

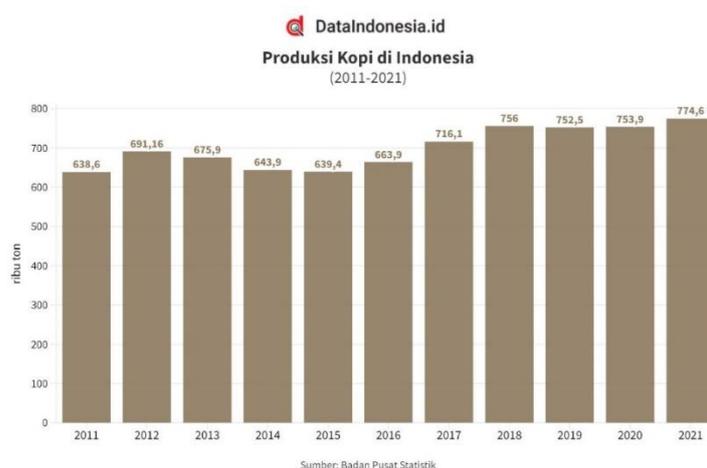
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut (Baihaqi & Sofyan, 2017) Seluruh lapisan masyarakat bersatu menjadi satu dan dengan tujuan yang serupa yaitu komunikasi dan pertukaran informasi di kedai kopi. Waktu memiliki pengaruh penting untuk perubahan warung-warung atau kedai kopi yang sekarang mulai digunakan oleh banyak kalangan masyarakat sebagai ruang publik. Status sosial individu di warung kopi akan dibebaskan untuk menyeimbangkan posisi mereka sebagai individu bebas.

Perkembangan industri kota Gresik menciptakan lahan untuk berkumpul dan interaksi dengan orang lain sangat minim, itulah sebabnya warga Gresik memanfaatkan warung kopi sebagai tempat bersosialisasi. Masyarakat Gresik menggunakan kedai kopi sebagai tempat bersosialisasi. Penduduk Gresik yang selalu berkumpul dan bersosialisasi di kedai kopi merasa sangat rileks dan nyaman dengan suasana kedai kopi dan membantu proses komunikasi berjalan lebih lancar. Banyak kedai kopi di Gresik yang benar-benar dipadati pelanggan itu tergantung dari lokasi tokonya, karena lokasi dan suasana menentukan jumlah pelanggan. (Baihaqi & Sofyan, 2017)



Gambar 1.1 Data Produces Kopi di Indonesia

Saat ini di Indonesia kopi merupakan peringkat kedua yang merupakan diperdagangkan paling banyak setelah minyak, berdasarkan data diatas Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, limbah ampas kopi dihasilkan dari persediaan produksi kopi di Indonesia mencapai 774,6 ribu ton pada 2021. Nilai tersebut naik 2,75% dari tahun sebelumnya yang sebesar 753,9 ribu ton. Diskoperindag Gresik mencatat bahwa pada tahun 2017 Ada lebih dari sekitar 4.700 kedai kopi baik yang berskala kecil maupun besar yang tersebar hampir di seluruh daerah Gresik.

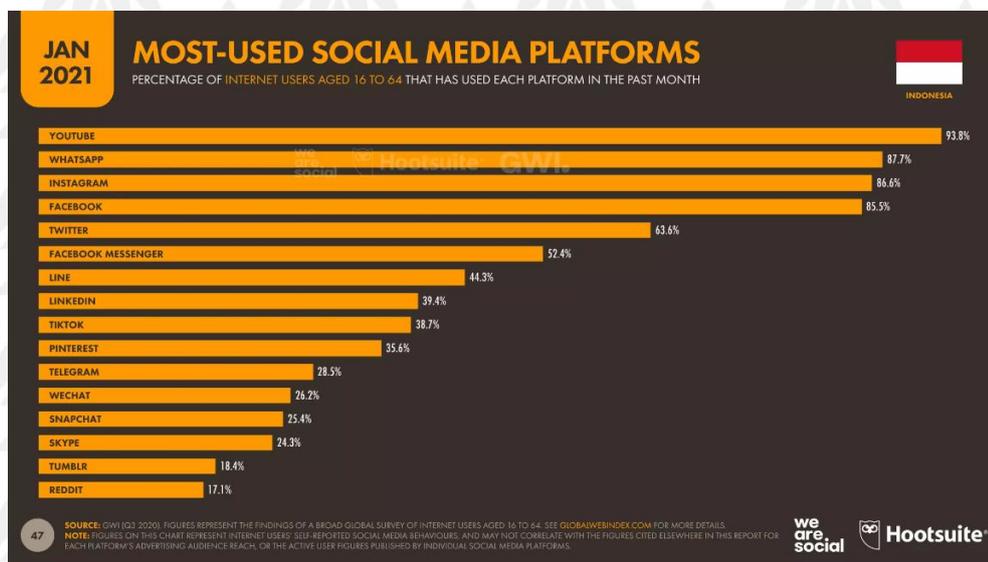
Menut (Amalia Amal, Citra Fuadillah Alhumairah Amin, Siti Wildana Nur, 2021) dengan menciptakan produk berbahan dasar limbah ampas kopi, akan menjadi peluang yang besar dan meningkatkan eksistensi limbah ampas kopi dengan menciptakan nilai ekonomis dan nilai fungsi dan guna pada limbah ampas kopi. Limbah ampas kopi merupakan bahan baku daur ulang yang mudah diperoleh dan terjangkau ketersediannya. (Achmad Yasrif Haqiqi, 2022) mengatakan, untuk bisa memanfaatkan limbah ampas kopi, kita tidak harus memiliki keahlian khusus, semua orang bisa melakukannya. Limbah ampas kopi menjadi suatu hal yang dapat digunakan kembali atau juga bisa dikembangkan menjadi produk-produk kreatif yang bermanfaat.

Dalam upaya mendaur ulang limbah ampas kopi, peneliti memanfaatkan ampas kopi menjadi bahan media kreatif dengan mencampurkan ampas kopi dan juga bahan lem, yang akan bermanfaat bagi produk kreatif untuk meningkatkan nilai ekonomi dan nilai guna barang, dan sebagai penyampaian informasi bagi masyarakat melalui video iklan Non-Komersial yang akan dipersembahkan oleh UPT TPA/ Dinas Lingkungan Hidup Gresik.

Menurut (Hasyim et al., 2022) Video iklan Non komersil disisi lain memiliki misi untuk memberikan informasi tentang suatu masalah dan mengajak masyarakat agar dapat mengubah pola pikir dan perilaku menjadi lebih baik. Iklan Non-komersial memiliki pesan yang mengandung beberapa unsur untuk membuat suatu efek yang utuh bagi target audiensnya.

Dalam penyusunan penelitian perancangan video iklan non komersial ini peneliti ingin memberikan informasi kepada orang-orang terlibat dalam mengelola

limbah ampas kopi antara lain pemilik kedai kopi, orang-orang yang berprofesi di bidang kopi dan juga masyarakat para penikmat kopi. Pemanfaatan limbah ampas kopi yang akan ditampilkan dalam video iklan non komersial dengan menyampaikan suatu informasi.



Gambar 1. 2 Platform Media Sosial yang Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2021

(Sumber: Data We Are Social)

Pada penyampaian informasi yang telah dijelaskan pada latarbelakang, peneliti membutuhkan sebuah *platform* sekaligus media sebagai sarana penyampaian informasi, salah satu nya media *youtube*. Menurut *We Are Social* pada tahun 2021 youtube merupakan platform atau aplikasi yang dikunjungi dan digunakan oleh masyarakat, Pengguna YouTube di Indonesia tersebut mencapai 88% populasi.

Kehadiran YouTube juga menjadi media online yang paling diminati masyarakat karena di dalamnya terdapat berbagai macam video yang menarik dan variatif mulai dari berita-berita yang viral, trailer film, video edukasi, video klip, video hiburan, sampai dengan video dakwah. Fenomena penggunaan media internet khususnya YouTube yang semakin menjamur tersebut, tentunya dimanfaatkan oleh sebuah perusahaan untuk membuat akun YouTube sebagai media penyebaran suatu informasi berupa video.(Suparyanto dan Rosad (2015, 2020)

Media video memiliki salah satu kelebihan yaitu mengatasi keterbatasan ruang, waktu dan dapat diulangi atau dihentikan sesuai keinginan yang melihatnya, menurut (Rusman, 2013). Dalam hal tersebut peneliti berupaya merancang penelitian video iklan non komersial yang nantinya akan ditayangkan ke channel youtube baru dengan persembahan oleh Dinas Lingkungan Hidup kabupaten (DLH) Gresik agar informasi mudah tersampaikan kepada masyarakat luas tanpa adanya batas ruang dan waktu.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang media informasi tentang (ampas kopi) dan mengajak masyarakat agar dapat mengubah perilakunya melalui video iklan non-komersial
2. Bagaimana menghasilkan suatu karya media daur ulang limbah ampas kopi yang akan berguna bagi orang-orang yang berprofesi di bidang kopi dan juga masyarakat para penikmat kopi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka dapat dijelaskan beberapa tujuan dari penelitian yakni sebagai berikut:

1. Menghasilkan rancangan media video iklan non komersial sebagai media daur ulang pemanfaatan limbah ampas kopi dengan media yang menarik dan mudah dipahami, agar masyarakat mengetahui informasi dengan harapan bisa menyebarkan informasi limbah ampas kopi dengan media daur ulang bagi masyarakat khususnya di kota Gresik.
2. Dengan cara memanfaatkan limbah ampas kopi menjadi karya daur ulang dalam pemanfaatan limbah ampas kopi. Yang akan bermanfaat untuk upaya mendaur ulang limbah ampas kopi yang di hasilkan oleh masyarakat, dikarenakan akan menjadi peluang yang besar bagi masyarakat. Limbah ampas kopi merupakan bahan baku daur ulang yang mudah diperoleh dan terjamin ketersediannya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini untuk beberapa pihak terkait yaitu:

A. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat pemanfaatan limbah kopi dengan cara menghasilkan video iklan non-komersial, sehingga dapat menambah wawasan bagi mahasiswa dengan teori sampai penerapan video iklan non-komersial dan juga dapat sebagai bekal portofolio bagi penulis

B. Bagi universitas

Dengan hasil penelitian ini yang dapat digunakan sebagai media informasi dan juga wawasan tentang media daur ulang pemanfaatan limbah kopi sehingga dapat menerapkan ilmu Desain komunikasi Visual yang bermanfaat, yang didapat selama perkuliahan.

C. Bagi Masyarakat/ Orang yang berprofesi di kopi

Dengan memberikan informasi kepada masyarakat melalui video iklan non-komersial Dapat membantu dalam ilmu pengetahuan tentang pemanfaatan limbah ampas kopi, dan menjadikan limbah ampas kopi mempunyai nilai jual.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terstruktur dan tidak terseret keluar dari pembahasan , maka penelitian dilakukan lebih mempermudah pembahasan untuk mencapai tujuan penelitian. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Media video iklan non-komersial
2. Penelitian ini menfokuskan populasi pemilik kedai kopi, orang-orang yang berprofesi di bidang kopi dan juga masyarakat para penikmat kopi dengan rentan usia 15-40 tahun. Lokasi penelitian yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini kedai kopi di wilayah Gresik dengan sampel tiga kedai kopi yaitu, AGP Coffee, Turbean Coffee, Cak Andus

Coffee karena ketiga kedai tersebut belum menerapkan pengelolaan limbah ampas kopi.

3. Penelitian ini berfokus pada perancangan video iklan non-komersial dengan memanfaatkan limbah ampas kopi yang diolah menjadi sebuah karya daur ulang dengan nilai yang bermanfaat bagi masyarakat.
4. Hasil akhir rancangan video iklan non-komersial dengan di unggah melalui channel youtube baru untuk DLH (Dinas Lingkungan Hidup) kabupaten Gresik dikarenakan pemberian informasi mengenai ampaskopi.



1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1.3 Kerangka Penelitian