

PERANCANGAN VIRTUAL INFLUENCER SEBAGAI MEDIA PENGENALAN GAYA HIDUP ZERO WASTE DI BANYUMAS

Nyimas Ananda Putri Mulyono¹, Ajeng Tita Negoro² dan Gusnita Linda³
*S1 Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom Purwokerto, Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja,
Purwokerto Kidul, Kec. Purwokerto Sel., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53147*

Abstrak : Permasalahan sampah di Indonesia, khususnya di Kabupaten Banyumas, menjadi tantangan serius yang membutuhkan perhatian dan solusi inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang virtual influencer sebagai media pengenalan gaya hidup zero waste di kalangan anak muda Banyumas. Dengan memanfaatkan platform Instagram, virtual influencer ini diharapkan dapat menyampaikan prinsip zero waste melalui pendekatan 5R (Refuse, Reduce, Reuse, Recycle, dan Rot) secara efektif dan menarik. Dalam perancangan ini, metode penelitian kualitatif digunakan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Analisis SWOT diterapkan untuk memahami potensi dan tantangan dari penerapan virtual influencer dalam kampanye ini. Visual karakter dirancang dengan gaya semi-realistis, menggabungkan unsur budaya lokal Banyumas agar lebih relevan dengan audiens. Diharapkan, keberadaan virtual influencer ini dapat meningkatkan kesadaran generasi muda akan pentingnya pengelolaan sampah dan mendorong mereka untuk menerapkan gaya hidup zero waste dalam keseharian. Dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial, solusi ini menawarkan cara inovatif dalam membangun kepedulian lingkungan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Virtual Influencer, Gaya Hidup Zero Waste, Banyumas, Desain Komunikasi Visual, 5R.

Abstract : *Waste management issues in Indonesia, particularly in Banyumas Regency, pose serious challenges that demand attention and innovative solutions. This study aims to design a virtual influencer as a medium for introducing the zero-waste*

lifestyle among young people in Banyumas. By leveraging Instagram, the virtual influencer is expected to effectively and attractively convey the principles of zero waste through the 5R approach (Refuse, Reduce, Reuse, Recycle, and Rot). This design employs a qualitative research method through observation, interviews, questionnaires, and literature studies. A SWOT analysis is applied to understand the potential and challenges of using virtual influencers in this campaign. The character's visuals are designed with a semi-realistic style, incorporating elements of Banyumas' local culture to make it more relevant to the audience. It is hoped that the presence of this virtual influencer will raise awareness among the younger generation about the importance of waste management and encourage them to adopt a zero-waste lifestyle in their daily lives. By utilizing technology and social media, this solution offers an innovative approach to fostering sustainable environmental awareness.

Keywords: *Virtual Influencer, Zero-Waste Lifestyle, Banyumas, Visual Communication Design, 5R.*



PENDAHULUAN

mencapai 175.000 ton perhari. Sehingga dapat diartikan rata-rata penduduk Indonesia dapat menyumbang sampah sebanyak 0.7 kg per harinya (Baqiroh, N. F. a. B., & Nursyifani, B. C. A, 2019). Menurut (KLHK), sektor yang paling banyak menghasilkan sampah ada rumah tangga, yaitu sebanyak 21,88 juta ton per-harinya (Mahdi, M. I. ,2022). Hal ini menunjukkan bahwa pengelola sampah rumah tangga menjadi salah satu tantangan utama dalam upaya mengurangi jumlah sampah di Indonesia

Timbunan sampah yang dibiarkan dapat mencemari air tanah dan membahayakan kesehatan serta ekosistem. Terutama Penanganan sampah yang buruk dapat memicu pelepasan gas beracun seperti metana (CH₄) dan hidrogen sulfida (H₂S), serta menarik hewan pembawa penyakit seperti tikus, lalat, dan nyamuk (Axmalia, A., & Mulasari, S. A., 2020). Menurut WHO, lingkungan buruk memicu penyakit seperti diare, ISPA, dan malaria. Pembakaran sampah ilegal dapat menghasilkan partikel berbahaya penyebab ISPA.

Pemerintah Banyumas, melalui Bapak Ir. Achmad Husein dan DLH, telah mengembangkan teknologi pengelolaan sampah, seperti mengubah sampah anorganik menjadi RDF dan paving block, serta sampah organik menjadi kompos. Program penyuluhan dan aplikasi Jeknyong serta Salin Mas juga diluncurkan, namun masyarakat masih menghasilkan banyak sampah. Pada 14 September 2023, Banyumas menjadi tuan rumah acara Smart Green ASEAN Cities (SGAC) dengan menyelenggarakan “Banyumas Kentongan Night Parade” untuk menyambut delegasi tamu. Acara ini menjadi kebanggaan sekaligus prestasi bagi Banyumas sebagai perwakilan Indonesia dalam forum Smart Green City ASEAN. Namun, rendahnya partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah terlihat dari penumpukan sampah di Jalan Jenderal

Soedirman, hal ini bertentangan dengan prinsip green city. Maka dari itu masyarakat perlu dikenalkan dengan gaya hidup zero waste.

Zero waste adalah pendekatan pengelolaan sampah untuk meminimalkan limbah melalui pemilahan, pengomposan, dan daur ulang. Prinsipnya, Refuse, Reduce, Reuse, Recycle, dan Rot, bertujuan mengurangi konsumsi barang tidak penting. Media sosial efektif untuk mengenalkan gaya hidup zero waste, terutama di kalangan Gen Z (15-25 tahun) yang aktif di platform digital, dengan 63 juta pengguna internet di Indonesia. Anak muda yang cenderung lebih terbuka terhadap perubahan dan inovasi dalam gaya hidup, lebih mudah menerima konten mengenai gaya hidup zero waste. Kolaborasi teknologi dan media sosial memungkinkan penyajian konten edukasi menarik, salah satunya melalui virtual influencer, karakter CG dengan visual menyerupai manusia (Wibawa, R. C., Pratiwi, C. P., Wahyono, E., Hidayat, D., & Adiasari, W., 2022). Virtual influencer populer di kalangan anak muda karena konten audio visual interaktif yang disukai 75% generasi muda di Indonesia. Mereka menarik perhatian dengan visual unik dan interaksi langsung, menjadikannya peluang baik untuk edukasi zero waste.

Dari ulasan di atas, penulis tertarik untuk merancang virtual influencer sebagai media pengenalan gaya hidup zero waste. Virtual influencer ini akan menjadi representasi karakter manusia yang dipersonalisasi sesuai dengan preferensi anak muda. Melalui platform Instagram, virtual influencer ini akan menyebarkan konten mengenai pengenalan gaya hidup zero waste dengan menerapkan metode 5R dalam kehidupan sehari-hari. Pemilihan platform Instagram disebabkan oleh popularitasnya di kalangan anak muda dan kemudahan akses yang dimilikinya. Selain itu, Instagram dikenal sebagai media sosial berbasis visual. Diharapkan keberadaan virtual influencer ini dapat menginspirasi anak-anak muda di Banyumas untuk mengelola sampah

dengan lebih baik, sehingga sampah tidak hanya dianggap sebagai barang yang dibuang, tetapi juga memiliki potensi manfaat yang besar.

METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial melalui pengamatan langsung, interaksi dengan partisipan, dan analisis naratif. Metode ini didasarkan pada pola pikir induktif, dimana penelitian mengumpulkan data tanpa memiliki hipotesis awal yang tetap, sehingga memungkinkan munculnya temuan-temuan baru secara organik dari data yang terkumpul (Adam, 2019). Adapun tahapan penulis dalam melakukan penelitian antara lain:

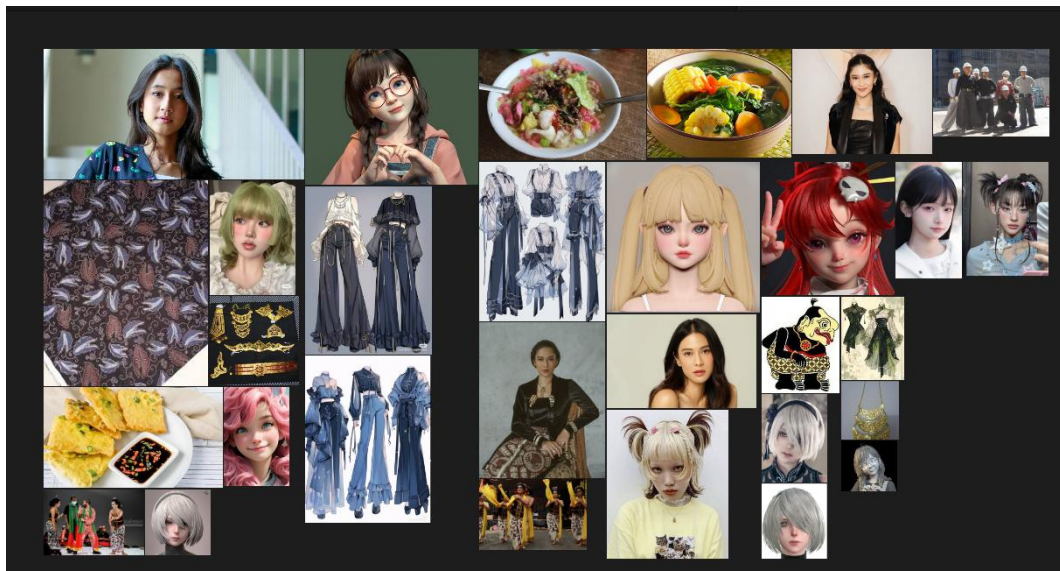
- Analisis : Tahap yang digunakan untuk mencari sebuah masalah dan kebutuhan sebelum ke tahap desain.
- Perancangan : Sebuah proses yang melibatkan analisis, pengembangan ide hingga pembuatan model atau sketsa.
- Produksi : Proses merancang atau pembuatan sebuah desain sesuai dengan spesifikasi yang ada.

Objek penelitian merupakan fokus utama dalam sebuah studi. Objek ini biasanya berupa konsep, fenomena, atau gejala alamiah yang akan di analisis (Geograf, 2024). Objek penelitian menunjukkan apa yang ingin diteliti oleh peneliti baik berupa masalahnya, pertanyaan, hipotesis, atau tujuan. Objek Penelitian dalam penelitian ini adalah permasalahan sampah yang ada di Banyumas serta kebiasaan masyarakat Banyumas dalam membuang sampah.

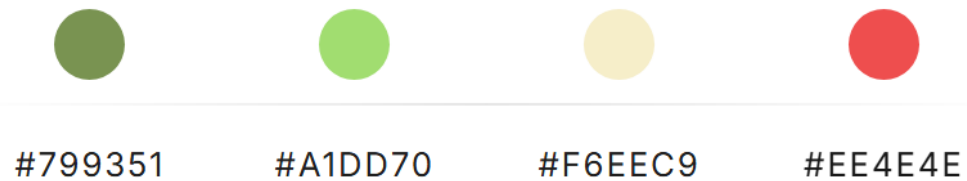
Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan metode SWOT. Metode ini dijabarkan dalam 4 bagian yaitu, Kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threat*). Metode ini digunakan untuk menentukan *positioning* dan *unique selling point* (USP) dari *Virtual influencer* yang akan dibuat.

HASIL DAN DISKUSI

Karakter virtual influencer ini dirancang agar relevan dengan Gen Z, menggabungkan nilai zero waste dengan nuansa tradisional. Dalam proses brainstorming, dipertimbangkan kepribadian, gaya hidup, serta latar belakang budaya untuk menciptakan karakter yang autentik dan relatable. Influencer ini akan dibawakan sebagai warga Banyumas dengan sifat cablaka—gaya bicara lugas, to the point, dan menghibur. Selain itu, karakter ini juga digambarkan sebagai remaja yang trendy dan kekinian, menggabungkan identitas budaya lokal dengan gaya hidup modern agar mudah diterima oleh audiens.



Gambar 1 Refrensi Visual
(Sumber gambar: www.artstation.com)



Gambar 2 Pallette warna
(Sumber gambar: Dokuemntasi pribadi)

Palet warna karakter virtual influencer terinspirasi dari soto Sokaraja, makanan khas Banyumas, untuk menciptakan kesan playful dan alami. Hijau zaitun mencerminkan alam, hijau terang menambah energi, krem lembut menciptakan kedekatan, sementara merah terang sebagai aksent yang menarik perhatian serta melambangkan keberanian dan ketegasan.



Gambar 3 Sketsa karakter
(Sumber gambar: Dokuemntasi pribadi)

Dalam gambar final ini, karakter virtual influencer sudah mengalami perubahan dalam tinggi dan bentuk wajah, namun tidak mengubah konsepnya. Dalam karakter ini, penulis ingin menggambarkan konsep virtual influencer yang memiliki sifat ceria, energik, dan cablaka. Hal ini terlihat dari

tubuhnya yang kecil dan wajahnya yang ekspresif, mencerminkan semangat yang positif.



Gambar 4 Karakter Arumi Resi
(Sumber gambar: Dokuemntasi pribadi)

Selain itu, kain lumbon yang dikenakan karakter juga memiliki makna mendalam. Yaitu mencerminkan masyarakat banyumas untuk beradaptasi dan bergaul dengan siapa saja tanpa membedakan latar belakang. Mana ini sejalan dengan konsep perancangan karakter di mana diharapkan dapat memberikan pengaruhnya kepada semua orang di Banyumas tanpa memandang perbedaan. Karakter ini diharapkan bukan hanya menjadi simbol keceriaan, tetapi juga menjadi inspirasi bagi banyak orang untuk lebih menghargai lingkungan dengan menerapkan gaya hidup zero waste.

KESIMPULAN

Perancangan virtual influencer untuk mengenalkan dan melestarikan gaya hidup zero waste melalui beberapa tahap, dari riset pasar hingga penerapan. Mengetahui selera dan kebiasaan audiens menjadi kunci dalam membentuk karakter yang ceria dan modern.

Media pendukung, seperti iklan dan merchandise (T-shirt, stiker, gantungan kunci, totebag, poster), digunakan untuk meningkatkan awareness, dipilih berdasarkan survei penggemar budaya populer Jepang.

Hasil perancangan menunjukkan bahwa virtual influencer bisa menjadi media edukatif dan hiburan, menggabungkan elemen tradisional dan modern. Dengan pendekatan visual interaktif, influencer ini mampu menjangkau audiens luas, menyampaikan prinsip zero waste secara kreatif, dan menginspirasi gaya hidup berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Axmalia, A., & Mulasari, S. A. (2020). Dampak tempat pembuangan akhir sampah (TPA) terhadap gangguan kesehatan masyarakat. *Jurnal Kesehatan Komunitas (Journal of Community Health)*, 6(2), 171–176. <https://doi.org/10.25311/keskom.vol6.iss2.536>
- Baqiroh, N. F. a. B., & Nursyifani, B. C. A. (2019, February 21). Timbulan Sampah Nasional Capai 64 juta ton per Tahun. *Bisnis.com*. [https://ekonomi.bisnis.com/read/20190221/99/891611/timbulan-sampah-nasional-capai-64-juta-ton-per-tahun%20\(accessed%20Nov.%2013,%202023\)](https://ekonomi.bisnis.com/read/20190221/99/891611/timbulan-sampah-nasional-capai-64-juta-ton-per-tahun%20(accessed%20Nov.%2013,%202023)).
- Geograf. (2024, January 9). *Pengertian subjek dan objek penelitian*. Geograf. <https://geograf.id/jelaskan/pengertian-subjek-dan-objek-penelitian/>

Mahdi, M. I. (2022, February 8). Indonesia Hasilkan 21,88 Juta Ton Sampah pada 2021. *Data Indonesia: Data Indonesia for Better Decision. Valid, Accurate, Relevant.*
<https://dataindonesia.id/varia/detail/indonesia-hasilkan-2188-juta-ton-sampah-pada-2021>

Wibawa, R. C., Pratiwi, C. P., Wahyono, E., Hidayat, D., & Adiasari, W. (2022). Virtual influencers : Is the persona trustworthy? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 12(1), 51–62.
<https://doi.org/10.34010/jamika.v12i1.6706>