

Perancangan Komunikasi Visual Daur Ulang Sampah Plastik Menggunakan Teknik *Molding* dari Aktivitas Pendakian Gunung

Afifudin

Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
Jalan Suryodiningratan No. 8, Yogyakarta 55143
E-mail: avivaluby@gmail.com

ABSTRAK

Gunung menjadi salah satu tempat yang kini dekat dengan permasalahan sampah. Penyebab permasalahan sampah yang muncul di gunung merupakan dampak dari meningkatnya aktivitas pendakian. Hal tersebut tentunya mengakibatkan peningkatan barang konsumsi yang dibawa saat mendaki dan kemudian menghasilkan sampah yang luar biasa banyak di lingkungan gunung. Sampah plastik merupakan salah satu jenis sampah yang paling banyak ditemui di gunung. Hal tersebut tentunya akan berdampak terhadap kerusakan lingkungan seperti, tercemarnya air bersih, rusaknya struktur tanah, mengganggu pertumbuhan tanaman, mengubah perilaku hewan, hingga yang paling berbahaya adalah kebakaran hutan. Dari permasalahan tersebut dibutuhkan sebuah solusi yang diharapkan dapat mengurangi permasalahan sampah plastik dari hasil aktivitas pendakian gunung. Salah satu solusi yang ditawarkan adalah perancangan komunikasi visual tentang daur ulang sampah plastik menggunakan teknik *molding*. Metode yang digunakan yaitu *design thinking* oleh Tim Brown, yang meliputi beberapa tahapan di antaranya *empathy*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Perancangan ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap permasalahan sampah plastik dari aktivitas pendakian gunung supaya menjadi produk baru yang fungsional.

Kata kunci: daur ulang, sampah plastik, komunikasi visual, gunung

Designing Visual Communication of Plastic Waste Recycle Using Molding Techniques from Mountain Climbing Activities

ABSTRACT

Mountain is one of the locations that is closely related to waste problems. The cause of the increase of waste problems in the mountain is the impact of the rising number of mountain climbing activities. It indeed leads to the rise of consumer goods brought on mountain climbing and produces a tremendous amount of waste in the mountain areas. Plastic waste is one of the most common wastes found in the mountain. It can affect the destruction of the environment, for example, water pollution, the harmful of soil structure, interfere plant growth, change animal behavior, and the most dangerous is forest fires. It needs a solution to the problems that is expected to reduce the plastic waste problem from mountain climbing activities. One of the solutions offered in designing visual communication of plastic waste recycles using molding techniques. Methods that are used are design thinking by Tim Brown, which consists of some stages which are empathy, define, ideate, prototype, and test. This design is expected to contribute towards plastic waste problems from mountain climbing activities to become a functional new product.

Keywords: recycle, plastic waste, visual communication, mountain

PENDAHULUAN

Gunung menjadi salah satu tempat yang tidak luput dari permasalahan sampah saat ini. Tempat yang dulu dianggap menakutkan untuk didatangi manusia, kini menjadi kawasan yang ramai dikunjungi. Fenomena permasalahan sampah yang muncul di gunung merupakan dampak dari meningkatnya aktivitas pendakian dari tahun ke tahun. Peningkatan aktivitas pendakian tersebut tentunya berimbas pada bertambahnya barang konsumsi yang dibawa saat mendaki, yang kemudian menjadi awal mula permasalahan sampah di gunung.

Munculnya sampah di gunung memang tidak bisa lepas dari aktivitas pendakian. Keindahan alam di sejumlah gunung dan taman nasional di Indonesia, kini terancam rusak oleh tumpukan sampah yang dibawa para pendaki. Botol plastik dan bungkus plastik mi instan sering dijumpai berserakan di pos pendakian. Padahal sampah jenis plastik baru bisa terurai setelah puluhan bahkan ratusan tahun. Sampah itu ditinggalkan begitu saja oleh para pendaki dan pengunjung, tanpa ada yang berinisiatif membawanya kembali.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) bekerja sama dengan mahasiswa pecinta alam telah melakukan survei pada 11-24 April 2016 di sejumlah taman nasional. Hasilnya, terdapat 453 ton sampah dihasilkan oleh 150.688 orang pendaki maupun pengunjung setiap tahunnya atau sekitar tiga kilogram per pengunjung. Sebanyak 53 persen atau 250 ton lebih merupakan sampah plastik yang sangat sulit terurai. Lokasi survei dilakukan di Taman Nasional Kerinci Seblat, Taman Nasional Gunung Rinjani, Taman Nasional Gede Pangrango, Taman Nasional Gunung Merbabu, Taman Nasional Gunung Merapi, Gunung Sindoro, Gunung Argopuro, Gunung Prau, Taman Nasional Gunung Ciremai, Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, Taman Nasional Gunung Halimun Salak, Gunung Sumbing, Gunung Papandayan, Gunung Bawakaraeng, dan Gunung Halau-halau (Fitri & Zuraya, 2016).

Keberadaan sampah di gunung tentunya akan sangat mengancam kelestarian alam dan makhluk hidup sekitarnya. Sebagai contoh, tercemarnya air bersih, rusaknya konstruksi tanah, membahayakan kehidupan hewan maupun tanaman, dan sebagainya. Sampah juga dapat membawa dampak yang buruk pada kondisi kesehatan manusia. Bila sampah dibuang secara sembarangan atau ditumpuk tanpa ada pengelolaan yang baik, maka akan menimbulkan berbagai dampak kesehatan yang serius. Tumpukan sampah yang dibiarkan begitu saja akan mendatangkan serangga yang membawa kuman penyakit.

Banyak ditemukan botol plastik dan bungkus plastik mi instan dan tampak berserakan di salah satu sudut tepian Danau Ranu Kumbolo, Gunung Semeru, Jawa Timur. Sampah itu ditinggalkan begitu saja oleh para pendaki dan pengunjung gunung tersebut, tanpa ada yang berinisiatif membawanya kembali. Data Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru menunjukkan setiap pengunjung

membuang sekitar 0,5 kilogram sampah di Gunung Semeru. Padahal, setiap hari gunung tersebut disambangi 200 hingga 500 pendaki. Artinya, di Gunung Semeru ada sekitar 250 kilogram sampah per hari (Wirawan, 2015). Kondisi tersebut menjadikan kelestarian dan kebersihan Gunung Semeru memprihatinkan, bahkan sudah dalam taraf mengkhawatirkan.

Menyikapi fenomena tersebut, sudah semestinya manusia sebagai makhluk hidup yang saling membutuhkan satu sama lain ikut peduli maupun berkontribusi dalam upaya menjaga keseimbangan lingkungan. Bagi para pendaki maupun pengunjung gunung perlu memahami bagaimana melakukan pendakian maupun kunjungan sesuai dengan tata tertib maupun panduan yang sudah diberikan, dan lebih baik lagi jika memiliki kesadaran diri untuk turut menjaga dan merawat kelestariannya, tidak terkecuali bagi pengelola maupun masyarakat sekitar.

Berdasarkan fenomena permasalahan sampah tersebut, penulis menawarkan untuk melakukan sebuah perancangan komunikasi visual tentang bagaimana mendaur ulang sampah plastik dari aktivitas pendakian gunung. Perancangan ini merupakan sebuah upaya untuk mengurangi permasalahan sampah plastik yang terjadi akibat aktivitas pendakian gunung. Teknik yang digunakan untuk mendaur ulang sampah plastik adalah teknik *molding*. Teknik *molding* dipilih karena teknik ini dirasa efektif untuk mengurangi permasalahan sampah plastik yang sangat sulit terurai. Penggunaan teknik ini juga dapat menghasilkan sebuah produk yang memiliki fungsi baru dan nilai jual.

Rumusan Perancangan

Bagaimana merancang media komunikasi visual daur ulang sampah plastik dari aktivitas pendakian gunung menggunakan teknik *molding*?

Tujuan Perancangan

Merancang media komunikasi visual daur ulang sampah plastik dari aktivitas pendakian gunung menggunakan teknik *molding*.

Manfaat Perancangan

a. Teoretis

- Perancangan komunikasi visual ini dapat menjadi referensi, sumber penggalan ide, dan alternatif solusi permasalahan desain komunikasi visual bagi desainer komunikasi visual.
- Perancangan komunikasi visual ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana mendaur ulang sampah plastik menjadi produk baru yang fungsional.

b. Praktis

- Pengelola *basecamp* gunung

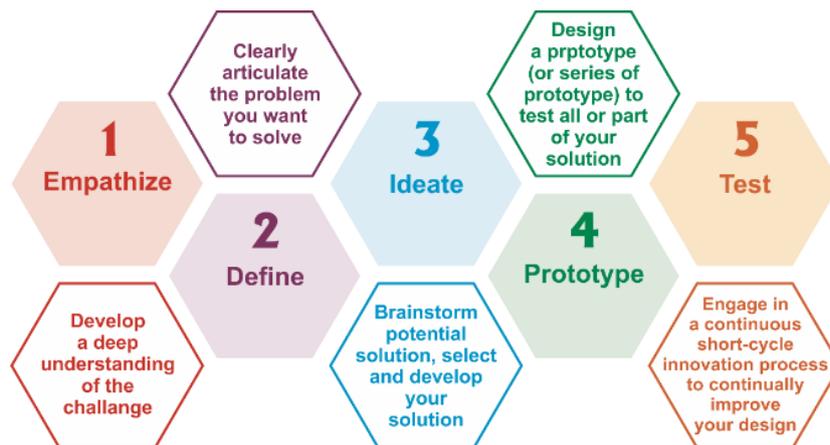
Perancangan komunikasi visual ini dapat membantu dalam mengurangi permasalahan sampah plastik di *basecamp* gunung bahkan menciptakan produk baru bernilai ekonomi.

- Sivitas akademika DKV

Bagi mahasiswa DKV perancangan komunikasi visual ini dapat menjadi referensi bagaimana merancang komunikasi visual sebagai solusi pemecahan masalah DKV.

METODE

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan ini mengacu pada metode *Design Thinking* oleh Tim Brown yang meliputi lima tahapan, yaitu: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Brown, 2008).



Gambar 1. Skema Perancangan *Design Thinking*
Sumber: Dokumentasi Perancang, 2019

Landasan Teori

Design Thinking Tim Brown

Perancangan ini mengacu pada kerangka *Design Thinking* oleh Tim Brown yang meliputi lima tahapan, yaitu: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Tahapan-tahapan perancangan dapat digambarkan sebagai berikut:

1. *Empathize*

Dalam perancangan ini, perancang melakukan pengamatan pada objek atau *target audience* kaitannya dengan perilaku dalam kehidupan sehari-hari, interaksi, dan merasakan apa yang dialami oleh *target audience*. Tahapan empati ini perlu dilakukan untuk menyaksikan apa yang dilakukan target dan bagaimana mereka

berinteraksi dengan lingkungannya untuk mendapatkan petunjuk tentang apa yang mereka pikirkan dan rasakan. Hal ini juga membantu untuk mempelajari apa yang mereka butuhkan.

2. Define

Pemahaman terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam sebuah pernyataan permasalahan yang tepat untuk dieksekusi atau dinamakan POV (*Point of View*) juga mengekspresikan permasalahan yang akan diselesaikan.

3. Ideation

Setelah mendapatkan permasalahan inti, langkah selanjutnya adalah menghasilkan dan mengembangkan ide-ide yang mungkin sebagai solusi dari permasalahan yang dialami. Ide ini nantinya dapat menjadi prototipe inovasi dari seperangkat solusi.

4. Prototype

Mengubah ide-ide yang sudah dikumpulkan ke dalam bentuk fisik atau nyata. Secara tradisional yaitu sebagai jalan untuk melakukan tes fungsionalitasnya. Pembuatan prototipe digunakan untuk berbagai alasan, seperti: mendapatkan simpati, eksplorasi, uji coba, inspirasi, belajar, dan mengatur proses penciptaan solusi. *Prototyping* ini tidak melulu harus dalam bentuk fisik yang sempurna dan mahal. Bisa dimulai dengan menggunakan sketsa atau gambaran kasar hingga menjadi model yang lebih konkret. Dan yang terpenting *prototyping* ini harus bisa dicoba oleh calon pengguna akhir.

5. Test

Tahapan terakhir adalah dengan menguji hasil *prototyping* yang telah dibuat dan mengevaluasinya, apakah masih ada masalah atau kekurangan yang dinilai sangat mengganggu. Memastikan produk tersebut sudah sesuai dengan solusi yang diharapkan dan bisa menjawab kebutuhan pengguna atau tidak. Tahapan ini dilakukan untuk mempelajari target lebih dalam, mendapatkan solusi, menguji atau mengetes, dan memperbaiki POV.

PEMBAHASAN

A. Empathize

Pada tahapan ini proses *empathize* mendapatkan berbagai data terkait dengan perancangan komunikasi visual yang akan dibuat berkaitan dengan daur ulang sampah plastik dari aktivitas pendakian gunung. Data yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Permasalahan

Identifikasi permasalahan diawali dengan pengumpulan data terkait dengan penyebab terjadinya masalah sampah di gunung, jenis-jenis sampah, dan juga

jumlah sampah yang dihasilkan dari aktivitas pendakian gunung melalui observasi lapangan dan referensi jurnal ilmiah.

2. Objek Penelitian

Untuk mempermudah proses pencarian data, perancang melakukan observasi langsung di salah satu gunung paling populer dikunjungi di Jawa Tengah yaitu Gunung Prau tepatnya di *basecamp* Patak Banteng.

3. Data Lapangan

Kondisi persampahan di jalur pendakian Gunung Prau via jalur Patak Banteng yang diperoleh berdasarkan hasil observasi langsung ke lokasi penelitian menunjukkan kuantitas timbulan sampah, jenis sampah, dan volume sampah yang dihasilkan dari kegiatan pendakian. Gunung Prau belum menjadi kawasan taman nasional sehingga jalur pendakiannya dikelola oleh masyarakat Kecamatan Kejajar yang termasuk dalam pengurus *basecamp*.

Berat sampah (kg/hari) memiliki jumlah timbulan sampah rata-rata 97,373 kg/hari. Jumlah timbulan terbesar terdapat pada jenis sampah plastik dengan jumlah timbulan rata-rata sebesar 38,402 kg/hari.

4. Data Visual



Gambar 2. Sampah Pendaki di Gunung Prau
Sumber: Internet, 2019

5. Define

Pemahaman terhadap objek permasalahan dirumuskan dalam sebuah pernyataan permasalahan yang tepat untuk dieksekusi atau dinamakan POV (*Point of View*), juga mengekspresikan permasalahan yang akan diselesaikan. Konteks perancangan dianalisis dengan metode 5W+1H (*What, Who, Where, When, Why, dan How*). Hasil dari analisis adalah sebagai berikut:

- *What?*

Apa yang akan disampaikan dalam perancangan komunikasi visual ini? Dalam perancangan ini akan disampaikan tentang bagaimana mendaur ulang sampah plastik yang dihasilkan dari aktivitas pendakian gunung dan mengolahnya menjadi produk baru yang fungsional.

- *Who?*

Kepada siapa komunikasi visual ini ditujukan? Target audiens primer perancangan ini adalah para pengelola *basecamp* gunung khususnya pada gunung-gunung yang bermasalah dengan sampah plastik. Sedangkan target audiens sekunder dalam perancangan ini adalah masyarakat sekitar *basecamp* dan juga para pendaki yang ingin membantu menekan pengurangan sampah plastik di lingkungannya masing-masing.

- *Where?*

Di mana perancangan ini akan dikomunikasikan? Perancangan ini akan dikomunikasikan di *basecamp* gunung yang ada di sekitar wilayah Jawa Tengah, DIY, dan harapan ke depannya dapat di seluruh Indonesia.

- *When?*

Kapan perancangan ini akan dipublikasikan? Perancangan ini akan dipublikasikan setelah melakukan uji coba ke target secara langsung di tempat penelitian yaitu *basecamp* Patak Banteng Gunung Prau.

- *Why?*

Kenapa perancangan ini menjadi penting? Ramainya aktivitas pendakian menyebabkan peningkatan terhadap barang konsumsi yang dibawa saat mendaki gunung. Hal tersebut menyebabkan peningkatan sampah yang ada di lingkungan gunung. Selain itu, ada perubahan tren pendakian yang dilakukan oleh generasi saat ini yang cenderung kurang peduli terhadap lingkungan dan menyebabkan peningkatan jumlah sampah di gunung.

- *How?*

Bagaimana hasil perancangan ini akan dipublikasikan? Pesan-pesan dalam perancangan ini akan disajikan dalam serangkaian media yang disusun dalam sebuah program media. Media yang digunakan nantinya berbentuk fisik dan digital. Untuk media fisik nantinya akan diwujudkan dalam bentuk infografis yang diaplikasikan melalui cetak *banner* supaya dapat diakses langsung di lingkungan *basecamp*, sedangkan media digital berbentuk infografis yang nantinya disebarakan melalui media sosial agar dapat diakses secara luas.

B. Ideate

1. Konsep Perancangan

Setelah didapatkan permasalahan inti, langkah selanjutnya adalah menghasilkan dan mengembangkan ide-ide yang mungkin sebagai solusi dari

permasalahan yang dialami. Ide ini nantinya dapat menjadi prototipe inovasi dari seperangkat solusi. Dalam perancangan ini komunikasi visual dititikberatkan pada penggunaan infografis tentang edukasi berbentuk panduan mendaur ulang sampah plastik menggunakan teknik *molding*.

- **What to say ?**

Pesan yang akan disampaikan melalui perancangan ini adalah bagaimana mengurangi sampah plastik dari aktivitas pendakian gunung dan mengolahnya kembali menjadi produk baru yang fungsional.

- **How to say ?**

Bentuk pesan visual yang disampaikan adalah infografis. Infografis yang memvisualisasikan proses daur ulang sampah plastik menggunakan teknik *molding* sampai menjadi produk baru fungsional melalui media fisik cetak *banner* dan juga media digital yang disebar melalui media sosial.

2. Tata Visual

- **Infografis**

Secara terminologi, bahasa infografis berasal dari kata *infographics* yang berasal dari bahasa Inggris. *Infographics* merupakan singkatan atau gabungan dari dua kata *information* dan *graphics*. Pengertian informasi sendiri merupakan pengetahuan dalam bentuk kata-kata, angka-angka, atau konsep yang dapat dikomunikasikan. Sedangkan grafis adalah suatu hal yang terkait dengan seni visual yang khusus melibatkan gambar (*drawing*), ukiran (*engraving*), atau huruf (*lettering*). Sehingga dapat dijabarkan bahwa infografis merupakan upaya memberikan sebuah pengetahuan dalam bentuk kata, angka, dan konsep yang bisa dikomunikasikan melalui media visual.

Dalam buku Indonesia, dalam infografik dijelaskan bahwa infografis sendiri merupakan gabungan dari kata informasi dan grafis yang mempunyai makna sebagai representasi grafis dari sebuah informasi (Inigopatria, 2014). Dalam pengertian lain, Mark Smickklas dalam bukunya *The Power of Infographic* menyatakan bahwa “*an infographic is a type of picture that blends data with design helping and organizations concisely communicate messages to their audience*”.

- **Ilustrasi**

Perancangan ilustrasi dalam desain komunikasi visual, memiliki beberapa metode dalam menggambar ilustrasi dan selalu mengikuti perkembangan zaman. Ilustrasi juga memiliki beberapa elemen yang dapat mengartikan pemakaian ilustrasi tersebut sesuai kegunaan dan tujuan. Ilustrasi merupakan seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan suatu maksud atau tujuan secara visual. Ilustrasi mencakup gambar-gambar yang dibuat untuk mencerminkan narasi yang ada dalam teks atau gambar tersebut merupakan teks itu sendiri (Susanto, 2011).

Di dalam ilustrasi terdapat beberapa elemen, seperti gambar, yakni representasi visual yang mudah dilihat sebagai suatu konsep dan memiliki pesan.

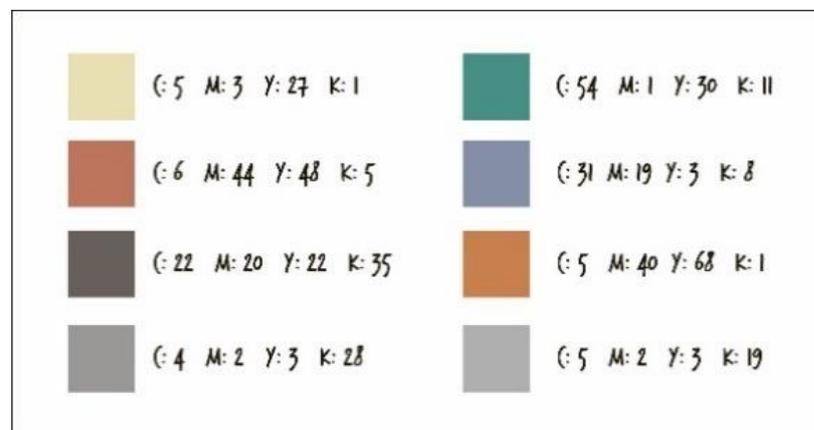
Tipografi, yakni bentuk visual yang mewakili pesan verbal (tulisan) tentang isi pesan yang ingin disampaikan. Warna, yaitu citraan yang menjadikan suatu ilustrasi menjadi lebih menarik.

- **Layout**

Tujuan utama *layout* adalah memperlihatkan tata desain verbal dan visual ke dalam suatu bentuk yang komunikatif untuk diinformasikan kepada target audiens atau sasaran. Penyusunan *layout* pada perancangan ini dibuat berdasarkan prinsip penerapan *layout* dari Frank Jefkins (1985) yang mengacu pada prinsip kesatuan (*unity*), keberagaman (*variety*), keseimbangan (*balance*), ritme (*rhythm*), harmoni (*harmony*), proporsi (*proportion*), skala (*scale*), penekanan (*emphasis*).

- **Warna**

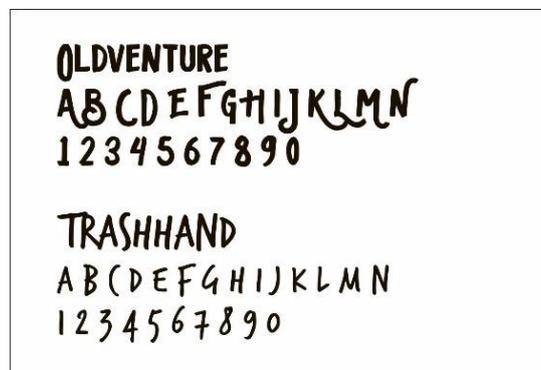
Warna yang digunakan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Komparasi Warna
Sumber: Dokumentasi Perancang, 2019

- **Tipografi**

Tipografi yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan tampilan tradisional *free hand* namun tetap memiliki aspek keterbacaan (*readability*) yang cukup. Berikut adalah jenis huruf yang dipilih dalam perancangan:



Gambar 4. Jenis Font
Sumber: Dokumentasi Perancang, 2019

- **Media Perancangan**

Permasalahan + Target Audiens = Media. Media merupakan alat yang digunakan untuk menjangkau target audiens dalam misi membawa pesan-pesan visual guna mengedukasi para pengelola *basecamp* pendakian gunung supaya dapat memanfaatkan sampah plastik menjadi produk baru yang memiliki nilai fungsi dan jual. Media yang dipilih dalam perancangan ini merupakan bauran dari *New Media*. Penentuan media didasarkan pada hasil analisis *Consumer Journey* yang dilakukan terhadap target audiens.

Analisis *consumer journey* dilakukan dengan memilih objek penelitian yaitu *basecamp* Gunung Prau untuk mengetahui aktivitas dan permasalahan yang ada dengan tujuan mencari *point of contact*. *Point of contact* meliputi kegiatan, tempat, dan waktu. Media-media yang menjadi *point of contact* berdasarkan analisis *consumer journey* terhadap target audiens perancangan adalah sebagai berikut:

- Sosial media yang diakses melalui *smartphone*.
- *Instagram*.
- *Basecamp* pendakian gunung.

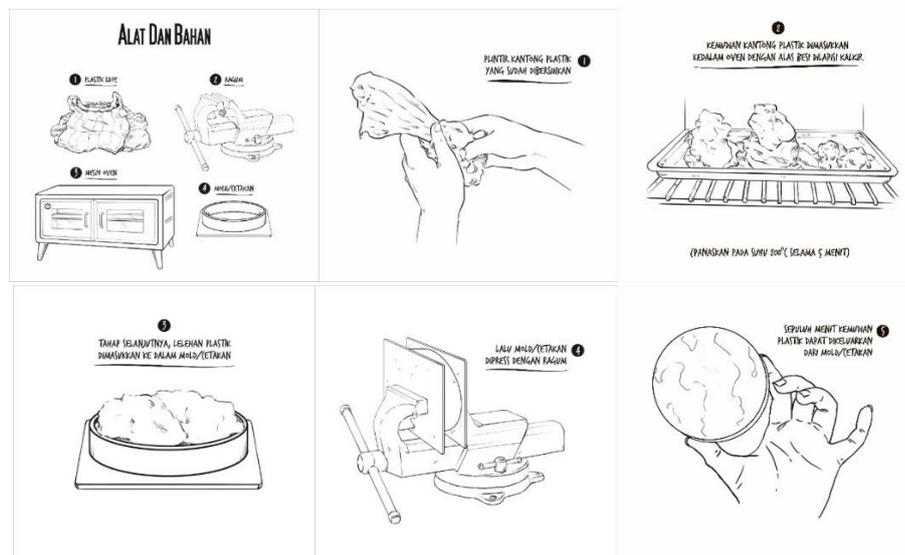
Setelah ditemukan media-media dari *point of contact*, kemudian media-media itu dibedakan berdasarkan media yang paling dekat dengan kehidupan target audiens, media yang bisa menjalin sinergi (saling memperkuat) dengan media lain serta realistis (sesuai kemampuan waktu, tenaga, dan dana). Media yang dipilih untuk mewujudkan dalam perancangan ini adalah melalui:

- Media sosial *Instagram* (*New Media*).
- Infografis cetak *banner* (Media Konvensional).

- **Prototype**

Mengubah ide-ide yang sudah dikumpulkan ke dalam bentuk fisik atau nyata. Secara tradisional yaitu sebagai jalan untuk melakukan tes fungsionalitasnya. Pembuatan prototipe digunakan untuk berbagai alasan, seperti: mendapatkan simpati, eksplorasi, *testing*, inspirasi, belajar, dan mengatur proses penciptaan solusi. *Prototyping* ini tidak melulu harus dalam bentuk fisik yang sempurna dan mahal. Bisa dimulai dengan menggunakan sketsa atau gambaran kasar hingga menjadi model yang lebih konkret. Dan yang terpenting *prototyping* ini harus bisa dicoba oleh calon pengguna akhir.

3. Master Desain



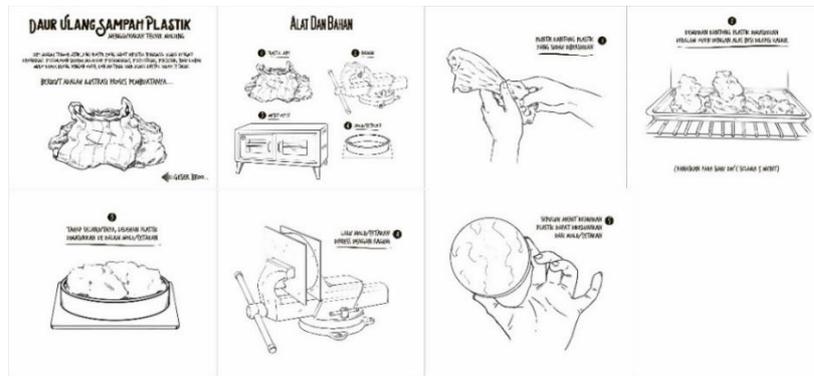
Gambar 5. Sketsa
Sumber: Dokumentasi Perancang, 2019



Gambar 6. *Converhensive Layout* Media Konvensional *Banner*
Sumber: Dokumentasi Perancang, 2019

Infografis ini dirancang untuk media konvensional cetak *banner* dan merupakan gabungan dari beberapa ilustrasi dan teks yang disusun/di-*layout* dalam satu panel halaman. Visual yang ditampilkan adalah alur proses daur ulang sampah

plastik menggunakan teknik *molding* mulai dari persiapan alat dan bahan, memelintir plastik, memanaskan plastik dalam oven, mencetak plastik pada *mold*/cetakan, *press* plastik menggunakan ragum, dan yang terakhir adalah hasil dari proses *molding* (Gumulya dkk., 2020).



Gambar 7. *Converhensive Layout* Infografis Media Instagram (*New Media*)
 Sumber: Dokumentasi Perancang, 2019

Infografis ini dirancang untuk *new media Instagram* divisualisasikan dengan ilustrasi dan teks yang disusun pada tujuh *slide* yang berbeda. Visual yang ditampilkan adalah alur proses daur ulang sampah plastik menggunakan teknik *molding* mulai dari persiapan alat dan bahan, memelintir plastik, memanaskan plastik dalam oven, mencetak plastik pada *mold*/cetakan, *press* plastik menggunakan ragum, dan yang terakhir adalah hasil dari proses *molding*.

4. Test

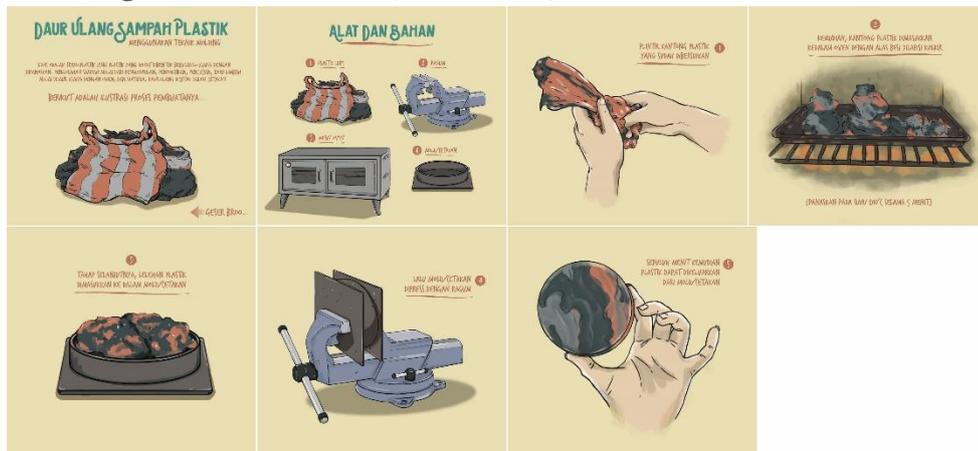
a. Infografis dengan Media Konvensional



Gambar 8. Infografis Media Konvensional Cetak *Banner*
 Sumber: Dokumentasi Perancang, 2019

Penggunaan media konvensional *banner* bertujuan untuk memudahkan penyampaian informasi terhadap target audiens. Setelah melalui proses *consumer journey*, media *banner* dianggap menjadi salah satu media yang paling dekat dan dapat langsung dikonsumsi oleh target audiens. Selain itu, media ini juga memiliki biaya produksi yang cukup murah dan terjangkau. Infografis ini akan dicetak pada *banner* dengan ukuran 100cm x 150cm.

b. Infografis Media Sosial (*New Media*)



Gambar 9. Infografis Media *Instagram* (*New Media*)
 Sumber: Dokumentasi Perancang, 2019



Gambar 10. Publikasi Media *Instagram* (*New Media*)
 Sumber: Dokumentasi Perancang, 2019

Banyaknya pengguna *Instagram* menjadi salah satu peluang bagi perancang untuk memanfaatkan media ini sebagai media untuk melakukan penyebaran informasi maupun edukasi. Selain memiliki nilai produksi dan publikasi yang cukup murah, media *Instagram* memiliki keunggulan lainnya yaitu jangkauan yang luas. Dengan media ini diharapkan pesan dan tujuan dari perancangan ini dapat tersampaikan pada target audiens.

Publikasi media *Instagram* ini menampilkan tujuh *slide* dengan *slide* pertama berfungsi sebagai *cover* dan pengantar, kemudian pada *slide* selanjutnya merupakan isi maupun informasi utama tentang proses daur ulang sampah plastik melalui teknik *molding*.

KESIMPULAN

Perancangan komunikasi visual ini adalah sebuah upaya yang dilakukan untuk mengurangi permasalahan sampah plastik yang terjadi akibat aktivitas pendakian gunung. Bentuk upaya yang dilakukan yaitu, sebuah edukasi kepada pengelola *basecamp* pendakian gunung maupun para pendaki yang disampaikan melalui media perancangan komunikasi visual. Perancangan tersebut menyajikan sebuah informasi mengenai proses daur ulang sampah plastik menggunakan teknik yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan yaitu teknik *molding*. Teknik ini dipilih karena dapat mengurangi sampah plastik yang sulit terurai, dan dapat menghasilkan produk dengan fungsi baru yang memiliki nilai jual.

Proses perancangan komunikasi visual sendiri menggunakan metode perancangan *Design Thinking* oleh Tim Brown yang meliputi lima tahapan, yaitu: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Tahapan-tahapan tersebut jika diuraikan adalah tahapan pertama yang dimulai dari proses pengamatan dan memahami objek, kemudian pemahaman terhadap permasalahan, pengembangan ide-ide, mengubah ide dalam bentuk fisik, dan yang terakhir adalah uji coba.

Dari metode yang digunakan tersebut dihasilkan sebuah media komunikasi visual berupa infografis yang diaplikasikan melalui media konvensional cetak *banner* dan juga *new media* berupa media sosial *Instagram*. Pesan yang disampaikan dalam media tersebut berupa informasi dan edukasi proses daur ulang sampah plastik menggunakan teknik *molding*. Dengan adanya perancangan komunikasi visual ini diharapkan pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah untuk dikomunikasikan sehingga, tujuan utama tentang bagaimana mengurangi masalah sampah plastik dari aktivitas pendakian gunung dapat tercapai dan memberikan manfaat terhadap kelestarian lingkungan.

KEPUSTAKAAN

- Gumulya, D., Febriyanti, F., & Meilani, F. (2020). Mendaur ulang sampah kantong plastik Low Density Polyethylene menjadi produk fungsional. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)*. <https://doi.org/10.24821/productum.v3i7.3505>
- Inigopatria, dkk. (2014). *Indonesia dalam Infografik*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Jefkins, Frank. (1985). *Advertising, Made Simple Book*. London.
- Lwin, M dan Jim Aitchison. (2002). *Clueless in Advertising*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia.
- Susanto, M. (2011). *Diksi Rupa: Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa*. In *Yogyakarta: DictiArt Lab & Djagad Art House*.

Webtografi

- Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*: https://doi.org/10.1386/scene_00007_1
- Fitri, Sonia & Nadia Zuraya. (28 April 2016), "Pendaki Gunung di Indonesia Sumbang 453 Ton Sampah per Tahun" *Republika*: <https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/04/28/o6cc6b383>.
- Wirawan, Jerome. (25 Juni 2015), "Masalah sampah di gunung dan taman nasional Indonesia mengkhawatirkan": https://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2015/06/150625.

Informan

- Mujib Syafii (39 tahun). Pengelola *Basecamp* Gunung Prau Desa Patak Banteng, Kecamatan Kejajar.