *National Coordinator* (Rahyang Nusantara), *Program Manager* (Adithiyasanti Sofia), dan *engagement & insight manager* ().Di GIDKP juga terdapat pegawai *part time*, yaitu desain grafis dan divisi keuangan. Untuk volunteer, biasanya ada ketika GIDKP melakukan kegiatan atau event.

Untuk lebih jelasnya, berikut nama-nama dari tim GIDKP sesuai dengan struktur organisasinya yang peneliti dapat dari *website* GIDKP sebagai berikut (dietkantongplastik.info, 2016):

Pengawas GIDKP



Hermien Roosita
Pengawas



Agus P. Sari
Pengawas

Koordinator GIDKP



Tiza Mafira
Direktur & Koordinator
Working Group



Rahyang Nusantara
Koordinator Nasional



Adithiyasanti Sofia
Manager Program

F. Pendiri GIDKP

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, bahwa GIDKP merupakan sebuah gerakan yang diprakarsai dari beberapa lembaga maupun komunitas yang aktif dalam menangani *issue* mengenai sampah dan lingkungan. Beberapa Lembaga dan komunitas tersebut ialah:

1. *Greeneration* Indonesia

Greeneration Indonesia merupakan salah satu pencetus kampanye “Diet Kantong Plastik”, *Greeneration* Indonesia sendiri merupakan salah satu wirausaha sosial yang aktif dalam bidang lingkungan dan ikut aktif dalam upaya mengurangi masalah lingkungan salah satunya sampah plastik. M. Bijaksana Junerosano merupakan salah satu bagian dari *Greeneration* Indonesia yang ikut sebagai pendiri GIDKP.

Di mulai pada tahun 2008 *Greeneration* Indonesia memulai gerakannya melalui *platform* wirausaha sebagai metode yang dianggap tepat untuk menjalankan visi dan misinya. Setelah itu pada tanggal 24 Juli 2008 ditetapkan bahwa *Greeneration* Indonesia merupakan wirausaha sosial yang bergerak di bidang lingkungan dengan mengkampanyekan diet kantong plastik. Adapun

misi dari *Greeneration* Indonesia ialah untuk membantu dunia mencapai, *Green Attitude & Green Environment* (greeneration.id, 2018).

2. *Leaf Plus*

Leaf Plus merupakan perusahaan komunikasi kreatif yang bertujuan untuk mengajak masyarakat sadar akan masalah sosial dan ikut menjadi bagian dalam menciptakan solusi dari permasalahan tersebut. Didirikan pada awal 2011 dan berpusat di Jakarta, *Leaf Plus* menyatakan bahwa mereka merupakan salah satu agen pertama di Indonesia yang fokus dalam bidang pekerjaan ini. *Leaf Plus* percaya bahwa komunikasi yang baik dapat menginspirasi persepsi, emosi, dan tindakan yang nantinya dapat bermanfaat bagi manusia dan planet ini juga. Adapun tujuan dari perusahaan ini ialah untuk membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik (www.leaf-plus.com, 2011). Nadine Zamira dan Adithiyasanti Sofia merupakan salah satu bagian dari *Leafplus* yang ikut sebagai pendiri GIDKP.

3. *The Body Shop Indonesia*

The Body Shop adalah produsen produk perawatan tubuh dan kecantikan yang juga aktif dalam *issue* sampah di Indonesia. Salah satu bentuk komitmen mereka dalam masalah lingkungan ialah melalui program-program yang mereka lakukan seperti *Bring Back Our Bottle*. Pada perhelatan *Indonesia PR Program of the Year 2015* yang digelar oleh Majalah MIX MarComm, *The Body Shop* Indonesia mendapatkan penghargaan sebagai *Best of the Best Corporate Social Initiative*. Penghargaan ini didapatkan *The Body Shop* atas program Diet Kantong Plastik yang diusungnya. Setelah itu, *The Body Shop* pun menjalin kerjasama LSM dengan Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik,

Waste For Change, dan Dompet Dhuafa (mix.co.id, 2015). Rika Anggraini merupakan *General Manager of Corporate Affairs and Sustainability* dari *The Body Shop* yang ikut sebagai pendiri GIDKP

4. Indorelawan

Indorelawan adalah organisasi nirlaba yang membuat kolaborasi antara relawan dan komunitas dengan misi sosial sehingga lebih mudah dalam menjalankan misi tersebut. Sehingga Indorelawan merupakan sebuah wadah untuk masyarakat yang ingin menjadi relawan dalam menyelesaikan permasalahan sosial yang ada di Indonesia. Kini sudah ada 88,378 relawan yang terdaftar pada Indorelawan. Indorelawan.org, bukanlah lembaga yang bertujuan menyelesaikan masalah sosial seperti pendidikan, lingkungan dan lainnya tetapi sebagai penghubung antara orang-orang yang berniat menjadi relawan dengan komunitas yang mereka inginkan, sehingga dapat memajukan dan membantu komunitas-komunitas yang membutuhkan relawan dalam mengatasi masalah sosial yang ada (indorelawan.org, 2018). Marsya Anggia merupakan salah satu bagian dari Indorelawan yang ikut sebagai pendiri GIDKP.

5. Change.org

Change.org merupakan *website* yang memberikan kesempatan untuk organisasi-organisasi membuat kampanye dan membuat petisi tentang kampanye yang mereka lakukan secara gratis. Di kutip dari laman *website Change.org* bahwa setiap orang dapat memulai kampanye, memobilisasi pendukung, dan mengambil keputusan untuk mencari solusi dari suatu masalah

(www.change.org, 2006). Arif Aziz merupakan *Country Director* dari *Change.org* yang ikut sebagai pendiri GIDKP.

6. Ciliwung Institute

Ciliwung Institute adalah sebuah forum kerja yang dibentuk untuk mewadahi kegiatan-kegiatan yang dilakukan komunitas yang bergerak dalam upaya penyelamatan Daerah Aliran Sungai Ciliwung. Lingkup kegiatannya dimulai dari Puncak Kab. Bogor, Kota Bogor, Bojonggede Kab.Bogor, Depok hingga Jakarta. Forum ini juga mengerjakan isu yang beragam dari berbagai lembaga yang terlibat. Lembaga tersebut diantaranya adalah komunitas seni budaya, pendongeng, pendidik lingkungan, literasi, peneliti, fotografer hingga *programer computer* (ciliwunginstitute.blogspot.com, 2015). Sudirman Asun merupakan *campaign coordinator* dari *Ciliwung Institute* yang ikut sebagai pendiri GIDKP.

7. SiDalang

SiDalang merupakan singkatan dari “Kreasi Daur Ulang” merupakan bentuk inisiatif yang digagas oleh Yayasan Tunas Nusa yang dicetuskan pada tahun 2011 di Jakarta. Nama tersebut dipilih untuk menunjukkan tujuan utama dari program, yaitu mengingatkan kembali mengenai tanggungjawab korporasi maupun individu terhadap produksi sampahnya. Program yang dilakukan melalui mekanisme kreasi sampah menjadi kerajinan berkualitas dan siap jual oleh komunitas ibu, remaja dan anak di lokasi terpilih. Inisiatif ini dirancang agar mampu mendukung tiga aspek pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), yakni lingkungan, ekonomi dan sosial (www.tunasnusa.org,

2011). Gita Syahrani merupakan salah satu bagian dari Si Dalang yang ikut sebagai pendiri GIDKP.

Selain beberapa lembaga dan komunitas diatas, juga ada Coaction Indonesia oleh Verena Puspawardani dan Joko Arif sebagai salah satu pendiri GIDKP.

G. Bentuk Kampanye Diet Kantong Plastik

Dalam melakukan kampanye diet kantong plastik, pihak GIDKP mengatakan kampanye Diet Kantong Plastik bisa dilakukan dimana saja dan oleh siapa saja. Tujuannya ialah untuk menyebarkan semangat mengurangi penggunaan kantong plastik di masyarakat luas.

a) Wisata Plastik

Dalam kampanye wisata plastik ini, GIDKP ingin menunjukkan kepada masyarakat mengenai bukti nyata dari banyaknya sampah plastik yang ada di sekitar masyarakat, terutama di aliran sungai. Dengan menyusuri aliran sungai yang ada di lingkungan masyarakat, GIDKP ingin sekaligus mengedukasi masyarakat bahwa sampah yang terbawa aliran sungai nantinya akan bermuara ke laut dan mengakibatkan laut Indonesia menjadi kotor karena banyaknya sampah di lautan. Karena alasan itu pula lah Indonesia menjadi Negara penyumbang sampah di laut terbesar kedua setelah Cina. Dengan mengikuti Wisata Plastik, masyarakat akan diajak untuk lebih memahami mengenai alasan mengapa masyarakat harus mengurangi penggunaan plastik, khususnya kantong plastik dan segera membuat aksi nyata.

b) Rampok Plastik

Dalam kegiatan rampok plastik ini, GIDKP “merampok” masyarakat yang terlihat membawa kantong plastik dan memintanya untuk ditukar dengan tas belanja pakai ulang. Kampanye ini merupakan inisiasi dari Komunitas Nol Sampah yang ada di Surabaya dan pertama kali dilakukan oleh komunitas tersebut. Aksi tersebut kemudian dilakukan juga oleh *The Body Shop* Indonesia di Jakarta. Kami mereplikasi kampanye ini untuk mengajak lebih banyak masyarakat agar lebih mengurangi penggunaan kantong plastik dan menggunakan lebih sering tas belanja pakai ulang.

c) Edukasi DKP

Dalam kegiatan edukasi Diet Kantong Plastik ini didasari pada keyakinan pihak GIDKP bahwa pendidikan merupakan aspek yang paling penting dalam proses perkembangan manusia. Yang menjadi target dalam kegiatan ini adalah siswa dan siswi pada pendidikan sekolah dasar, menengah pertama, dan menengah atas melalui metode yang telah dirancang agar mengajak para siswa dan siswi bergabung dalam upaya pengurangan penggunaan kantong plastik. Metode yang dilakukan oleh pihak GIDKP sendiri ialah dengan cara menggabungkan presentasi, diskusi kelompok, pemutaran film lingkungan, dan membuat karya daur ulang dari bahan bekas. Selain edukasi untuk para siswa/i, Edukasi DKP juga diberikan kepada guru dan juga karyawan sekolah (kebersihan dan kantin) sehingga bisa bersama-sama menciptakan sekolah yang bebas dari kantong plastik.

d) **Pelatihan DKP**

Pelatihan Diet Kantong Plastik merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengembangkan kelompok-kelompok relawan agar mampu menjadi garda terdepan dalam menyosialisasikan diet kantong plastik. Pengetahuan mengenai dasar-dasar mengenai kampanye diet kantong plastik merupakan pengetahuan yang diberikan kepada para relawan, hal tersebut agar mereka bukan hanya dapat menyosialisasikan kampanye tetapi juga bisa menerapkan gaya hidup ramah lingkungan, dengan selalu menolak kantong plastik dan menggunakan tas pakai ulang, dalam kehidupan sehari-hari agar dapat menjadi contoh yang baik di lingkungan terdekatnya.

e) **Petisi #pay4plastic**

Petisi #pay4plastic merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh GIDKP, dan bertujuan untuk mendorong ritel modern yang ada di Indonesia agar tidak memberikan kantong plastik secara gratis. Petisi ini pertama kali dikampanyekan pada tahun 2013 dan berkembang di tahun 2015 dengan mempetisi Presiden dan Kepala Daerah agar membuat peraturan diet kantong plastik untuk tidak memberikan kantong plastik secara gratis di ritel modern. Pada tahun 2016 petisi ini berhasil mencapai 70.000 lebih dukungan, baik secara online maupun offline. Dari hal tersebut Petisi #pay4plastic pun mendapat tanggapan positif oleh Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan dan ditindaklanjuti dengan munculnya kebijakan kantong plastik berbayar.

f) **Envirochallenge**

Envirochallenge adalah sebuah program yang digagas oleh @america bersama dengan Perkumpulan Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik

(GIDKP). Kegiatan tersebut merupakan *challenge* atau tantangan yang diberikan kepada siswa SMA agar mampu membuat program lingkungan yang berdampak pada sekolah mereka. Hal ini merupakan pengalaman pertama bagi @america dan GIDKP dalam menyelenggarakan *Envirochallenge*. Aktivitas ini memiliki kesamaan dengan #EdukasiDKP, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran kepada para siswa mengenai permasalahan sampah plastik yang ada di Indonesia. Namun dalam kegiatan ini, siswa SMA dituntut untuk mampu membuat program yang dapat diterapkan di sekolah mereka agar dapat mengurangi sampah plastik dan juga masalah-masalah lingkungan lainnya.

H. Media yang Digunakan

Dalam melakukan program-program kampanyenya, GIDKP juga menggunakan media *cyber* dalam menyebar luaskan informasi maupun kampanye yang dilakukan. Beberapa media *cyber* yang digunakan saat ini ialah *Twitter, Facebook Fan Page, Instagram, Youtube* dan *newsletter*. *Facebook, Twitter* dan *Instagram* adalah *platform* media sosial yang dipakai dalam hal penyebaran informasi mengenai kampanye GIDKP. Selain itu, *Facebook* dan *Instagram* adalah 2 *platform* media sosial yang memiliki interaksi yang cukup aktif di dalamnya dengan para pengikut (*follower*) di masing-masing akun.