

BAB II

TINJAUAN PENELITIAN

Dalam penyusunan perancangan media promosi untuk produk inovasi bank sampah, penulis akan melakukan studi pustaka, review referensi karya yang ada dan mendeskripsikan landasan teori. Dibagian studi pustaka ini, didapati tiga karya tulis ilmiah yang membahas hal sama, begitu juga pada bagian referensi karya didapat tiga karya desain yang kemudian diadopsi penulis menjadi sebuah referensi perancangan

2.1 Studi Pustaka

Bagian ini berisi tentang pemaparan perancangan terdahulu yang pernah membahas hal mirip. Tujuan dari pemaparan ini untuk mempertajam metode perancangan, memperoleh sebuah informasi yang sejenis dari perancangan terdahulu, menentukan *positioning*, dan *research gap* sebagai dasar dari pernyataan keterbaruan perancangan. Adapun, perancangan terdahulu berjudul.

2.1.2. Jurnal berjudul “Perancangan Strategi Produk Bank Sampah Budi Luhur Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*”

Studi pustaka yang pertama adalah jurnal “ Perancangan Strategi Produk Bank Sampah Budi Luhur Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*”[8]. Bank Sampah Budi Luhur merupakan Bank Sampah yang berfungsi untuk mengumpulkan, memilah dan memproduksi material sampah, menjadi barang yang dapat digunakan kembali. Pemasaran yang digunakan untuk memberi informasi kepada konsumen mengenai produk serta meyakinkan konsumen mengenai produk. Strategi pemasaran yang digunakan adalah teori *Integrated marketing communication*. Tujuan dari perancangan ini diciptakan, untuk mengenalkan produk kriya berbahan olahan sampah. Media yang digunakan sebagai media promosi adalah instagram, facebook, x-benner dan website. Perancangan ini menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh produk.

Persamaan dari perancangan ini dengan penulis, pada bagian media promosinya yaitu media Instagram, serta tujuan promosinya yaitu untuk meyakinkan konsumen mengenai produk Bank Sampah Inyong serta tujuan karya yang akan penulis ciptakan yaitu ingin mengenalkan produk kriya berbahan olahan sampah dan penulis juga akan menggunakan analisis SWOT.

Perbedaan perancangan ini dengan penulis ada dibagian media promosi digitalnya yaitu facebook dan website. Penulis tidak menggunakan media digital facebook untuk bagian promosinya dan website. Penulis juga tidak memakai teori *Integrated marketing communication* pada perancangan yang nantinya akan dibuat penulis.

2.1.2 Jurnal Berjudul “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Sosialisasi Bank Sampah Pelita Sebagai Upaya Mengurangi Sampah Organik Dan Anorganik Di Kelurahan Dangin Puri”

Studi pustaka kedua yang ambil “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Sosialisasi Bank Sampah Pelita Sebagai Upaya Mengurangi Sampah Organik Dan Anorganik Di Kelurahan Dangin Puri”[9]. Bank Sampah Pelita yang terletak di Kelurahan Dagin Putri. Bank Sampah ini mengelola serta menangani permasalahan sampah organik/anorganik dilingkungannya. Karena informasi mengenai Bank Sampah tersebut masih kurang kepada Masyarakat setempat maka Jurnal ini merancang media komunikasi sebagai informasi mengenai kegiatan sosialisasi mengenai Bank Sampah Pelita. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT dan Metode pengumpulan data. Desain yang digunakan pada perancangan ini mengguna konsep *simple modren* desain.

Pada jurnal terdahulu memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian penulis. Konsep desain *simple modern* yang digunakan penulis terdahulu, penulis nantinya akan memakai konsep tersebut untuk konten Instagramnya. Sedangkan untuk perbedaan penulis dengan penulis terdahulu yaitu tujuan perancangannya, penulis terdahulu merancang media komunikasi sebagai informasi mengenai sosialisasi mengenai Bank Sampah Pelita. Sedangkan penulis merancang media komunikasi mengenai promosi produk dan informasi kegiatan yang dilakukan Bank Sampah Inyong.

2.1.3. Jurnal Berjudul “ Perancangan Media Promosi *Brand Fashion Tas Wanita Popssio.ID*”

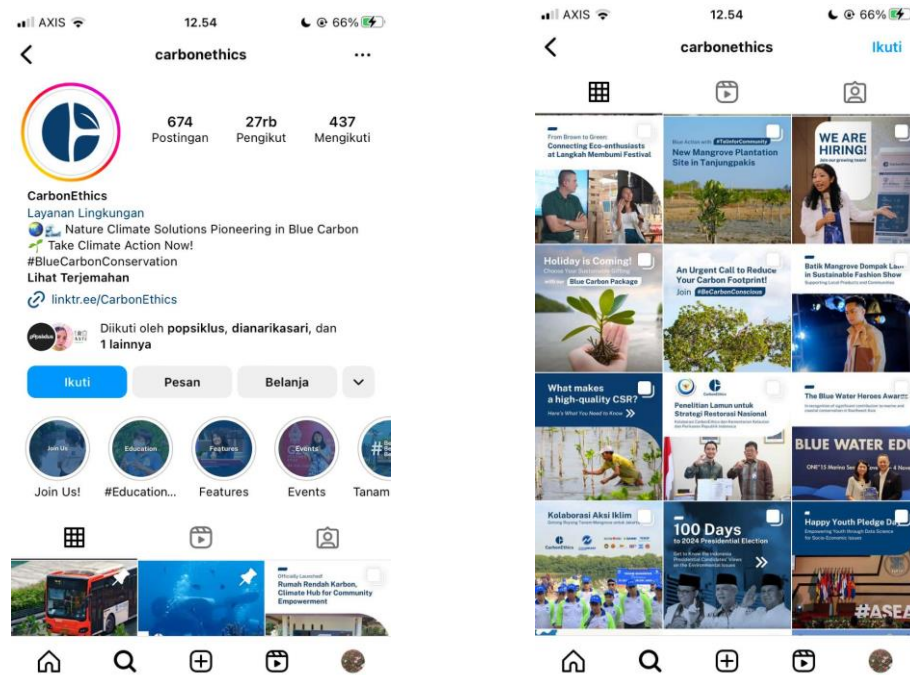
Studi pustaka yang ketiga yaitu “ Perancangan Media Promosi *Brand Fashion Tas Wanita Popssio.ID*”[10]. *Possio.id* merupakan produk lokal yang ada di bidang *fashion* yang menjual produk tas Wanita dengan harga yang dapat dijangkau oleh khalayak *brand Popssion.id* menjadi sebuah keunggulan dalam bisnisnya, akan tetapi pembeli sering melupakan keberadaan *brand Popssion.id* tersebut, banyak pesaing menjadi sebuah kendala dalam bisnisnya tersebut dan kurangnya media promosi yang efektif. Karena media promosi yang kurang penulis terdahulu merancang media promosi untuk meningkatkan *brand awareness* agar dapat bersaing dengan pasar di *took online* di Indonesia. Penulisan terdahulu menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi dan penuluran daring. Penelitian ini menggunakan konsep “elegan Feminim” tujuan untuk membuat visualisasi desain media promosi yang diantaranya, *feeds Instagram*, *story Instagram*, *video tiktok*, *benner website*, *foto katalog produk*, *video katalog produk*, *packaging voucher*, *thank you card*, *baju karyawan*.

Pada jurnal terdahulu memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian penulis. Kesamaan yang jurnal tersebut dengan penelitian ini tujuan yang ingin mempromosikan produk dan pilihan media digital Instagram untuk mempromosikan produk. Sedangkan untuk perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini ada pada konsep. Penelitian menggunakan konsep “elegan feminim” sedangkan penulis tidak menggunakan konsep tersebut. Penulis menggunakan konsep “simple modern”

2.2. Referensi Karya

Bagian ini berisi karya-karya sejenis yang akan penulis gunakan sebagai referensi dalam perancangan desain Instagram sebagai media promosi produk inovasi bank Sampah Inyong. Paparan yang dimaksud untuk mempertegas *positioning* penulis dan menghindari tindakan plagiarisme dalam membuat perancangan. Berikut ini referensinya.

2.2.1 Instagram Carbon Ethichs

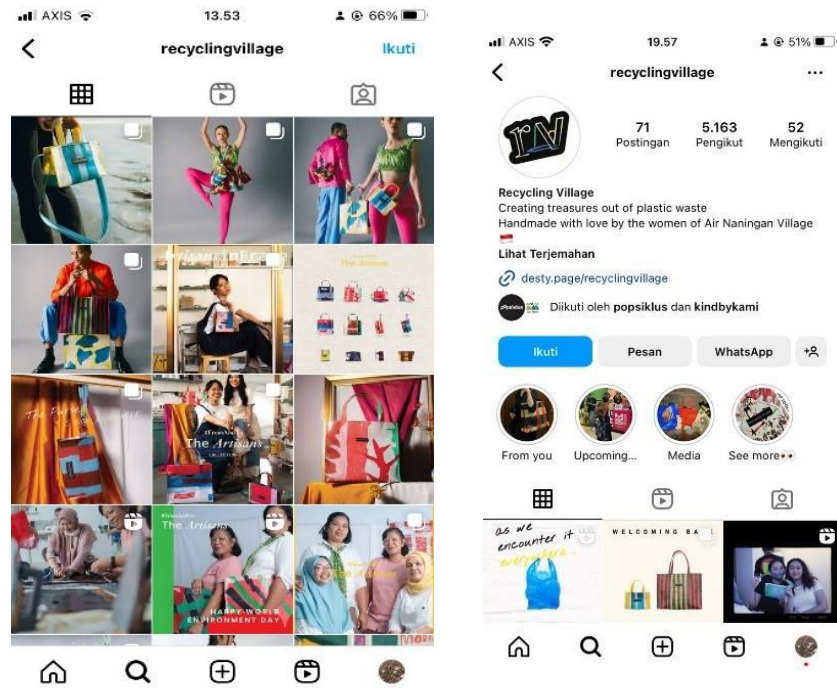


Gambar 2. 1 Instagram Carbon Ethichs
(sumber : akun Instagram @carbonethichs)

Carbon Ethichs berdiri pada tahun 2019 adalah Organisasi Non-Profit di Indonesia yang bertujuan untuk memperlambat krisis iklim. Carbon Ethichs melakukan proyek konservasi karbon biru yang terbilang cukup banyak, mulai dari Pantai Indah Kapuk, Kepulauan Seribu, Karawang, Bali, Binta Dan masih banyak lagi. Organisasi ini didirikan oleh Agung Bimo Listyanu(CEO), Innadnya Irwan (COO), dan Jessica Novia (CMO). Organisasi ini memiliki visi yaitu menjadi organisasi yang menjadi pilihan pertama untuk mendekarbonisasi dunia.

Instagram Carbon Ethichs ini memiliki konten yang berisi mengenai kegiatan yang dilakukan serta lebih menonjolkan fotografi pada desain kontennya. Penulis akan mengadopsi beberapa dari Instagram Carbon Ethichs yaitu pada desain kontennya yang menggunakan dokumentasi fotografi untuk setiap kegiatannya.

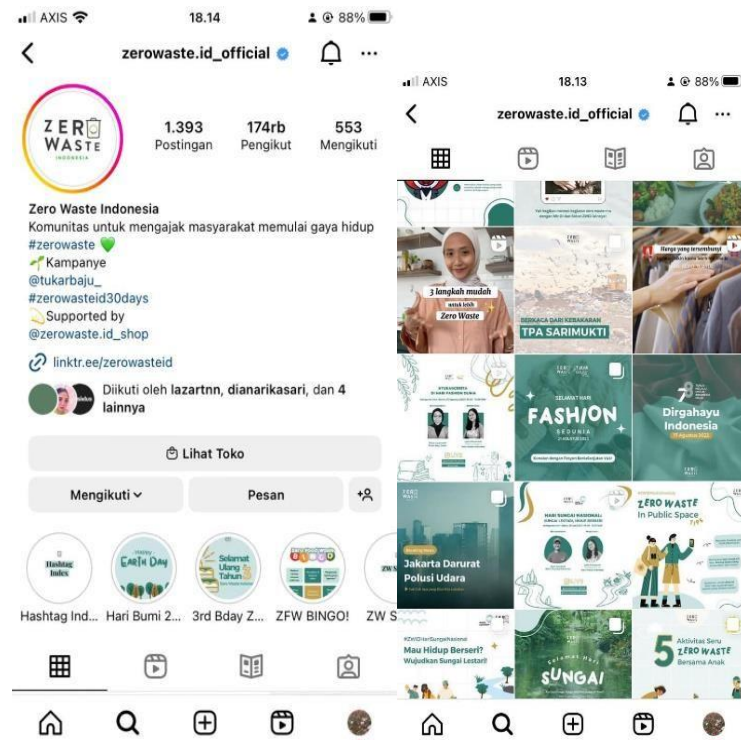
2.2.2. Instagram Recycling Villange



Gambar 2.2 instagram Recycling Vilange
(sumber : akun insatagram @recyclingvilange)

Brand Recycling Villange ini memiliki konten promosi yang berfokus pada keunggulan produk, informasi tentang kegiatan seperti workshop. Penulis akan mengadopsi beberapa ide dari isi konten yang nantinya akan penulis buat pada perancangan penulis. Seperti isi konten keunggulan produk dan informasi kegiatan yang akan dilakukan. Penulis nanti juga akan menambahkan isi konten mengenai edukasi berupa pencemaran lingkungan serta pengelolaan limbah sampah plastik.

2.2.3 Instagram Zero



Gambar 2. 3 Instagram Zerowaste.id

(sumber : akun instgarma @zerowaste.id_official)

Zero Waste Indonesia merupakan sebuah komunitas yang peduli lingkungan berbasis online yang berdiri pada tahun 2018, oleh pendiri yang bernama Maurilla Imron Kirana Agustin. Tujuan dibentuknya Zero Waste Indonesia untuk mengajak masyarakat di Indonesia menjalani gaya hidup nol sampah. Zero Waste juga berkolaborasi dengan Bersari melibatkan 4 elemen sinergi di masyarakat yaitu, masyarakat, media, pemerintah, Dan pelaku industri. Zero Waste memiliki visi yaitu menjadi *one-stop platform* untuk gaya hidup nol sampah di Indonesia dengan menggunakan konsep “*Sustainability* dimulai dari diri sendiri”. Sedangkan misi Zero Waste yaitu sebagai media informasi terpercaya untuk masyarakat dan sebagai edukasi untuk masyarakat dengan menyebarkan ilmu pengetahuan mengenai gaya hidup nol sampah.

Zero Waste menampilkan konten tentang edukasi serta tips agar mengurangi pencemaran lingkungan alam di postinganinstagramnya. Penulis akan mengadopsi isi konten tentang edukasi pencemaran lingkungan alam serta tipografi yang digunakan pada isi kontennya

2.3 Dasar Teori

Pada bagian ini berisi pemaparan teori yang akan digunakan sebagai landasan perancangan dan konsep-konsep yang akan dipakai dalam perancangan ini nantinya.

2.3.1 Landasan Konseptual

Pada bagian ini berisi pemaparan teori yang akan digunakan sebagai landasan perancangan dan konsep-konsep yang akan dipakai pada rancangan ini nantinya.

a. Media Promosi

Sebuah brand atau Perusahaan pasti membutuhkan yang namanya promosi untuk memperkenalkan produknya dan keunggulan perusahaannya kepada orang lain atau mengenalkan kualitas barang atau jasa yang dijual. Bentuk promosi biasanya dilakukan dalam bentuk media digital, brosur, dari mulut ke mulut, koran dan majalah. Promosi merupakan bagian dari sebuah komunikasi pemasaran guna menyebarkan suatu informasi, mempengaruhi, membujuk agar meningkatkan pasar yang dituju serta memberi penawaran produk Perusahaan [11]. Maka dari itu sebuah Perusahaan butuh promosi untuk mengenalkan produknya dan memasarkannya kepada konsumen.

Promosi yang dilakukan biasanya membutuhkan alat untuk menyampaikan sebuah komunikasi karena dalam berkomunikasi tidak hanya dilakukan dari mulut ke mulut, tapi sebuah perusahaan atau *brand* melakukan komunikasi melalui media agar dijangkau lebih luas lagi. Media merupakan alat untuk berkomunikasi seperti koran, majalah, tv, radio, film, poster, dan sepanduk. Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa media promosi merupakan alat untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa untuk membantu mengenalkan usaha kepada konsumen.

b. Bank Sampah

Keberadaan limbah sampah organik maupun anorganik pada lingkungan sekitar dapat mengganggu kesehatan dan keindahan pada lingkungan kita. Banyak masyarakat yang masih kurang peduli dengan kebersihan lingkungan di sekitarnya. Setiap harinya kita selalu menghasilkan limbah sampah, terutama limbah sampah plastik yang menjadi kebutuhan kita saat berbelanja makanan. Berdasarkan pasal 1 angka (20) Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup limbah adalah sisa suatu usaha atau kegiatan, sedangkan berdasarkan peraturan pemerintahan nomor 81 tahun 2012 bahwa sampah rumah tangga adalah sampah yang berasal dari kegiatan sehari-hari dalam rumah tangga, tidak termasuk tinja dan sampah spesifik [12]. Dari Undang-Undang yang tertera di atas bahwa limbah sampah tidak hanya berasal dari sampah rumah tangga tetapi juga berasal dari kegiatan sehari-hari kita.

Pengelolaan sampah atau bank sampah pertama ditingkat komunitas dilakukan sejak tahun 2008 lalu di Desa Badegan Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan nama Bank Sampah Gemah Ripah [13]. Sejak tahun 2008 Bank Sampah telah hadir di Indonesia dan memberikan contoh sampai sekarang kepada masyarakat yang peduli dengan lingkungan. Awal mula nama bank sampah hadir di Indonesia karena banyaknya kasus penyakit demam berdarah yang ada di daerah Bantul dan kasus tersebut meningkat tajam dengan adanya tumpukan sampah pada desa tersebut [13]. Keberadaan bank sampah memberi pengaruh untuk lingkungan sekitar kita.

Bank sampah merupakan salah satu solusi dalam mengubah pola pikir masyarakat untuk mengurangi pemakaian sampah, dengan melakukan prinsip 3-R (*Reduce, Reuse, Recycle*). Gerakan bank sampah ini diharapkan dapat terus disebarluaskan ke daerah lain, karena setiap tahunnya penambahan jumlah penduduk akan terus meningkat dan hidup bersama tumpukan sampah mungkin saja bisa terjadi jika tidak melakukan pengelolaan atau tindakan terhadap lingkungan. Pada tahun 2020, data bank sampah Kabupaten Banyumas yang telah terdaftar di Dinas Lingkungan Hidup (DLH) ada sekitar 1500 bank sampah, dan untuk Purwokerto

terdapat 20 bank sampah[14]. Berdirinya jumlah bank sampah yang terbilang cukup banyak membuat Banyumas menjadi Kabupaten Percontohan sebagai pengelolaan limbah sampah.

2.3.2. Landasan Teori

a. Promosi

Setiap *brand* pasti memiliki media promosi untuk memperkenalkan produk kepada publik. Promosi yang biasanya dilakukan berbentuk media, atau dari mulut ke mulut. Perkembangan teknologi di zaman ini banyak Perusahaan atau *brand* yang mempromosikan produknya melalui media digital seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok. Banyak juga dari mereka menggunakan brosur, majalah, dan koran untuk promosi.

Pengertian dari promosi ialah bentuk dari komunikasi pemasaran yang merupakan suatu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaannya dan produknya agar dapat diterima, dibeli, dan loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan[15]. Dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan suatu komunikasi untuk mengajak atau menawarkan produk, jasa dan usaha kepada sasaran pemasaran atau konsumen. Maka dari itu setiap perusahaan akan melakukan promosi dengan menggunakan cara yang kreatif untuk menarik calon konsumen mereka.

Promosi memiliki sebuah tujuan yang dicapai yaitu untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang Perusahaan atau produk Perusahaan[15]. Dalam mencapai tujuan promosi ini perusahaan harus dapat memilih media yang dapat mencakup tujuan itu. Maka dari itu disini penulis akan memilih media sosial Instagram untuk mempromosikan produk inovasi Bank Sampah Inyong nantinya.

- Instagram

Media sosial merupakan sebuah wadah yang memiliki fungsi untuk memberikan umpan balik secara detail serta dapat menjadi alat pemasaran yang berharga[16]. Media sosial juga dapat menghubungkan antara pengusaha dan

konsumen dan juga dengan mudah mendapatkan informasi-informasi mengenai perusahaan atau produk yang dijual serta kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan tersebut. Media sosial memudahkan interaksi antara konsumen tanpa harus saling tatap muka. Maka dari itu penulis memilih media Instagram sebagai media promosi produk nantinya, agar Bank Sampah Inyong dapat mengembangkan jejaringan pasar yang lebih luas lagi.

Teknologi informasi melahirkan Instagram sebagai tempat untuk menawarkan berbagai macam kebutuhan manusia khususnya bagi Perusahaan untuk meningkatkan daya jual. Fungsi Media Instagram sendiri dapat menyampaikan pesan melalui, posting foto dan video. Media digital ini dapat menukar informasi dari jarak jauh. Menurut para ahli Instagram merupakan jejaraingan sosial yang berbasis fotografi. Instagram diresmikan pada pada tanggal 6 oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. [17]. Kita dapat memasukan foto kedalam Instagram dan dilihat oleh ribuan orang dari berbagai negara. Maka dari itu media ini sangat efektif untuk mempromosikan Bank Samaph Inyong dengan jangkauan yang lebig luas lagi.

a. Perinsip Desain

Dalam sebuah perancangan memiliki yang Namanya prinsip untuk merancang sebuah desain. Prinsip-prinsip desain meliputi hal-hal berikut[18]:

- Kesederhanaan

Kesederhanaan merupakan sesuatu yang terlihat tidak berlebihan atau pas. Dapat di simpulkan bahwa perinsip ini memberikan tujuan dengan menghasilkan desain yang terlihat menarik dan pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah karya tersampaikan dengan jelas.

- kejelasan

kejelasan dapat disebut sebagai pemahaman *audiens* akan sebuah karya. Jadi bagaimana sebuah desain atau karya tersebut dapat dimegerti dan tidak menimbulkan ambigu atau makna yang ganda.

- keseimbangan

keseimbangan merupakan seluruh dari unsur-unsur sebuah desain harus tampil dengan seimbang. Maka dari itu desainer harus dapat memandukan

keseimbangan antara tulisan, warna atau pun gambar agar terlihat seimbang .

- Kesatuan

kesatuan merupakan bagian dari dalam prinsip komposisi tata rupa, yang harus diperhatikan dalam berkarya seni rupa, kesatuan juga muncul didalam konsistensi, ketunggalan, atau keutuhan yang terdapat didalam inti pokok dari komposisi. Prinsip desain ini memiliki hubungan dengan beberapa unsur rupa seperti hubungan (warna, raut arah dan lain-lainnya) maka kesatuan itu telah tercapai jika terdapat hubungan unsur seni rupa didalam desain.

- Penekanan

Penekanan dapat disebut sebagai pusat perhatian, sebagai pesan utama yang ingin ditampilkan atau ditonjolkan agar perhatian audiens tertuju pada bagian utama. Prinsip penekanan yang dapat dilakukan dengan bentuk, irama, arah, warna kontras dan distorsi ukuran.

- Irama

irama dapat diartikan sebagai pengulangan gerak yang teratur dan terus menerus. Dapat disimpulkan bahwa irama ialah pengulangan unsur yang serupa. Irama juga merupakan kunci untuk menciptakan sebuah visual ritme.

- Proporsi

Proporsi merupakan perubahan ukuran atau size tanpa perubahan ukuran Panjang, lebar, atau tinggi. Dalam pembuatan desain semua unsur berperan menentukan proporsi. Dapat disimpulkan bahwa proporsi memiliki peran yang penting dalam menciptakan sebuah desain.

