

Karakteristik Inovasi Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis Bagi Ibu Rumah Tangga Di Kota Bandung

Meria Octavianti, Iwan Koswara, Dhisa Yunita Advika Sari

Program Studi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran
meria.octavianti@unpad.ac.id

Abstract

Bandung become one of the pilot areas of “Kantong Plastik Tidak Gratis” policy which is a pilot project to resolve the plastic garbage problem in Indonesia. At trial implementation of this policy, the mothers of households in the Bandung City, which is the main target of the policy, are required to bring their own shopping bags or have to spend money to pay for plastic bags that they will use. As an innovation, this policy has five characteristics that can be assessed to determine whether the policy can be easily accepted or difficult. According to Rogers, the five policy are relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability (1983). Accordingly, this study aims to reveal how the assessment of mother - housewife in the city of Bandung on the five characteristics of innovation policy. The theory used as the basis of this research is the theory Innovation Diffusion from Everett M. Rogers. Survey method used in this research, with distributing questionnaires to 103 housewives in Bandung, which has been selected by using multistage cluster sampling technique to get primary data. Moreover, interviews and literature study conducted to obtain secondary data in this study. The results showed that the characteristics of innovation policy consisting of relative advantage, compatibility, triability, and observability overall rated high by mothers of households in Bandung City. While the characteristics of the complexity of the policy rated low because the majority of mothers of households think that this policy is easy to apply. It can be concluded that the characteristics of innovation policy is considered to be good by the mother of households in Bandung City .

Keywords: *Kantong Plastik Tidak Gratis Policy, Characteristics of Innovation, Plastic Waste*

Abstrak

Kota Bandung dijadikan salah satu tempat uji coba dari kebijakan kantong plastik tidak gratis yang merupakan *pilot project* untuk mengatasi permasalahan sampah plastik di Indonesia. Pada pelaksanaan uji coba kebijakan ini, ibu-ibu rumah tangga di Kota Bandung, yang merupakan target utama dari kebijakan, diharuskan untuk membawa tas belanja sendiri atau harus mengeluarkan uang untuk membayar kantong plastik yang akan mereka gunakan. Sebagai sebuah inovasi, kebijakan ini memiliki lima karakteristik yang dapat dinilai untuk mengetahui apakah kebijakan tersebut dapat dengan mudah diterima atau justru sebaliknya. Menurut Rogers, lima kebijakan tersebut yaitu keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, trialabilitas, dan observabilitas (1983). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk

mengungkap bagaimana penilaian ibu-ibu rumah tangga di Kota Bandung terhadap lima karakteristik inovasi dari kebijakan kantong plastik tidak gratis. Teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini adalah teori difusi inovasi dari Everett M. Rogers. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survey, yaitu dengan mengumpulkan data melalui kuesioner kepada 103 ibu rumah tangga di Kota Bandung yang telah terpilih dengan menggunakan teknik *multistage cluster sampling*. Selain itu, wawancara dan studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan data sekunder dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik inovasi kebijakan kantong plastik tidak gratis yang terdiri dari keuntungan relatif, kompatibilitas, triabilitas, dan observabilitas secara keseluruhan dinilai tinggi oleh ibu-ibu rumah tangga di Kota Bandung. Sedangkan karakteristik kompleksitas dari kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis dinilai rendah karena mayoritas ibu-ibu rumah tangga menganggap bahwa kebijakan ini mudah untuk diterapkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa karakteristik inovasi dari Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis dinilai sudah baik oleh ibu-ibu rumah tangga di Kota Bandung.

Kata Kunci: Kebijakan, Inovasi, Lingkungan

Pendahuluan

“Kota Kembang” adalah sebutan yang telah lama identik dengan Kota Bandung, tapi beberapa tahun belakangan ini sebutan tersebut seakan rusak dengan banyaknya tumpukan sampah yang menggunung di Kota Bandung. Bahkan banyak *headline* di media massa yang mengangkat masalah sampah di kota yang sebelumnya juga dikenal sebagai Paris van Java ini. Kondisi yang memprihatinkan tersebut menjadikan sampah sebagai salah satu masalah yang serius di Kota Bandung. Pertambahan sampah yang terus meningkat mau tak mau menuntut berbagai pihak untuk peduli dan berusaha untuk mencari solusi untuk mengelola sampah dengan benar. Dari berbagai jenis sampah yang menumpuk di Kota Bandung, jenis sampah plastik adalah yang terbanyak. Hal ini yang menjadikan pemerintah Kota Bandung memberikan perhatian khusus untuk mengatasi masalah sampah plastik.

Berdasarkan data statistik, penggunaan kantong plastik di Kota Bandung mencapai angka 7,5 juta dengan perhitungan setiap orang menggunakan tiga kantong plastik per hari dikalikan jumlah penduduk Bandung yang sebanyak 2,5 juta orang (Aditya, 2016). Melihat sampah plastik yang dihasilkan begitu banyak, pasti menyebabkan beragam kerugian yang dialami oleh kota ini. Bencana longsor di Leuwigajah yang terjadi pada tahun 2005 diakibatkan oleh struktur tanah yang goyang karena banyak sampah plastik yang tidak terurai tertimbun di dalam tanah. Tanah menjadi tidak padat dan terjadilah longsor. (Mulyawati, 2016)

Sejak tahun 2012, Kota Bandung telah memiliki Peraturan Daerah (Perda) yang mengatur mengenai pengurangan penggunaan kantong plastik dan menjadikan Bandung sebagai kota pertama di Indonesia yang memiliki kebijakan mengenai penggunaan kantong plastik. Pada tahun 2015, Perda Kota Bandung Nomor 17 tahun 2012 ini menjadi inspirasi bagi Menteri Lingkungan Hidup untuk mengeluarkan Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis dan menjadikan Kota Bandung sebagai *pilot project* dari kebijakan tersebut.

Menurut Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Siti Nurbaya, jumlah limbah plastik di Indonesia terlalu banyak. Setiap tahunnya, masyarakat Indonesia menggunakan hampir 10 milyar lembar kantong plastik, dan 95 persennya menjadi sampah. Maka itu, gerakan mengurangi penggunaan kantong plastik pada saat berbelanja dirasa punya potensi besar dalam membawa perubahan (Nuraini, 2016). Maka dari itu, melihat dampak sampah plastik yang begitu merugikan dan penggunaan kantong plastik yang semakin meningkat di Indonesia, Kementerian Lingkungan hidup menerapkan Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis sebagai salah satu cara untuk membatasi peredaran plastik.

Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis adalah kebijakan dimana masyarakat yang berbelanja di ritel modern seperti supermarket, hipermarket, dan minimarket, diharuskan untuk membayar kantong plastik yang mereka gunakan untuk membawa barang belanjaan. Kantong plastik di ritel modern sudah tidak gratis lagi. Masyarakat secara terpaksa harus mengeluarkan biaya lebih untuk membeli kantong plastik.

Kebijakan ini diberlakukan dengan harapan mendorong masyarakat untuk memanfaatkan tas yang ada di rumah seperti ibu-ibu jaman dulu yang membawa keranjang belanja ke pasar. "Kita kurangi penggunaan kantong plastik dengan memaksa mereka membayar." ujar Dirjen Pengelolaan Sampah, Limbah dan B3 Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Tuti Hendrawati Mintarsih. Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis dapat dikategorikan sebagai sebuah inovasi pembangunan. Kebijakan ini merupakan sebuah konsep atau ide baru yang tentu akan membutuhkan proses untuk diterima oleh masyarakat. Inovasi merupakan sebuah ide, praktek ataupun benda yang dianggap baru oleh individu atau unit lain dari masyarakat (Rogers, 1983). Oleh karena itu, Teori Difusi Inovasi dijadikan landasan dalam penelitian ini.

Teori difusi inovasi menjelaskan bagaimana inovasi-inovasi tertentu berkembang dan diadopsi oleh masyarakat (Venus, 2009). Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara anggota suatu sistem sosial (Rogers, 1983) dan inovasi sebagai gagasan, praktek atau barang yang dianggap baru oleh seseorang atau unit lain dalam suatu sistem sosial (Rogers, 1983). Dari kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa difusi inovasi adalah suatu proses penyebaran ide-ide baru atau hal-hal baru dalam jangka kurun waktu tertentu yang dikomunikasikan melalui saluran tertentu kepada anggota suatu sistem sosial. Menurut Rogers, suatu inovasi akan diterima atau diadopsi oleh khalayak dalam jangka waktu yang berbeda-beda. Pemerintah Kota Bandung dalam mendifusikan inovasi Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis memanfaatkan berbagai macam saluran komunikasi baik melalui komunikasi massa dan komunikasi interpersonal. Melalui media massa, pemerintah Kota Bandung menyebarkan informasi mengenai mekanisme penerapan Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis, dampak buruk dari penggunaan kantong plastik dan urgensi jumlah sampah kantong plastik melalui televisi, radio, koran baik lokal maupun nasional serta internet maupun media sosial yang bekerja sama dengan komunitas peduli lingkungan. Melalui saluran interpersonal, pemerintah Kota Bandung bekerja sama dengan pihak ritel modern untuk membantu mensosialisasikan penerapan Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis kepada pelanggan melalui kasir dan tulisan yang berada di sekitar ritel modern.

Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis ini mulai diujicobakan di Kota Bandung sejak tanggal 21 Februari 2016 sampai tanggal 31 Mei 2016. Dalam periode masa uji coba, kebijakan kantong plastik tidak gratis akan dianggap baru oleh masyarakat Kota Bandung, khususnya ibu-ibu rumah tangga yang menurut Jajah Siti Khodijah selaku Kasubid Pengendalian, Pencemaran, Kerusakan Air dan Tanah BPLH, menjadi target utama dari kebijakan tersebut. Ibu-ibu rumah tangga terbiasa dimudahkan dengan diberikannya kantong plastik untuk keperluan membawa barang belanjanya. Tetapi pada masa uji coba ini mereka diharuskan untuk mengeluarkan uang dan membayar kantong plastik yang akan mereka gunakan. Kondisi seperti ini menarik perhatian peneliti, dimana peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai tanggapan ibu-ibu rumah tangga di Kota Bandung mengenai kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis. Secara lebih rinci, peneliti ingin mengetahui tanggapan ibu-ibu rumah tangga di Kota Bandung terhadap lima karakteristik inovasi yang disampaikan oleh Rogers (1983), yaitu keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, trialabilitas, dan observabilitas. Kelima karakteristik inilah yang berpengaruh kepada cepat lambatnya proses difusi dari sebuah inovasi.

Metode Penelitian

Metode survey digunakan dalam penelitian mengenai karakteristik inovasi Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis. Menurut Singarimbun dan Effendi (1995), penelitian dengan metode survey adalah sebuah penelitian yang berusaha menjelaskan konsep-konsep yang diukur atau ditelaah, dijelaskan satu persatu berdasarkan parameter yang digunakan. Metode survey yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, yang didukung dengan wawancara dan studi pustaka.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari wawancara dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu rumah tangga di Kota Bandung. Dikarenakan karakteristik populasi yang heterogen dan tersebar di suatu wilayah tertentu maka teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *multistage cluster sampling*. Setelah melalui beberapa tahapan pengklusteran maka diperoleh dua wilayah penelitian yaitu RT 03 RW 15 Kelurahan Sekeloa Kecamatan Coblong dan RT 01 RW 12 Kelurahan Cipamokolan Kecamatan Rancasari. Adapun ukuran sampel yang diperoleh adalah sebanyak 103 orang.

Hasil Penemuan dan Diskusi

Pada penelitian ini diketahui bahwa sebanyak 32,10% responden berusia 46 - 55 tahun, diikuti dengan kelompok usia 36 – 45 tahun sebanyak 27,20% dan kelompok dengan usia 26 – 35 tahun sebanyak 22,30%. Sedangkan sisanya yaitu responden yang berusia 16 – 25 tahun hanya sebanyak 13,60% dan kelompok usia ≥ 56 tahun sebanyak 4,80%. Ryan dan Gross (1943) dalam Rogers (1971) menyatakan bahwa dalam sebuah penelitian mengenai difusi, karakteristik sosial dari responden penelitian seperti usia atau status sosial perlu diketahui. Usia responden penelitian yang menjadi target inovasi memiliki peran penting dalam menentukan keputusan adopsi atas ide-ide baru yang diterimanya, dalam konteks ini mengenai kebijakan kantong plastik tidak gratis.

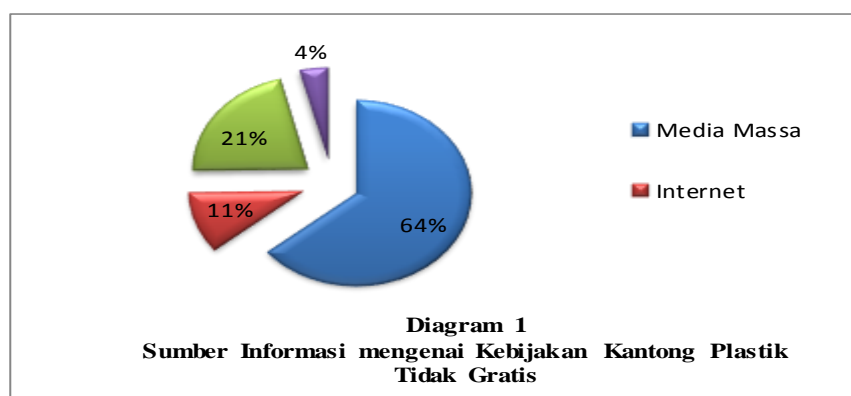
Selain usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan seseorang juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tanggapan seseorang kepada objek tertentu. Latar belakang pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi manusia dalam berpikir, bertindak, dan bertingkah laku. Tanggapan responden terhadap kebijakan kantong sampah tidak gratis ini akan dipengaruhi oleh latar belakang pendidikannya. Diperoleh data dalam penelitian bahwa 34,00% responden memiliki pendidikan terakhir SMA, kemudian disusul oleh tingkat pendidikan SMA/SMK yaitu sebesar 32,10%. Sisanya yaitu sebanyak 22,30% responden memiliki latar belakang pendidikan Diploma, 9,70% Magister (S2) dan 1,90% dari total responden memiliki latar belakang pendidikan SMP.

Pendidikan merupakan salah satu yang berpengaruh terhadap tingkat pemahaman seseorang, terutama pemahaman tentang kebersihan lingkungan. Menurut Prastowo (2014) bahwa sikap peduli terhadap lingkungan akan muncul apabila ada motivasi. Motivasi akan muncul apabila ada minat dan pemahaman seseorang terhadap suatu objek, dalam hal ini pengurangan penggunaan kantong plastik dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, pendidikan merupakan salah satu kerangka rujukan yang dimiliki oleh individu untuk menganalisis interpretasi perseptual dari informasi yang diterima. Faktor-faktor fungsional yang memengaruhi tanggapan lazim disebut sebagai kerangka rujukan (*frame of reference*). Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan memengaruhi bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimanya (Rakhmat, 2011). Hanafi (1987) juga mengungkapkan bahwa dibandingkan dengan adopter yang lebih lambat, anggota sistem sosial yang lebih inovatif itu adalah yang lebih berpendidikan dan memiliki status sosial yang lebih tinggi.

Sumber Informasi mengenai Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis

Inti dari proses difusi sebuah inovasi adalah proses menyebarkan dan mengkomunikasikan ide atau gagasan baru (inovasi) kepada suatu sistem sosial. Pada proses penyampaian inovasi tersebut kepada masyarakat dibutuhkan saluran komunikasi untuk menghubungkannya. Begitu pula untuk kebijakan kantong plastik tidak gratis. Sebagai sebuah kebijakan baru yang diujicobakan pada masyarakat di Kota Bandung, diperlukan saluran komunikasi yang tepat untuk dapat menyampaikan pesan-pesan yang terkandung dalam kebijakan tersebut.

Ibu-ibu rumah tangga di Kota Bandung yang diwakili oleh 103 responden penelitian mendapatkan informasi mengenai Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis ini dari saluran komunikasi media massa (64%), pihak retail (21,3%), internet (10,7%) dan orang terdekat, yang bisa jadi teman atau keluarga (3,9%).



Para peneliti membagi saluran komunikasi menjadi saluran interpersonal dan media massa. Saluran interpersonal adalah saluran yang melibatkan pertemuan tatap muka antara dua orang atau lebih. Sedangkan, saluran media massa adalah alat-alat penyampai pesan yang memungkinkan sumber mencapai audiens dalam jumlah besar, bisa menembus batasan waktu dan ruang. Saluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi akan sangat berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perubahan tingkat laku khalayak. Rogers mengemukakan bahwa saluran media massa relatif lebih penting pada tahap pengenalan suatu inovasi dan saluran interpersonal relatif lebih penting pada tahap persuasi dalam proses pengambilan keputusan inovasi (Rogers, 1983).

Jajah Siti Khodijah, Kepala Sub Bidang Pengendalian Pencemaran Kerusakan Air dan Tanah dari BPLH Kota Bandung menyatakan bahwa pemerintah Kota Bandung dalam menyampaikan informasi mengenai Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis sangat mengandalkan saluran komunikasi massa karena penyebaran informasinya bersifat *massive* yang dapat menjangkau khalayak secara luas. Selain itu, pemerintah juga bekerja sama dengan pihak ritel modern (minimarket, supermarket, dan hypermarket) dalam menyampaikan informasi ini melalui kasir dan tulisan yang berada disekitar ritel. (Khodijah, 2016)

Pada penelitian ini, sebagian besar responden mendapatkan informasi mengenai Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis melalui saluran media massa. Melihat penjelasan Klapper (McQuail,1987) dapat diketahui bahwa media massa mampu memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku khalayak. Maka, sebagian besar responden yang diterpa informasi melalui media massa maupun internet kemungkinan besar akan terjadi pembentukan dan perubahan persepsi, sikap, pendapat, ataupun perilaku terhadap Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis.

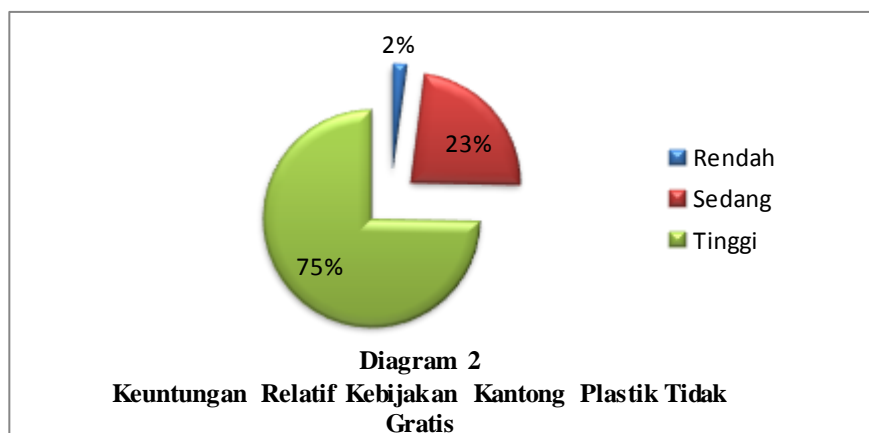
Informasi yang diperoleh responden melalui media massa, berupa informasi mengenai mekanisme penerapan Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis, dampak buruk dari penggunaan kantong plastik dan urgensi jumlah sampah kantong plastik. Adapun media massa yang digunakan oleh pemerintah Kota Bandung dalam menyebarkan informasi tersebut adalah melalui televisi, radio, koran baik lokal maupun nasional. Selain media massa, internet dan media sosial pun menjadi media komunikasi yang digunakan oleh pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan informasi kebijakan kantong plastik tidak gratis ini bekera sama dengan berbagai komunitas peduli lingkungan. Berbagai informasi yang disampaikan melalui media komunikasi tersebut biasanya bersumber dari Ibu Teti Mulyawati selaku Kepala bidang Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan Hidup dari BPLH Kota Bandung.

Selain melalui media massa, responden juga diterpa informasi melalui saluran interpersonal baik melalui pihak ritel modern maupun teman atau keluarga yang merupakan *peer group* bagi responden. Informasi yang disampaikan melalui saluran komunikasi interpersonal tidak berbeda dengan informasi yang disampaikan melalui komunikasi massa. Pihak kasir dari ritel modern menginformasikan kepada pelanggan mengenai pelaksanaan Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis. Informasi lainnya mengenai dampak buruk kantong plastik serta urgensi jumlah sampah kantong plastik di Indonesia didesain sedemikian rupa dalam bentuk *banner*, poster, dan selebaran yang ditempel di sekitar ritel modern.

Pada saluran interpersonal terjadi kontak-kontak antara sumber dan penerima lebih banyak bersifat pribadi sehingga akibat yang ditimbulkan banyak berupa pembentukan dan perubahan sikap (Hanafi, 1987). Kemampuan saluran komunikasi dalam membentuk persepsi akan berpengaruh terhadap tingkat adopsi seseorang. Pada saat proses difusi, dimana sebuah inovasi disebarluaskan dan dikomunikasikan, anggota sistem sosial yang menerima informasi tersebut akan menginterpretasikan dan kemudian membentuk persepsi mengenai inovasi tersebut. Persepsi yang terbentuk tersebut sangat penting dan berpengaruh dalam menentukan perilaku khalayak terhadap inovasi tersebut (Rogers, 1983).

Keuntungan Relatif Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis

Keuntungan relatif adalah tingkatan dimana suatu ide baru dianggap suatu yang lebih baik daripada ide-ide yang ada sebelumnya. Tingkat keuntungan relatif seringkali dinyatakan dengan atau dalam bentuk keuntungan ekonomis. Tetapi dimensi keuntungan relatif bisa juga diukur dengan cara lain (Hanafi, 1987). Selain dapat diukur dengan keuntungan ekonomis, keuntungan relatif juga dapat ditelaah melalui besarnya penghematan, atau keamanan, atau pengaruhnya terhadap posisi sosial yang akan diterima oleh komunikan selaku adopter (Levis, 1995).



Sebanyak 75% responden memberikan penilaian yang tinggi terhadap keuntungan relatif Kebijakan Kantong Plastik dan hanya 2% responden yang memberikan penilaian rendah terhadap kebijakan tersebut. Penilaian responden yang tinggi terhadap keuntungan relatif dari Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis menunjukkan bahwa kebijakan ini sudah berhasil membuat masyarakat merasa senang tinggal di Kota Bandung karena puas akan kualitas kebersihan di Kota Bandung. Selain itu mereka juga menilai bahwa kebijakan ini telah membantu mereka untuk turut mendukung Kota Bandung memenangkan Piala Adipura serta kebijakan ini telah dianggap memberikan keuntungan dalam mencegah sesuatu yang buruk di masa depan (*preventive advantage*).

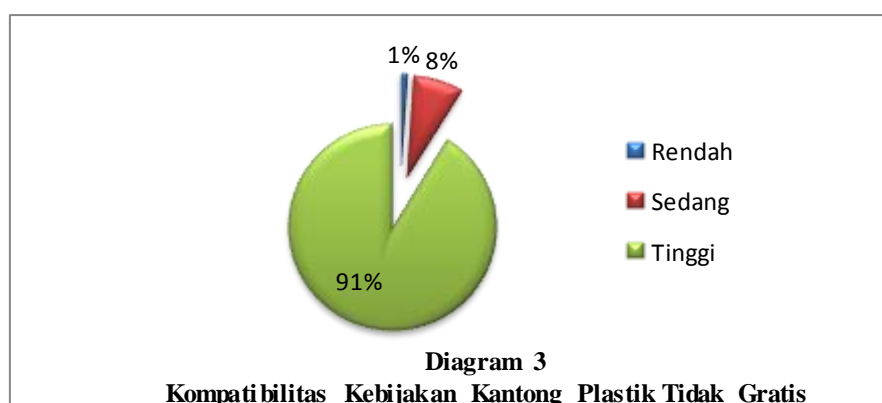
Keuntungan relatif suatu ide baru mungkin lebih kentara dengan adanya suatu krisis (Rogers dalam Hanafi, 1987). Hal ini pun didukung oleh pernyataan dari Teti Mulyawati selaku Kepala Bidang Pengendalian Pencemaran & Kerusakan Lingkungan Hidup dari BPLH Kota Bandung dimana kebijakan ini diterapkan karena jumlah sampah plastik yang dihasilkan di Kota Bandung sangat banyak per harinya. Bencana longsor di Leuwigajah yang terjadi pada tahun 2005 diakibatkan oleh struktur tanah yang goyang karena banyak sampah plastik yang tidak terurai

tertimbun di dalam tanah, ditambah lagi Kota Bandung yang sempat mendapat julukan *the city of pig*, bencana banjir di Bandung yang diakibatkan oleh penyumbatan saluran yang sebagian besar itu disumbat oleh sampah plastik, dan plastik itu sendiri yang merupakan jenis sampah yang sulit terurai dan membutuhkan waktu yang sangat lama hingga ratusan tahun untuk terurai. Kebijakan ini pun hadir untuk mengajak semua masyarakat ikut berpartisipasi dalam mengurangi penggunaan kantong plastik yang dimulai saat berbelanja. Ridwan Kamil mengatakan bahwa sudah saatnya Bandung mengurangi konsumsi kantong plastik. Dengan begitu, warga Bandung sudah satu langkah lebih maju.

Kompatibilitas Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis

Kompatibilitas adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan penerima (Rogers, 1983). Sebuah inovasi dapat kompatibel ataupun tidak kompatibel (1) dengan nilai dan kepercayaan sosiokultural, (2) dengan nilai yang telah diperkenalkan sebelumnya, (3) dengan kebutuhan penerima terhadap inovasi (Rogers, 1983). Berdasarkan definisi menurut Rogers tersebut dapat disimpulkan bahwa kompatibilitas Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis memiliki indikator sesuai dengan nilai yang berlaku dalam sistem sosial, sesuai dengan peraturan yang sudah ada, dan sesuai dengan kebutuhan.

Banyak ilustrasi yang menunjukkan bahwa inovasi yang tidak kompatibel dengan nilai dan norma yang berlaku di masyarakat akan sangat sulit untuk diterima (Hanafi, 1987). Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis ini secara gamblang telah sesuai dengan nilai mengenai kebersihan yang dipercaya masyarakat di Indonesia khususnya di Kota Bandung bahwa kebersihan adalah sebagian dari iman dan sesuai dengan nilai luhur yaitu gotong royong dimana masyarakat saling bekerja sama dan bertanggung jawab untuk mencegah kerusakan lingkungan di Kota Bandung. Kedua nilai dan norma tersebut sangat melekat di dalam diri masyarakat. Oleh karena itu, hampir seluruh responden (91%) memberikan penilaian yang tinggi terhadap kompatibilitas Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis apabila ditinjau dari indikator kesesuaian dengan nilai yang berlaku dalam sistem sosial.

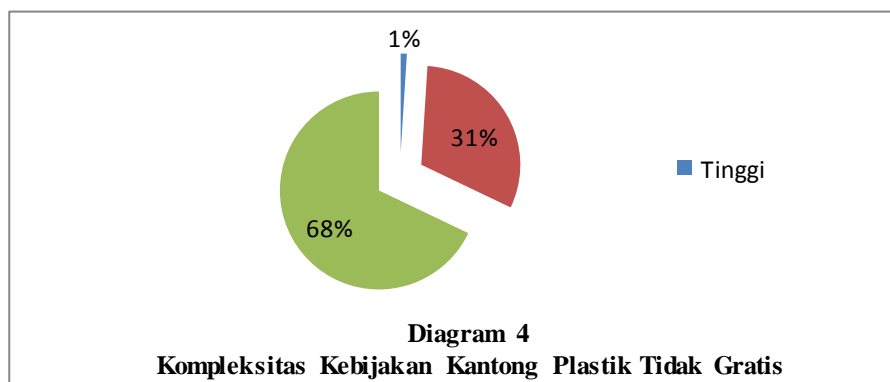


Kompatibilitas suatu inovasi tidak hanya dengan nilai-nilai kultural yang telah tertanam kokoh di masyarakat, tetapi juga dengan ide-ide yang telah diterima sebelumnya (Hanafi, 1987). Seseorang tidak dapat mengaitkan inovasi dengan situasi dirinya kecuali berdasar sesuatu yang telah mereka kenal dan telah lama diketahui. Dalam hal ini, Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis hadir di tengah masyarakat

Kota Bandung yang memang sedang menggalakkan kegiatan kebersihan yang melibatkan semua warga mulai dari tingkat terkecil. Masyarakat Bandung sebelumnya telah diperkenalkan oleh Program Gerakan Pungut Sampah (GPS) yang diprakarsai oleh Walikota Bandung yaitu Ridwan Kamil untuk mengubah kultur dan cara berpikir masyarakat untuk lebih mencintai Kota Bandung. Selain itu, Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis juga sesuai dengan aturan pengurangan penggunaan kantong plastik yang diimplementasikan dalam Peraturan Daerah (Perda) Kota Bandung Nomor 17 tahun 2012 dimana Kota Bandung adalah kota pertama di Indonesia yang memiliki peraturan daerah yang khusus membahas mengenai pengurangan penggunaan kantong plastik. Penerapan Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis merupakan bentuk konsistensi pemerintah Kota Bandung dalam mengatasi permasalahan sampah di Kota Bandung khususnya adalah sampah kantong plastik.

Kompleksitas Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis

Kompleksitas adalah tingkatan dimana sebuah inovasi yang diterima sulit untuk dimengerti dan digunakan (Rogers, 1983). Kompleksitas Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis adalah tingkat relatif kesulitan Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis untuk dilakukan atau diterapkan. Pada umumnya masyarakat tidak atau kurang berminat pada hal-hal yang rumit, sebab selain sukar untuk dipahami, juga cenderung dirasakan merupakan tambahan beban yang baru (Nasution, 2012).



Dari data yang didapatkan, sebagian besar responden (68%) menganggap bahwa Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis mudah untuk diterapkan sehingga kompleksitasnya masuk pada kategori rendah yang berarti kebijakan ini memiliki tingkat kemudahan yang tinggi dalam penerapannya. Cukup dengan membawa tas belanja sendiri, responden sudah bisa terlibat dalam kebijakan ini dan konsekuensi yang diterima apabila tidak membawa tas belanja sendiri pun tidak terlalu memberatkan, yaitu hanya mengeluarkan uang sebesar Rp200,00. Hal tersebut yang menjadikan aspek kompleksitas dari kebijakan ini masuk ke dalam kategori yang rendah.

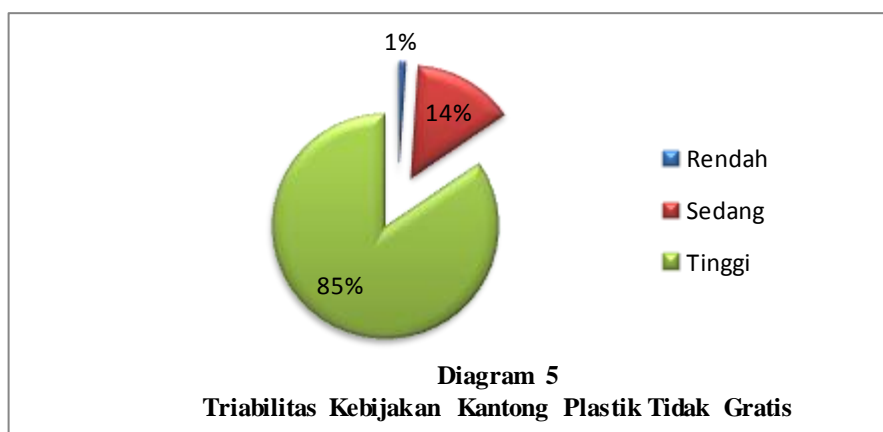
Tetapi walaupun begitu, sebagian besar responden yaitu sebanyak 31% menyatakan bahwa kompleksitas kebijakan kantong sampah tidak gratis ini berada pada kategori sedang. Penilaian tersebut menunjukkan bahwa responden masih banyak yang ragu terhadap kemudahan dalam penerapan kebijakan ini. Dari hasil yang didapat dilapangan, responden mengatakan bahwa sebenarnya kebijakan ini sangatlah mudah untuk diterapkan namun sulit dalam pelaksanaannya. Kesulitan

tersebut muncul karena kebijakan ini terbilang baru, sehingga responden belum terbiasa dan terkadang suka lupa untuk membawa tas belanja sendiri.

Menurut Rogers (1983), secara umum, ide-ide baru yang lebih sederhana untuk dipahami dan diterapkan akan diadopsi lebih cepat dari inovasi yang memerlukan adaptor untuk mengembangkan keterampilan baru dan pemahaman. Oleh karena itu, kebijakan kantong sampah tidak gratis ini akan lebih cepat untuk diadopsi oleh masyarakat.

Triabilitas Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis

Triabilitas merupakan tingkat di mana suatu inovasi dapat dicoba dengan skala kecil (Rogers, 1983). Triabilitas Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis adalah tingkat dimana inovasi Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis dapat dicoba. Ide yang dapat dicoba biasanya diadopsi lebih cepat daripada inovasi yang tak dapat dicoba lebih dulu. Suatu inovasi yang dapat dicoba akan memperkecil resiko bagi adopter. Pada penelitian ini, triabilitas yang dimiliki oleh kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis adalah kebijakan ini dapat dilakukan secara pribadi, oleh semua masyarakat di semua ritel modern di Kota Bandung.

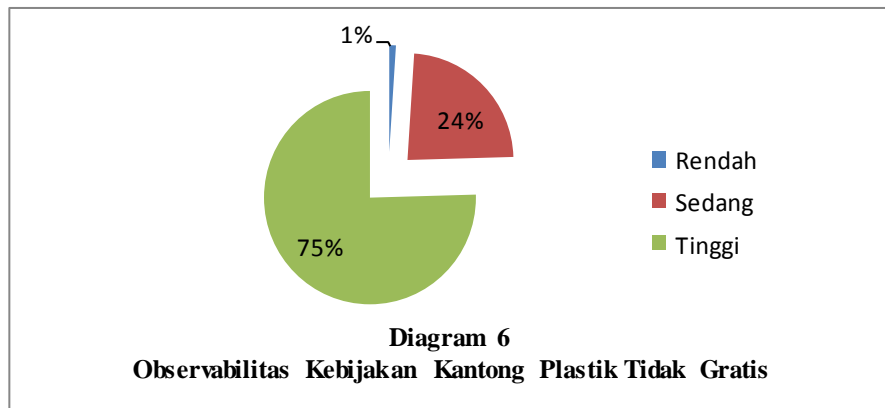


Sebanyak 85% dari total responden penelitian menyatakan bahwa aspek triabilitas dari kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis berada pada kategori tinggi. Hal tersebut mengindikasikan bahwa responden dapat mencoba kebijakan ini dalam skala kecil, baik oleh dirinya sendiri maupun oleh seluruh masyarakat Bandung. Selain itu, kebijakan ini dinilai dapat dicoba dimana pun diseluruh ritel modern di Kota Bandung. Semakin mudah Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis dicoba maka akan semakin menyakinkan individu untuk menerapkan kebijakan ini. Oleh sebab itu, akan timbul keyakinan dalam diri individu bahwa inovasi tersebut tidak akan memberikan risiko tertentu jika diadopsi.

Suatu inovasi yang tidak mudah dicoba bisa diakibatkan oleh perlengkapan yang kompleks dan memerlukan biaya atau modal yang besar, waktu yang lama sehingga sulit untuk diadopsi (Levis, 1995). Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis tidak memerlukan perlengkapan yang kompleks dan biaya yang besar, sehingga triabilitas dari kebijakan ini diberikan penilaian yang tinggi oleh responden. Suatu inovasi yang mudah untuk dicoba dapat memperkecil resiko bagi pengadopsi (Hanafi, 1987).

Observabilitas Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis

Observabilitas (*observability*) adalah tingkat dimana hasil-hasil suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Hasil inovasi-inovasi tertentu mudah dilihat dan dikomunikasikan kepada orang lain, sedangkan beberapa lainnya tidak (Rogers, 1983). Observabilitas Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis adalah tingkat dimana inovasi Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis dapat dilihat oleh masyarakat baik secara langsung, melalui media maupun melalui media sosial.

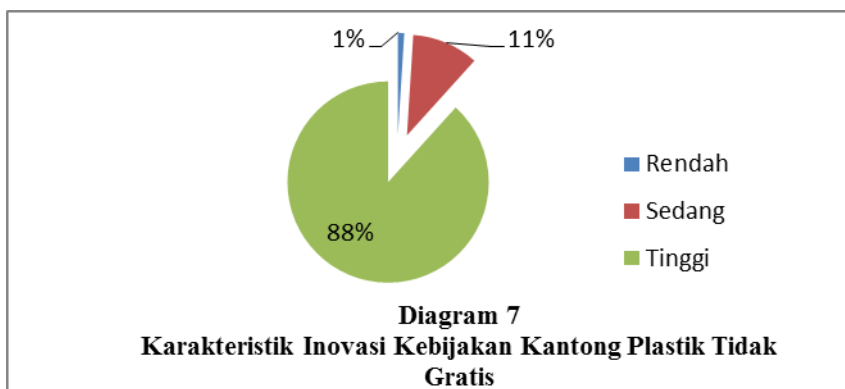


Dari data yang didapatkan, sebagian besar responden (75%) menganggap observabilitas Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis tersebut ke dalam kategori tinggi yang berarti semua aspek observabilitas dipersepsikan dalam taraf yang sangat baik oleh responden. Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis dianggap dapat dilihat dan diamati prakteknya secara langsung di retail modern maupun laporan dokumentasi yang dapat dilihat melalui media dan media massa. Pelaksanaan Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis ini dinilai mudah untuk diamati karena responden ketika berbelanja di retail modern dapat melihat penerapan Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis yang dilakukan oleh masyarakat lainnya saat berbelanja dengan membawa tas sendiri. Hal ini mengindikasikan bahwa inovasi Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis tersebut mudah untuk dilihat dan diamati secara langsung maupun tidak langsung oleh responden. Suatu inovasi akan lebih cepat diadopsi manakala pengaruhnya atau hasilnya mudah atau cepat dilihat atau diamati oleh komunikannya (Levis, 1987).

Karakteristik Inovasi Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis

Proses keputusan suatu inovasi ditentukan oleh berbagai faktor yaitu faktor lingkungan dan faktor pribadi. Kecepatan adopsi inovasi sebagai suatu variabel tak bebas (bergantung) ditentukan oleh berbagai variabel bebas (Levis, 1995). Variabel bebas yang dimaksudnya adalah sifat inovasi. Setiap sifat secara empiris mungkin saling berhubungan satu sama lain tetapi secara konseptual mereka itu berbeda (Hanafi, 1987). Rogers (1983) mengemukakan bahwa terdapat lima macam sifat inovasi atau yang biasa disebut dengan karakteristik inovasi, yaitu keuntungan relatif (*relative advantage*), kompatibilitas (*compatibility*), kompleksitas (*complexity*), triabilitas (*triability*), dan observabilitas (*observability*).

Penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik inovasi dari Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis sudah dinilai tinggi oleh ibu-ibu rumah tangga di Kota Bandung (88%). Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tanggapan, pandangan, dan penilaian yang baik terhadap kebijakan kantong plastik tidak gratis.



Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis merupakan sebuah program baru yang diadopsi pemerintah Indonesia dari negara-negara lainnya yang telah menerapkan kebijakan tersebut lebih dulu seperti Inggris, Amerika Serikat, Austria, dan sebagainya. Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis di Indonesia pun telah melalui proses difusi dimana informasi mengenai penerapan kebijakan ini telah disebarluaskan kepada masyarakat luas melalui berbagai macam saluran komunikasi baik komunikasi massa dan komunikasi interpersonal. Kebijakan ini diharapkan dapat mengubah perilaku masyarakat untuk mengurangi penggunaan kantong plastik dimulai dari hal sederhana yaitu saat berbelanja. Dimana inti dari kebijakan ini adalah pesan moral yang disampaikan untuk membawa tas belanja sendiri dari rumah. Kebijakan ini diterapkan sebagai suatu inovasi ataupun ide baru yang hadir di tengah masyarakat untuk membentuk dan merubah perilaku masyarakat ke arah yang lebih baik agar kelestarian lingkungan dan ekosistem terjaga, pencegahan bencana, dan pengurangan peredaran sampah plastik.

Simpulan

Karakteristik Inovasi Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis yang terdiri dari keuntungan relatif, kompatibilitas, triabilitas, dan observabilitas secara keseluruhan dinilai tinggi oleh ibu-ibu rumah tangga di Kota Bandung. Sedangkan karakteristik kompleksitas dari kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis dinilai rendah karena mayoritas ibu-ibu rumah tangga menganggap bahwa kebijakan ini mudah untuk diterapkan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa karakteristik inovasi dari Kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis dinilai sudah tinggi oleh ibu-ibu rumah tangga di Kota Bandung.

Penilaian yang sudah baik dari ibu-ibu rumah tangga di Kota Bandung selaku target utama dari kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis dapat dijadikan dasar bagi pemerintah daerah, khususnya Kota Bandung untuk terus mengimplementasikan program tersebut secara berkelanjutan. Diharapkan setelah selesainya masa ujicoba kebijakan Kantong Plastik Tidak Gratis ini, pemerintah daerah Kota Bandung segera memutuskan untuk melanjutkan pelaksanaan kebijakan tersebut.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden dalam penelitian ini atas seluruh kesediaan dan kerjasamanya.

Daftar Pustaka

- Aditya, Pangeran. (2016). "Bulan Depan Kota Bandung Terapkan Kantong Plastik Berbayar", diakses dari <http://bandung.merdeka.com/halo-bandung/bulan-depan-kota-bandung-terapkan-kantong-plastik-berbayar-160119v.html>, pada tanggal 28 Februari 2016 pukul 16:12 WIB
- Dilla, Sumadi. (2010). *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hanafi, Abdillah. (1987). *Memasyarakatkan Ide-Ide Baru*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Levis, Leta. (1995). *Komunikasi Penyuluhan Pedesaan*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- MqQuail, Dennis. (1987). *Mass Communication Theory*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, Zulkarimen. (2012). *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya Edisi Revisi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Nuraini, Okke. (2016). "Kebijakan Membayar Kantong Plastik Belanja Mulai Diterapkan Februari 2016", diakses dari <http://nationalgeographic.co.id/berita/2016/01/kebijakan-membayar-kantong-plastik-belanja-mulai-diterapkan-februari-2016>, pada tanggal 8 Februari 2016 pukul 11:44 WIB
- Okezone, (2016). "17 Kota Akan Terapkan Kantong Plastik Berbayar", diakses dari <http://economy.okezone.com/read/2016/01/08/320/1283808/17-kota-akan-terapkan-kantong-plastik-berbayar>, pada tanggal 8 Februari 2016 pukul 11:46 WIB
- Prastowo, Ari Agung. (2009). *Pemetaan Karakteristik Sosial dan Budaya Masyarakat, Studi Deskriptif Upaya Pemberdayaan Masyarakat dalam Konservasi Air*. 2014. Jakarta: Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara No. ISSN 2085-1979
- Rakhmat, Jalaluddin. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rogers, Everett.(1983). *Diffusion of Innovation Third Edition*. New York: The Free Press.
- Singarimbun, Effendi. (1995). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Venus, Antar. (2009). *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.