

## Perancangan Media Promosi Noken Papua sebagai Kampanye Pelestarian pada Produk Ramah Lingkungan

Dwi Grahito Edhi<sup>1</sup>, Kandiya Asoka Kristiwi<sup>2</sup>, dan Ricky Alvin Kusuma<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Ma Chung  
Jalan Villa Puncak Tidar N-01, Malang, Indonesia,

**Korespondensi:** Dwi Grahito Edhi (332110005@student.machung.ac.id)

*Received:* 24 Juli 2024 – *Revised:* 31 Agustus 2024 - *Accepted:* 05 Sept 2024 - *Published:* 10 Sept 2024

**Abstrak.** Masalah sampah plastik menjadi tantangan besar bagi Pemerintah Kota Merauke, Papua. Sebagai solusi alternatif yang lebih ramah lingkungan, penggunaan Noken, tas tradisional yang merupakan simbol budaya Papua, diusulkan sebagai pengganti kantong plastik. Maka dari itu, diperlukan kampanye promosi melalui media seperti poster dan video yang ditargetkan khusus bagi generasi muda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk menggali makna, konsep, dan karakteristik fenomena yang ada. Pendekatan kualitatif ini menekankan pencarian pemahaman yang holistik dan alami, menggunakan berbagai metode, serta disajikan secara naratif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital adalah alat yang efektif untuk menjangkau generasi muda di Kota Merauke. Kampanye yang dinamakan "*The Eco Movement*" atau "*teco*". ini menggunakan video dan poster untuk mempromosikan pelestarian Noken serta meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap warisan budaya Papua ini sebagai alternatif penggunaan kantong plastik.

**Kata kunci:** kampanye, media promosi, noken

---

**Citation Format:** Edhi, D.G., Kristiwi, K.A., & Kusuma, R.A. (2024). Perancangan Media Promosi Noken Papua sebagai Kampanye Pelestarian pada Produk Ramah Lingkungan. *Prosiding SENAM 2024: Seminar Nasional Desain Komunikasi Visual Universitas Ma Chung*. 4, 103-112. Malang: Ma Chung Press.

---

### PENDAHULUAN

Permasalahan sampah merupakan isu sosial yang masih sulit diatasi dan sering menjadi sorotan dalam masyarakat. Permasalahan ini telah menjadi persoalan serius yang tidak hanya terjadi di Indonesia saja, tapi juga di beberapa negara lain. Pertumbuhan populasi dan meningkatnya jumlah konsumsi menyebabkan peningkatan volume sampah secara signifikan. Sementara itu, tantangan besar dalam pengelolaan sampah ini adalah mengubah perilaku masyarakat dari pola "*kumpul-buang-angkut*" menjadi "*pilah-pilih*" di sumbernya, seperti rumah tangga, untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan sampah.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) mencatat Indonesia telah menghasilkan 69,7 juta ton sampah sepanjang tahun 2023 lalu. Yang berarti dalam satu hari, produksi sampah nasional bisa mencapai sebanyak 175.000 ton. KLHK juga menyebutkan bahwa sumber sampah yang paling dominan berasal dari sampah rumah tangga yang mencapai 48%. Sampah pasar tradisional menduduki peringkat kedua dengan angka persentase sebesar 24%, dan 9% berasal dari kawasan komersial. Sisanya berasal dari berbagai fasilitas publik seperti sekolah, kantor, dan lain-lain. Menurut Hidayat *et al.* (2019), tidak adanya sistem pengelolaan sampah yang efektif di Indonesia menjadi penyebab dari penumpukan sampah sehingga memerlukan kebijakan pemerintah yang mengutamakan pengendalian sampah. Menurut Utaminingsih & Cangara (2020), pengelolaan sampah yang tidak tepat dapat menyebabkan pencemaran udara, air, dan tanah, sehingga berdampak pada sektor ekonomi, kesehatan, dan kesejahteraan sosial. Seperti yang dikutip dari Detik Jogja, terjadi ancaman pencemaran sumber air yang diakibatkan oleh pembuangan sampah ilegal di kawasan bekas tambang batu kapur di daerah Gunung Kidul, Yogyakarta. Eksistensi sampah yang dibuang secara ilegal berpotensi mencemari sumber mata air di area tambang yang menjadi perhatian utama bagi Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Gunung Kidul, sebagaimana dituliskan oleh Fardi (2024) dalam berita tersebut.

Permasalahan ini tentunya tidak hanya terjadi di kota-kota besar di Indonesia tetapi juga terjadi di Kota Merauke yang juga menghadapi tantangan dalam masalah pengelolaan sampah yang terus meningkat. Terhitung pada awal 2020, jumlah sampah meningkat 200 kali lipat sejak tahun 2000. Rata-rata masyarakat Merauke membuang sampah 45 hingga 50 ton dalam sehari, dan hanya terhitung pada masyarakat yang berlangganan pada bank sampah, sedangkan masih banyak masyarakat yang membuang sampah di sembarang tempat. Hal ini dapat berdampak langsung pada lingkungan dan kesehatan manusia karena dapat menyebabkan polusi pada tanah, udara, air dan juga berdampak pada perubahan iklim melalui emisi gas rumah kaca. Meskipun pemerintah daerah setempat sudah berupaya mengatasi permasalahan ini melalui Dinas Lingkungan Hidup melaksanakan launching program pengendalian sampah plastik dan penerapan Peraturan Bupati nomor 23 tahun 2019 tentang pengurangan penggunaan kantong plastik. Kegiatan ini dilakukan sebagai langkah awal dalam pengendalian penggunaan plastik dan mendorong partisipasi masyarakat dalam pengolahan sampah secara efektif. Namun, hal ini dirasa kurang dalam penerapannya, perilaku masyarakat yang masih kurang akan kesadaran dalam menjaga

kebersihan lingkungan tetap menjadi hambatan untuk penanganan sampah di Kota Merauke.

Untuk itu, perlu adanya pencegahan dan penanganan mengingat jumlah penduduk di Kota Merauke tidak sama dengan jumlah penduduk di pulau Jawa. Pemerintah Kota Merauke dapat mengambil langkah dengan mengurangi penggunaan kantong plastik dan menganjurkan penggunaan tas Noken sebagai penggantinya. Noken adalah tas yang menjadi simbol budaya penting bagi masyarakat Papua. Tas ini terbuat dari serat alami seperti kulit pohon nira atau pohon rami, sehingga dapat dikatakan bahwa noken adalah sebuah produk yang ramah lingkungan. Seiring berjalannya era modernisasi yang mulai menggantikan berbagai hal tradisional, terjadi penurunan jumlah perempuan Papua yang memiliki kemampuan untuk merajut Noken. Hal ini dapat menjadi masalah dalam mempertahankan Noken sebagai bagian dari budaya Papua, karena hanya kaum perempuan yang diperbolehkan untuk merajutnya. Maka diperlukan perancangan media promosi sebagai bentuk kampanye penggunaan tas Noken sebagai pengganti kantong plastik.

Noken merupakan sebuah tas yang berasal dari Papua, dan menjadi simbol budaya yang penting bagi masyarakat Papua. Noken memiliki berbagai macam ukuran dan motif yang biasanya digunakan dalam segala bentuk kegiatan sehari-hari seperti memuat kayu, membawa tanaman hasil panen dan barang-barang yang lain. Menurut Husain *et al.* (2023), ratusan suku yang tersebar di Papua memiliki cara tersendiri untuk menyebutkan kantong (tas) dari kulit kayu tersebut. Suku Dani mengatakan Noken “*Su*”, suku Biak mengatakan Noken “*Inokson*”, suku Moor mengatakan Noken “*Aramuto*”, bahkan suku Marind yang berada di Merauke mengatakan Noken “*Mahyan*”. Apapun penyebutan pada Noken serta jenis kulit pohon yang digunakan, pembuatannya memiliki makna sakral dalam budaya orang Papua. Dalam Kebudayaan orang Papua, Noken digunakan dalam upacara adat, seperti kelengkapan dalam sebuah lamaran, upacara perkawinan, upacara inisiasi anak, pengangkatan kepala suku, serta sebagai sebuah harta. Sehingga, noken sudah menyatu dengan kebudayaan masyarakat Papua dalam waktu yang lama. Seiring dengan berjalannya pembuatannya, noken diproduksi dari bahan hutan alami sejak nenek moyang dan proses pewarisnya turun temurun hingga saat ini. Dalam kebudayaan masyarakat Papua, Noken memiliki makna simbol kehidupan, perdamaian serta kesuburan, dimana tas yang dirajut dari bahan kulit kayu tersebut memiliki arti penting pada kehidupan masyarakat Papua khususnya di daerah pedalaman. Di wilayah pedalaman Papua, perempuan Papua yang belum mampu untuk membuat Noken dianggap belum

mencapai kedewasaan serta dianggap belum bisa melakukan pernikahan. Akan tetapi seiring dengan berkembangnya zaman, sudah tidak banyak perempuan Papua yang bisa merajut Noken, yang disebabkan berbagai alasan, terlebih bagi mereka yang tinggal di daerah perkotaan, dimana modernisasi telah menggantikan berbagai hal yang bersifat tradisional. Hal ini juga yang menjadi permasalahan dalam mempertahankan budaya ini karena laki-laki tidak diperbolehkan untuk merajut Noken.

Kampanye merupakan sebuah kegiatan yang biasanya sering dihubungkan dalam dunia politik, namun tidak hanya digunakan untuk kepentingan politik kampanye dapat di digunakan sebagai media komunikasi. Kampanye merupakan sebuah kegiatan komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan serta dapat meningkatkan kesadaran dan pendapat masyarakat pada isu-isu besar yang sedang di perjuangkan. Kampanye bisa menjadi hal yang sangat penting bagi suatu komunitas atau instansi untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Karena kegiatan ini bertujuan untuk memberikan literasi kepada masyarakat agar dapat mengubah pola pikir atau stigma sebagai tujuan dari sebuah kampanye. Kampanye didefinisikan sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu. Dalam melaksanakan kampanye, terdapat empat unsur yang harus dimiliki, yaitu tujuan, sasaran kampanye, kegiatan kampanye, dan serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir untuk kampanye. Terdapat berbagai bentuk media yang berdampak pada kampanye sosial. Foto potret adalah salah satu contoh yang paling banyak digunakan karena dapat menjalin komunikasi yang kuat dan memiliki kemampuan dalam membangkitkan emosi (Putra *et al.*, 2019). Tyas & Soewardikoen (2015) memberikan contoh lain dari media kampanye berupa media cetak dan digital, seperti *website*, media sosial, infografis, brosur, poster, dan *merchandise*. Dalam perancangan media promosi Noken, kampanye akan dilakukan dengan menggunakan media poster dan video yang tentunya diharapkan dapat berdampak bagi masyarakat luas terkhususnya masyarakat Papua. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pangestu (2019), dapat dikatakan bahwa kampanye merupakan upaya yang efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial. Penelitian oleh Indah & Junaidi (2021) juga menunjukkan bahwa penggunaan poster dan video dalam kampanye dapat meningkatkan pengetahuan, mengubah sikap, serta praktik pada target audiens. Sehingga dengan kampanye untuk Noken ini, bisa menjadi sarana yang efektif untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pelestarian produk ramah lingkungan.

## MASALAH

Salah satu tantangan yang akan muncul dalam pelaksanaan perancangan ini adalah resistensi masyarakat terhadap perubahan kebiasaan atau gaya hidup yang tentunya dipengaruhi oleh lingkungan hidupnya. Karena manusia dan lingkungan merupakan dua faktor yang terus berinteraksi dan terus saling mempengaruhi, perilaku manusia bisa merubah lingkungan misalnya manusia menebang hutan, sebaliknya lingkungan sangat berpengaruh terhadap bagaimana manusia berperilaku (Nuqul, 2013).

## METODE PELAKSANAAN

Perancangan ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi inkuiri yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multi metode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi studi literatur terpercaya tentang noken yang menjadi acuan dalam pembuatan metode perancangan. Proses pengumpulan data dilakukan melalui tinjauan pustaka dari literatur yang didapatkan untuk memahami fungsi noken di dalam masyarakat Papua berdasarkan referensi dari buku, jurnal, dan artikel yang relevan. Data-data yang diperoleh menjadi sumber rancangan media promosi didapatkan dari jurnal-jurnal atau artikel-artikel yang kredibel untuk mendapatkan informasi yang valid, yang berhubungan dengan objek perancangan. Penelitian kualitatif dilakukan dengan memilah data-data yang telah dikumpulkan, kemudian difokuskan kepada poin-poin yang penting dan membuang hal yang tidak penting. Hasil dari memilah data kemudian disajikan dengan rinci secara naratif, dan menghasilkan kesimpulan dari data yang telah dipilah. Setelah dilakukan penelitian kualitatif terhadap objek perancangan, akan ada beberapa tahapan yang perlu dilakukan untuk media promosi kampanye.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

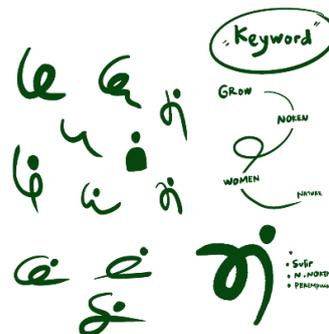
Perancangan media promosi dalam rangka mengkampanyekan penggunaan Noken ini memiliki sasaran terhadap selera dan preferensi anak muda, terutama terkait preferensi mereka untuk berbelanja di supermarket dibandingkan dengan di pasar tradisional. Pada studi yang dilakukan oleh Riviera *et al.* (2022) ditunjukkan bahwa konsumen dari kalangan

anak muda lebih banyak memilih berbelanja di supermarket dengan alasan kenyamanan dan pilihan produk yang lebih beragam dan faktor ketersediaan fasilitas yang lebih lengkap serta informasi produk yang dapat diakses *online*. Sensitivitas dan kecenderungan generasi muda untuk tertarik dengan media promosi digital juga menjadi pertimbangan dalam penyusunan perancangan ini. Akses internet yang luas dan banyaknya waktu *online* yang dihabiskan menjadi kesempatan untuk mencapai target pasar serta media promosi digital dinilai lebih efektif untuk melakukan pendekatan dengan generasi muda (Fathinasari *et al.*, 2023). Ditekankan pula bahwa perancangan ini adalah untuk memperkenalkan Noken sebagai alternatif dari kantong plastik, mengingat pengelolaan sampah plastik menjadi tantangan besar di Kota Merauke dikarenakan partisipasi masyarakat dalam hal ini masih rendah. (Sholihah & Akliyah, 2022)

### Perancangan Media Promosi

Dengan mempertimbangkan preferensi beserta faktor lainnya, kampanye ini akan menggunakan media digital untuk menjangkau para generasi muda ter-khususnya di Kota Merauke secara efektif. Media digital yang digunakan antara lain adalah video dan poster, yang dibuat dengan tujuan mempromosikan *The Eco Movement* atau disingkat sebagai “teco.” sebagai kampanye pelestarian Noken dan untuk meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap eksistensi Noken sebagai warisan budaya Papua yang dapat menjadi alternatif bagi penggunaan kantong plastik. Selain itu, juga terdapat logo yang menjadi perantara dalam menyampaikan pesan dalam kampanye (Sijabat *et al.*, 2021). Adapun proses perancangan berupa syuting dan pemotretan dilaksanakan di supermarket Transmart Malang, sebagaimana telah dinyatakan oleh Riviera *et al.* (2022) bahwa konsumen dari kalangan generasi muda lebih banyak memilih untuk berbelanja di supermarket, sehingga pendekatannya bisa lebih tepat sasaran.

### Logo



**Gambar 1.** Sketsa proses perancangan logo



**Gambar 2.** Hasil akhir dan penjelasan elemen logo

Penggunaan logo dalam kampanye sangat penting karena logo berfungsi sebagai identitas visual yang sangat kuat dan konsisten, yang dapat membantu menciptakan pengenalan memori yang mudah diingat oleh masyarakat. Dan perancangan logo ini terdapat beberapa tahap yang antara lain adalah sebagai berikut.

(1) Sketsa

Dalam tahap ini, terdapat proses riset tentang tema kampanye, target audiens, dan elemen visual yang relevan. Kemudian membuat beberapa sketsa kasar yang berhubungan dengan tema kampanye tersebut.

(2) Finalisasi

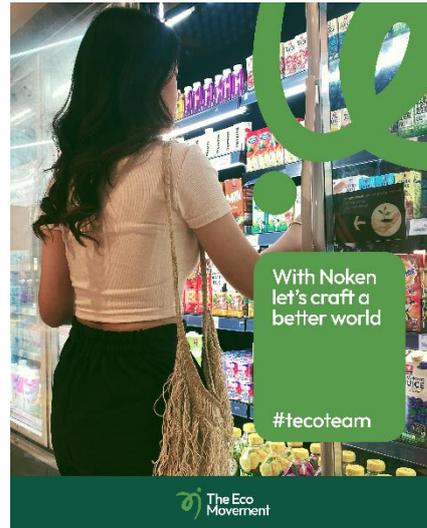
Setelah memilih sketsa terbaik, sketsa diubah menjadi format digital vektor dengan menggunakan software digital untuk memastikan logo dapat diskalakan tanpa mengurangi kualitas.

### **Pembuatan Poster Kampanye**

Perancangan poster ini merupakan salah satu bentuk alat komunikasi yang dapat tersebar secara efektif dalam kampanye ini. Penyebaran poster ini dilakukan melalui beberapa platform media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan memanfaatkan media digital, kampanye diharapkan dapat menarik audiens yang tidak hanya pada masyarakat Kota Merauke tetapi juga dapat menjangkau untuk seluruh masyarakat Indonesia agar lebih sadar untuk menjaga pelestarian lingkungan.



a



b

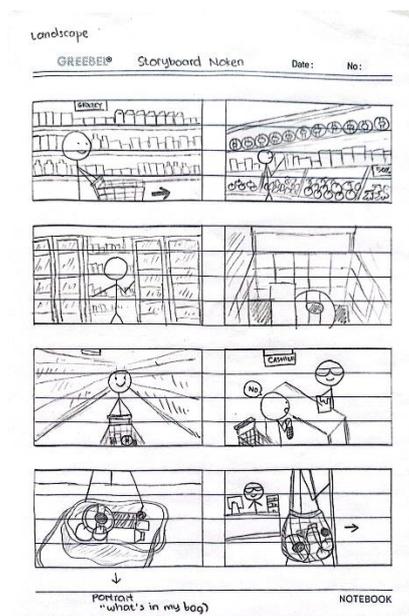
**Gambar 3.** Poster kampanye

**Pembuatan Video Kampanye**

Menurut Fitri & Ardoni (2019) dan Azim & Ardoni (2019), merancang sebuah video kampanye yang efektif melibatkan beberapa tahapan utama seperti tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi, yang dapat dijabarkan sebagai berikut.

(1) Pra Produksi

Dalam tahap ini, dirancang sebuah *storyboard* yang mencakup dari segi *angle* dan pergerakan kamera, disesuaikan dengan lokasi syuting, yang akan menjadi acuan dalam proses produksi video.



**Gambar 4.** *Storyboard* Video Kampanye

(2) Produksi

Pada tahap ini, dilakukan proses pembuatan video yang berlokasi di Transmart Malang dan menggunakan 2 orang model untuk video kampanye penggunaan Noken.



a



b

**Gambar 5.** Potongan Hasil Video Kampanye

(3) Paska Produksi

Proses pengeditan video dalam tahapan ini, diawali dengan memilih klip yang layak digunakan dalam video kampanye serta memilih *background* yang cocok. Setelahnya dilaksanakan proses *editing* lebih lanjut dengan memotong video, *color grading*, dan revisi.

## KESIMPULAN

Permasalahan sampah di Merauke, Papua Selatan, harus tetap menjadi perhatian utama pemerintah. Penggunaan noken sebagai pengganti kantong plastik bisa menjadi langkah awal yang signifikan dalam mengurangi dampak sampah. Kampanye melalui poster dan video diharapkan dapat menjadi pendekatan efektif yang merangkul masyarakat, khususnya anak muda Kota Merauke, untuk mendukung penggunaan dan pelestarian noken yang semakin langka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azim, M., & Ardoni, A. (2019). Pembuatan video promosi di Perpustakaan SMP N 18 Padang. *Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan*.
- Fardi, M. I. A. (2024, May 10). Ancaman pencemaran sumber air di balik sampah ilegal Gunungkidul. *Detikjogja*. <https://www.detik.com/jogja/berita/d-7333943/ancaman-pencemaran-sumber-air-di-balik-sampah-ilegal-gunungkidul>
- Fathinasari, A. A., Purnomo, H., & Leksono, P. Y. (2023). Analysis of the study of digital marketing potential on product purchase decisions in Generation Z. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 6(5), 1075-1082.
- Fitri, D. F., & Ardoni, A. (2019). Pembuatan video promosi perpustakaan di Perpustakaan

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang. *Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan*.

- Hidayat, Y. A., Kiranamahsa, S., & Zamal, M. A. (2019). A study of plastic waste management effectiveness in Indonesian industries. *AIMS Energy*.
- Husain, N. A., Yusuf, M., Kadir, A., & Muhandy, R. S. (2023). Tas tradisional “Noken” solusi mengatasi limbah kantong plastik. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 229–240. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v6i1.2249>
- Indah, J., & Junaidi, J. (2021). Efektivitas penggunaan poster dan video dalam meningkatkan pengetahuan dan sikap tentang buah dan sayur pada siswa Dayah Terpadu Inshafuddin. *Jurnal SAGO Gizi dan Kesehatan*.
- Nuqul, F. L. (n.d.). Pengaruh lingkungan terhadap perilaku manusia: Studi terhadap perilaku menonton bioskop. *Jurnal Sosiologi*, 2(2), 20–34.
- Pangestu, R. (2019). Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*.
- Putra, I. P., Dinata, R. D., & Wijaya, A. (2019). Portrait photo study as communication media in a political campaign. *Jurnal Nawala Visual*.
- Riviera, K., Suharno, & Fauzi, P. (2022). How consumers perceive towards traditional or modern markets proven by consumer preference logistic regression. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Sholihah, R., & Akliyah, L. S. (2022). Kajian sistem pengelolaan sampah berdasarkan aspek peran serta masyarakat di kawasan perkotaan Merauke. *Bandung Conference Series: Urban & Regional Planning*.
- Sijabat, S., Indah, T. A., Ramadhan, F., Pulungan, A. R., & Hasibuan, S. H. (2021). Faktor-faktor yang menentukan keberhasilan produk melalui desain logo pada produk Og Home Care.
- Tyas, O. E., & Soewardikoen, D. W. (2015). Social campaign media design of books for Papua. *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual*, 7(1), 15-24. <https://doi.org/10.5614/jkvw.2015.7.1.2>
- Utaminingsih, N. S., & Cangara, A. R. (2020). The half-dead of earth. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 575, Article 012048. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/575/1/012048>



© 2024 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).