

KAMPANYE PENGELOLAAN LIMBAH ROKOK UNTUK KOGARASHI COFFEE BANDUNG

Muhammad Andhyka Satria,¹ Genial Nabilaisyah Firdauzi,²
Wahyu Dinar Syakuntala,³ Syifa Dwi Kurnia⁴

^{2,3,4}Telkom Creative Industries School
Universitas Telkom

E-mail: andikamuhammad@student.telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat tentang bahaya dan potensi limbah rokok dengan lokasi penelitian pada kedai kopi yang ada di Kota Bandung. Pengumpulan data dilakukan metode observasi, wawancara, serta kuesioner. Sedangkan metode perancangan yang digunakan adalah *design thinking* yang dicetuskan oleh *interaction design foundation*. Perancangan grafis kampanye melalui kemasan rokok ini, diharapkan dapat bermanfaat dari segi *functional*, *emotional* dan *life changing*. Hasil penelitian berupa desain grafis tentang *Cigarettes Waste Management Campaign* yang direspon positif baik oleh pengunjung maupun pemilik kedai kopi.

Kata kunci: desain, sampah, desain grafis, *campaign*, puntung rokok

ABSTRACT

Cigarettes Waste Management Campaign for Kogarashi Coffee Bandung. This study aims to increase public awareness about the dangers and potential of cigarette waste with research locations in coffee shops in Bandung City. Data collection was carried out by observation, interview, and questionnaire methods. While the design method used is design thinking initiated by the interaction design foundation. The graphic design campaign through cigarette packaging is expected to be useful in terms of functional, emotional and life changing. The results of the research are in the form of graphic design about the Cigarettes Waste Management Campaign which is responded positively by both visitors and coffee shop owners.

Keywords: design, waste, graphic design, campaign, cigarretes butt

1. Pendahuluan

Indonesia adalah salah satu negara yang sebagian besar penduduknya adalah perokok aktif. Berdasarkan data Kementerian Kesehatan, Indonesia saat ini berada di urutan ketiga jumlah perokok aktif terbanyak sejumlah 1.4 Juta perokok setelah China dan India dimana hal tersebut akan berdampak negatif bagi kesehatan maupun perekonomian masyarakat (Nabila, 2021; Soraya, 2023; Triyono, 2022). Menurut data Menteri Kesehatan tahun 2017 ada sekitar 61 juta orang atau sepertiga dari total seluruh penduduk merupakan perokok aktif. Bahkan jumlah perokok laki-laki Indonesia menduduki peringkat pertama terbanyak dunia (Azhari, 2023). Karena banyaknya perokok di Indonesia, ini menyebabkan Indonesia sebagai salah satu negara penyumbang sampah puntung rokok terbanyak di dunia. Puntung rokok menjadi salah satu masalah yang penting, karena Berdasarkan data dari NY Daily News, 2018 dalam (Simanjuntak, 2018), puntung rokok juga termasuk dalam jenis limbah beracun yang berbahaya, puntung rokok memiliki berbagai macam bahan. Puntung rokok juga dapat mengganggu siklus lingkungan dan kehidupan.

Banyaknya jumlah perokok akan meningkatnya pula jumlah limbah puntung rokok yang dibuang sembarangan. Puntung rokok yang dibuang sembarangan tersebut akan banyak terdapat di lingkungan sehingga dapat merusak keindahan lingkungan. Selain itu, sangat memungkinkan juga bila zat berbahaya yang ada di dalam puntung rokok dapat masuk kedalam tumbuh-tumbuhan yang kita konsumsi karena terkontaminasi oleh puntung rokok yang dibuang sembarangan.

Puntung rokok terlihat hal sepele, namun dampak dari puntung rokok tersebut sangat berbahaya bagi lingkungan sekitar kita dan diri kita sendiri. Menurut WHO, kebiasaan membuang puntung rokok secara tidak sengaja dibudidayakan oleh jutaan orang. Sedikitnya dua pertiga puntung rokok berserakan di trotoar atau saluran air dan berakhir di lautan. Padahal, puntung rokok merupakan limbah berbahaya dan beracun setara dengan limbah pabrik yang akan

mencemari lingkungan dan membahayakan kelangsungan hidup manusia (Rahman, 2022).

Secara global, lebih dari 6 triliun batang rokok diproduksi setiap tahun. Sebagian besar dari hampir 6 triliun batang rokok yang dihisap setiap tahun dibuang sembarangan, dan filter pada rokok terbuat dari bahan plastik yang sangat berbahaya bagi pantai dan lautan. Akibatnya, diperkirakan 4,5 triliun puntung rokok dibuang setiap tahun di seluruh dunia. Filter, atau puntung rokok, terutama terbuat dari mikroplastik yang disebut serat selulosa asetat. Puntung rokok menghasilkan lebih dari 766 juta kilogram limbah beracun setiap tahun. Mereka juga merupakan salah satu bagian paling umum dari puing-puing plastik di pantai, membuat ekosistem laut lebih rentan terhadap tumpahan mikroplastik.

Puntung rokok yang tidak diolah dipecah oleh faktor-faktor seperti sinar matahari dan kelembaban, melepaskan mikroplastik, logam berat, dan banyak bahan kimia lainnya yang memengaruhi layanan kesehatan dan ekosistem. Dalam hal ini, filter rokok memecah menjadi potongan-potongan kecil plastik yang mengandung dan akhirnya melepaskan beberapa dari 7.000 bahan kimia yang terkandung dalam rokok, banyak di antaranya beracun bagi lingkungan dan setidaknya 50 di antaranya telah diketahui sebagai karsinogen manusia.

Ketika bahan kimia berbahaya dalam mikroplastik tertelan, mereka dapat menyebabkan kematian jangka panjang kehidupan laut termasuk burung, ikan, mamalia, tanaman dan reptil. Mikroplastik ini juga memasuki rantai makanan dan dikaitkan dengan efek kesehatan manusia yang serius, termasuk perubahan genetika, perkembangan otak, laju pernapasan, dan banyak penyakit lainnya (Rahman, 2022).

Kurang kesadaran masyarakat akan sampah, dan khususnya puntung rokok, dapat dilihat dari saat acara-acara besar yang diselenggarakan. Salah satunya juga fenomena saat Asian Games 2018, di mana beberapa penonton asal Jepang terlihat memungut puntung rokok di lingkungan GBK (Gelora Bung Karno), hal ini menjadi viral dan bisa sebagai pengingat bagi masyarakat untuk lebih

peka dan peduli terhadap lingkungan (Wahyudi, 2018). Beberapa penelitian telah berupaya untuk mengelola limbah puntung rokok menjadi produk fungsional (Adita & Tembriano, 2024; Ladangku, 2021; Libranito et al., 2023). Namun di sisi lain, masyarakat juga harus diberikan kesadaran akan bahaya dari limbah puntung rokok tersebut.

Menanggapi fenomena di atas, penelitian ini bertujuan untuk membuat "*Cigarettes Waste Management Campaign* di Kogarashi Coffee" dengan harapan dapat meningkatkan *awareness* tentang bahaya dan potensi limbah rokok setidaknya kedai kopi yang ada di Kota Bandung. Tempat yang dijadikan sebagai studi kasus sekaligus kolaborator adalah Kogarashi Coffee. Alasan memilih Kogarashi Coffee dikarenakan berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan terhadap pemilik Kogarashi Coffee, permasalahan yang ada di Kogarashi Coffee tentang limbah puntung rokok sudah terbilang cukup besar sampai mengganggu operasional dari Kogarashi Coffee.

Adapun penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Anna Elisabeth Simanjuntak perihal Kampanye Kesadaran Buang Sampah Puntung Rokok. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada lokus/tempat penelitian Anna yang melakukan penelitian pada *event* Jakarta Warehouse Project (DWP). Selain itu, *design campaign* yang dilakukan berbeda karena melalui penelitiannya, Anna melakukan *design campaign* melalui kemasan rokok (Simanjuntak, 2018), sedangkan penelitian ini tidak melakukan *design campaign* melalui kemasan rokok.

Selain itu, ada perbedaan pula dengan perancangan Ballot Box dalam *campaign* "*Bin Your Butts*" yang dilakukan di Cyprus dan Ecofilter Mexico. Perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan yakni tempat penelitian, dimana pada penelitian ini hanya menitikberatkan kepada kedai kopi.

2. Metode

Perancangan ini menggunakan metode *Design Thinking*. Buku "*How do you Design*" karya Hugh Dubberly (Dubberly, 2008) memuat berbagai hal

tentang teori-teori desain dari berbagai keahlian seperti arsitektur, desain industrial, *quality management*, dst. Buku tersebut menjelaskan teori desain dari ahli desain grafis, Clement Mok dan Keith Yamashita mengenai *process of designing solutions*, yaitu: *defining the problem, innovating, generating value*.

3. Hasil dan Pembahasan

Defining the problem

Diawali dengan tahap *emphasize* sebagai tahapan observasi, kemudian tahapan *define* merupakan tahapan untuk mendefinisikan masalah berdasarkan data dari kumpulan semua informasi yang sudah diperoleh.

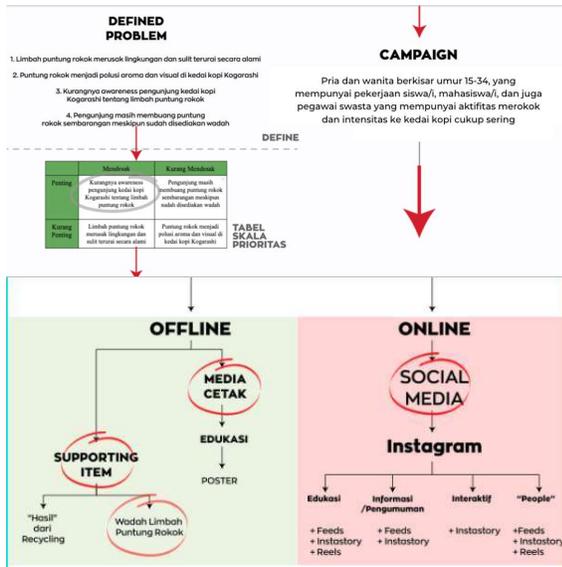
Innovating

Tahapan ini disebut dengan tahapan *ideate*. *Ideate* adalah tahap di mana menghasilkan alternatif desain yang sifatnya eksploratif. *Ideation* adalah proses "*spreading*" dalam hal konsep dan hasil. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengeksplorasi ide yang luas baik dalam jumlah besar maupun keragaman ide. Selanjutnya, pada tahapan *prototype* peneliti memutuskan *platform* untuk *design campaign*.

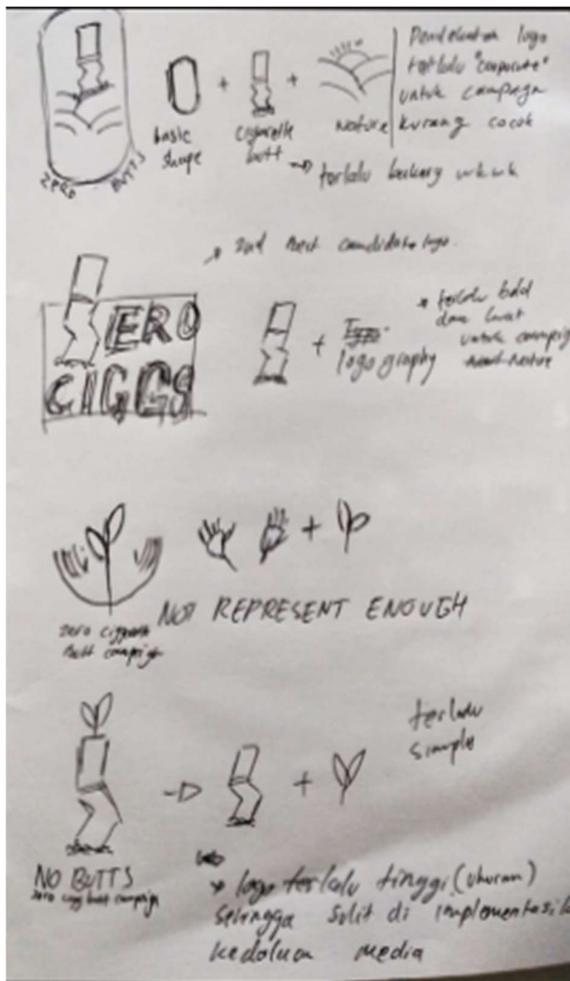
Tahap *innovating* menjelaskan mengenai *Process of Designing Solutions* Clement Mok dan Keith Yamashita dalam (Dubberly, 2008), yaitu: *insight to inform the prototyping of the solution, prototyping potential solution, delineating the tough choices, dan enabling the team to work as a team*.

Pada tahap hasil pembahasan ini, tahap 1 disebut dengan tahap *ideate*, sedangkan 3 tahapan lainnya disebut tahapan *prototype*. (1) *Ideate*. *Ideate* adalah tahap di mana menghasilkan alternatif desain yang sifatnya eksploratif. *Ideation* adalah proses "*spreading*" dalam hal konsep dan hasil. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengeksplorasi ide yang luas baik dalam jumlah besar maupun keragaman ide. Gambar 1 memperlihatkan proses tahap *ideate* yang penulis telah lakukan.

Dari tahap *defined* yang sudah ditentukan, penulis memilih untuk menggunakan *campaign* sebagai alat untuk menaikkan *awareness* mengenai



Gambar 1. Mind Map Tahap Ideate



Gambar 2. Sketsa Alternatif Logo 1

puntung rokok yang ada di Kogorashi Coffee, berdasarkan demografi yang ditemukan pada pengumpulan data yaitu pria dan wanita berkisar umur 15-34 tahun yang mempunyai pekerjaan siswa/i, mahasiswa/i, dan pegawai swasta/negeri yang mempunyai aktivitas merokok dan intensitas ke Kogorashi terbilang cukup sering yaitu 3-8 kali dalam sebulan dan menggunakan media sosial instagram.

Campaign ini dibagi menjadi dua bagian yaitu yang pertama adalah *online* yaitu memfokuskan materi campaign di media sosial instagram dengan tujuan atau objektif edukasi, informasi, interaktif, dan apresiasi. Alat atau *tools* dari instagram yang digunakan adalah *post feeds*, *instastories*, dan *reels*. Bagian yang kedua adalah *offline* yaitu memfokuskan *campaign* di Kogorashi Coffee yang menggunakan beberapa sarana pendukung atau *supporting item* seperti media cetak berupa poster, hasil dari daur ulang puntung rokok sebagai bukti bahwa puntung rokok bisa didaur ulang, dan wadah limbah puntung rokok yang di desain secara baik secara fungsi dan estetik.

(2) **Prototype**. Berdasarkan dari data hasil kuesioner dari pengguna *social media*, penulis memutuskan untuk menggunakan Instagram sebagai *platform* untuk melakukan *campaign online* penulis. Penulis memanfaatkan *Tools* instagram yakni *Instastory*, *Feeds* dan *Reels* yang bertujuan untuk memberikan *education*, *information*, *interaction*, dan *appreciation*. Pada tahap ini, penulis melakukan perancangan *logo campaign* dan *social media campaign* dan perancangan wadah limbah puntung rokok.

Pada tahapan perancangan *logo campaign* dan *social media campaign*, pertama-tama penulis mencoba membuat sketsa nama *brand campaign* dan *media social campaign*, penulis mencoba berbagai alternatif yang mampu memproyeksikan visi dan misi dari *campaign* penulis yaitu *recycling* limbah puntung rokok. Setelah sketsa awal, kemudian penulis melakukan proses perancangan logo dari *campaign* penulis dengan memutuskan menamai *campaign* penulis dengan nama *NOFilter*, penulis merancang Instagram *#nofilter* dengan menyesuaikan dengan karakter dan warna

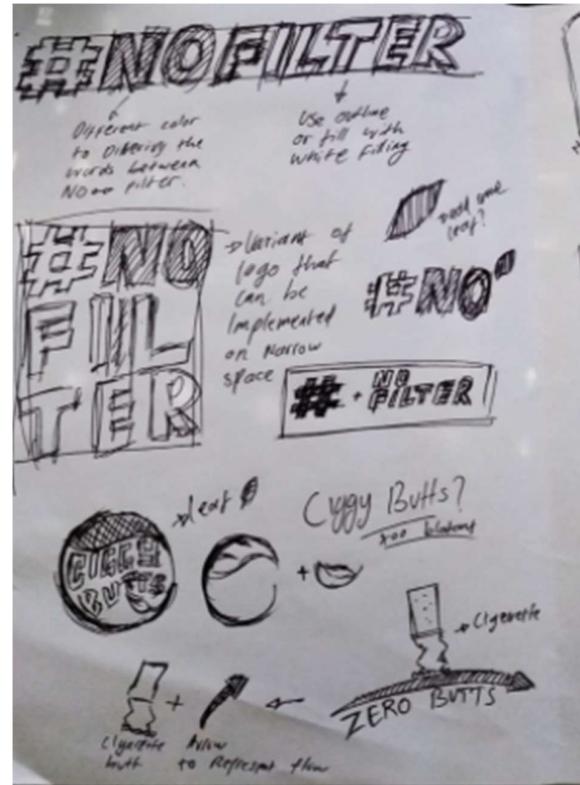
dari Kogarashi *Coffee* dengan menggunakan warna serta desain yang minimalis.

Logo #nofilter terinspirasi dari bagaimana simbol tagar (tanda pagar) yang merupakan hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari generasi muda yang akrab dengan media sosial. Penggunaan tagar sebagai unsur logo *campaign* penulis adalah untuk menandakan sebuah gerakan dan *campaign* yang akan penulis lakukan merupakan hal yang dekat dan familiar bagi generasi muda yang merupakan target audiens penulis dan pasar Kogarashi *Coffee* (Gambar 3). Warna hijau dan lingkaran yang dibentuk dari sebuah panah menggambarkan bagaimana limbah puntung rokok yang merupakan topik pembahasan pada *campaign* penulis merupakan subjek yang memiliki kemampuan daur ulang yang potensial (Gambar 4). Penulis memilih warna hijau sebagai salah satu warna utama dalam *campaign* penulis menggambarkan warna alam yang menegaskan bahwa logo ini berdiri untuk *campaign* daur ulang dan lingkungan.

Penulis menggunakan tiga *typeface* dalam pembuatan logo dan penggunaan sosial media, masing masing memiliki kontinuitas yang kompatibel dengan karakter utama desain kafe Kogarashi yaitu minimalis: (a) ZonaPro-black digunakan sebagai *logotype* dengan tujuan logo yang *firm, bold, strong* dan minimal; (b) Playfair-display digunakan dalam *headline* konten karena memiliki karakter yang bersih, minimal, dan *modern*; dan (c) Untuk *body text* konten penulis menggunakan *typeface* montserrat-regular karena memiliki karakter yang informal, minimalis dan mudah dibaca.

Selain hal di atas, penulis merencanakan bagaimana konten yang akan digunakan agar tetap sesuai dengan objektif penulis yaitu *spreading awareness*. Beberapa di antaranya adalah dengan konten bagaimana bahaya *mikroplastik* di laut yang dihasilkan oleh limbah puntung rokok dengan tujuan memberikan informasi tentang bahaya dari limbah puntung rokok.

Beberapa konten *campaign* yang penulis lakukan di Instagram memiliki tujuan untuk memberikan *awareness* tentang bagaimana dampak



Gambar 3. Sketsa Alternatif Logo 2

#NOFILTER
#C

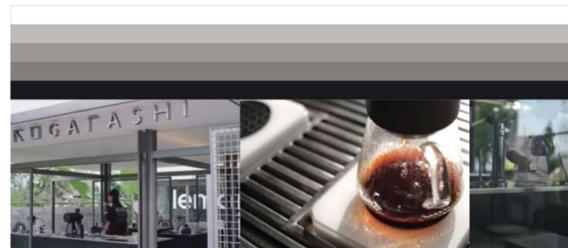
Color Code



Fern Green
#50853D
RGB: 80,133,61
CMYK: 73%,27%,100%,12%

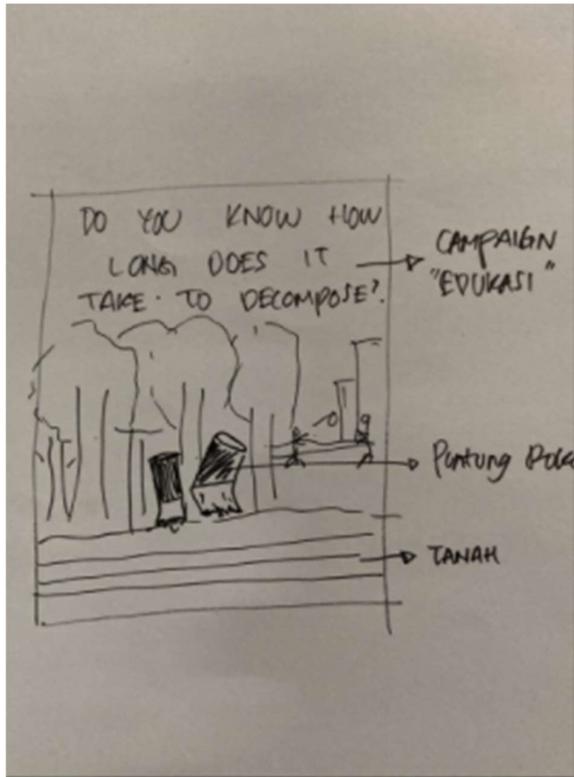


Solid White
#FFFFFF
RGB: 255,255,255
CMYK: 0%,0%,0%,0%



Gambar 4. Sketsa Final Logo

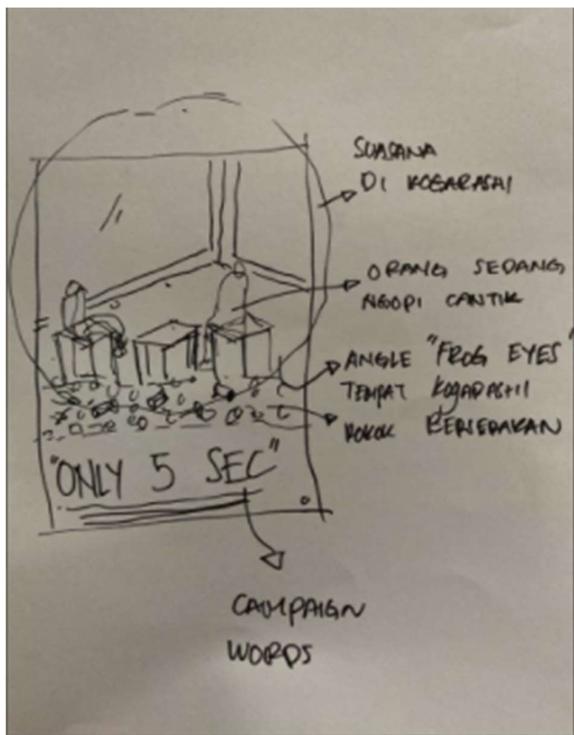
limbah puntung rokok terhadap lingkungan, bagaimana penulis mensosialisasikan bagaimana alat penampungan limbah puntung rokok yang penulis rancang untuk kafe Kogarashi dan informasi tentang bagaimana cara meminimalisir dampak limbah puntung rokok bagi lingkungan.



Gambar 5. Sketsa Alternatif Poster *Offline* 1



Gambar 7. Sketsa Final Poster *Offline*



Gambar 6. Sketsa Alternatif Poster *Offline* 2



Gambar 8. Sketsa Final Poster *Offline*

Campaign Instagram diharapkan dapat membuat desainer dan *user* dapat berkomunikasi dengan lebih luas lagi tentang tujuan meminimalisir dampak limbah puntung rokok terhadap lingkungan dan *campaign* dengan melibatkan Instagram diharapkan mampu memperluas *campaign* dengan lebih menjangkau banyak kalangan.

Setelah tahapan *online* selesai, saatnya merancang tahapan *offline*. Pertama, penulis membuat sketsa alternatif poster *offline*. Poster digunakan sebagai media dengan harapan mampu mendapatkan atensi dari pengunjung yang belum mengikuti akun instagram *campaign* penulis sekaligus memberikan pesan dari tujuan *campaign* penulis. Setelah itu, diputuskan *final poster campaign offline* seperti tampak pada Gambar 8 dan 9.

Sedangkan pada tahap perancangan wadah limbah puntung rokok yang pertama penulis lakukan adalah mencari sumber referensi dari website dan desain lalu kita memilih salah satu referensi sebagai referensi utama kemudian kita melakukan analisa bentuk dan warna dari kogarashi coffee seperti yang masukan yang sudah diberikan oleh *owner* Kogarashi. Bentuk yang terdapat di kogarashi adalah garis dan bentuk yang simetris dan aksan berupa lingkaran dan juga repetisi dari beberapa garis dan bentuk, untuk warna di Kogarashi *Coffee* terdapat 5 warna yang mempunyai sifat monokromatik yaitu monokromatik hitam sampai putih. Kemudian, terdapat 6 sketsa alternatif wadah puntung rokok.

Gambar 11 menunjukkan beberapa hal sebagai berikut: (a) Sketsa alternatif no. 1 adalah wadah puntung rokok material aluminium, material ini dipilih karena tidak mudah terbakar, lebih tahan lama sehingga mengurangi kerusakan, secara estetika juga terkesan minimalis karena berwarna abu-abu dan *silver* selaras dengan *tone* warna Kogarashi *Coffee*. (b) Sketsa alternatif no.2 wadah puntung rokok yang dibuat dengan papan informasi dimana pada bagian atas ada beberapa text informasi tentang bahaya limbah puntung rokok, proses pengolahannya maupun edukasi seputar puntung rokok. (c) Sketsa no.4 adalah dan

fitur interaktif dengan memuat pertanyaan menarik sehingga menarik customer untuk menentukan pada bagian sisi mana limbah puntung rokok dibuang. Keduanya dibuat menggunakan material akrilik transparan agar memudahkan melihat isi dari wadah, material akrilik dipilih karena dapat menahan panas dan tidak berubah warna selama bertahun-tahun walaupun terkena sinar matahari, kemudian material pada bagian sekat no.4 menggunakan material logam agar terlihat kokoh dan secara estetika lebih menarik karena dapat dibedakan dengan warna yang menyala. (d) Alternatif-alternatif 3, 5, dan 6 semuanya menggunakan material stainless steel 304 dan akrilik bening di bagian tengah. Untuk sketsa no.3, konsepnya stacking dengan cekungan di bagian atas untuk memudahkan mematikan puntung rokok sebelum di masukkan ke dalam wadah, dan cekungan di bawah yang lebih besar untuk memudahkan tangan untuk membuang puntung di wadah yang ada di bawahnya. Lubang pembuangannya terdiri dari 3 lubang kecil di bagian atas.

Setelah didapati 6 alternatif, maka diputuskan sketsa final seperti tampak pada Gambar 12. Untuk ukuran keseluruhan sketsa final ini dia memiliki tinggi 100,23x14x22,77cm. Wadah puntung rokok memiliki ukuran 80,60x4x7,60cm untuk satu kotaknya. Materialnya plat *stainless steel* 304 setebal 3mm. Bagian tengah wadah menggunakan akrilik bening agar puntung rokok di dalamnya dapat terlihat. Untuk roda jumlahnya ada 4 buah, material vinyl dengan ukuran 5x3,5x5cm referensi roda informa.

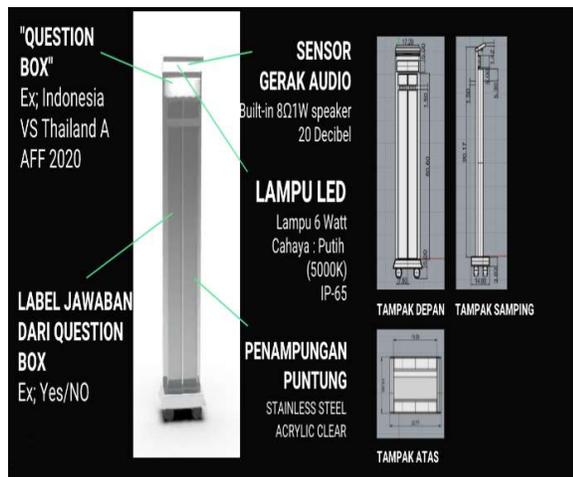
Kemudian ada lampu LED 6 watt diletakkan di atas *question box*. Untuk *question box* sendiri itu memiliki ukuran 17,20x2x5cm dari plastik dan bisa diisi dengan pertanyaan atau pilihan interaktif seperti "Indonesia vs Thailand di AFF 2020", kemudian label pilihan jawabannya akan diletakkan di wadah puntung rokok. Kemudian terdapat sensor gerak juga yang diletakkan di dalam wadah, jadi ketika terdeteksi adanya gerakan di dalam wadah maka akan ada *feedback* suara misalnya "terima kasih telah membuang puntung rokok pada tempatnya". Gambar 13 merupakan

render environment dari wadah puntung rokok jika diletakkan pada lingkungan Kogarashi Coffee.

Generating Value

Tahapan ini disebut juga dengan tahapan *testing* dimana pada tahapan ini adalah tahapan bertanya/*follow up* dari tahapan *ideate* dan *prototype* yang telah dilakukan sebelumnya. Tahapan ini merupakan tahapan akhir yang disebut juga dengan tahapan *testing*. Mengacu kepada *Design thinking bootleg (Plattner H, 2018)*, Tabel 1 memperlihatkan pertanyaan "*follow up*" dari *prototype* yang sudah penulis buat kepada *user* dan *client*.

Dari proses di atas, terdapat 5 jawaban penting yang penulis *highlight*, yaitu: (1) Dari pertanyaan nomor 1 yaitu "bisakah anda memberitahu kenapa



Gambar 9. Sketsa Final Wadah Puntung Rokok



Gambar 10. Implementasi Sketsa Final Wadah Puntung Rokok

produk ini sesuai atau tidak sesuai dengan anda" adalah stakeholder memberi jawaban " alangkah lebih baik jika bisa dimass produksi." (2) Dari pertanyaan bagaimana perasaan anda setelah menggunakan atau melihat produk ini adalah jawaban dari *stakeholder* yaitu *stakeholder* mempunyai harapan lebih agar *customer* lebih sering membuang puntung rokok dengan adanya *campaign* ini. (3) Jawaban dari pertanyaan "mengapa demikian" yang penulis *highlight* ada 2

Tabel 1. Tabel Feedback

PERTANYAAN	KETERANGAN	NAMA	JAWABAN
Bisakah anda memberitahu kenapa produk ini sesuai atau tidak sesuai dengan anda?	Stakeholder	Kogarashi Coffee	Sudah cukup memuaskan alangkah lebih baik jika bisa di mass produksi
		Bagas (Electrical Engineer - Sensor Gerak Audio)	Produk yang akan dirancang adalah wadah interaktif, yang mana pengunjung seolah berinteraksi dengan suatu benda. adanya sensor gerak dan audio dapat membantu sarana interaktif pada wadah puntung rokok
	Client	Kogarashi Coffee	Wadahnya sesuai karena warnanya satu palet dengan interior cafe, mobilitasnya juga mudah. Untuk poster-poster yang ada di Instagram juga menarik dari visual dan caption yang mudah dibaca dan bermanfaat.
	User	Kogarashi Coffee Pengunjung perokok di Kogarashi Coffee	Bentuk dan warna dari wadahnya sesuai dan satu konsep dengan desain dari kafe kogarashi Produk ini sangat menarik sekaligus membantu bagi para perokok di kafe kogarashi
Bagaimana perasaan anda setelah menggunakan atau melihat produk ini?	Stakeholder	Kogarashi Coffee	Perasaannya berharap agar customer bisa lebih sering membuang puntung rokok dengan adanya campaign ini
		Bagas (Electrical Engineer - Sensor Gerak Audio)	Tertarik dengan konsepnya
	Client	Kogarashi Coffee	Kagum dan excited.
	User	Kogarashi Coffee Penjung perokok di Kogarashi Coffee	Cukup Kagum Sistem yang menarik dan menyenangkan
Mengapa demikian?	Stakeholder	Kogarashi Coffee	Karena masih banyak pelanggan yang masih membuang puntung rokok sembarangan dan itu cukup mengganggu kami dan pelanggan lainnya
		Bagas (Electrical Engineer - Sensor Gerak Audio)	Karena pada dasarnya produk yang dihasilkan ini gabungan dari beberapa keilmuan yang mana hasilnya bertumpu pada suatu kebermanfaatan, yaitu kesadaran pengunjung pada limbah puntung rokok
	Client	Kogarashi Coffee	Kagum dari manfaat wadah puntungnya yang tidak sekedar sebuah tempat sampah namun juga interaktif. Kemudian di Instagram juga excited karena pasti menambah value Kogarashi di mata masyarakat.
	User	Kogarashi Coffee Penjung perokok di Kogarashi Coffee	Menambahkan atribut menarik untuk Kogarashi Coffee dengan desain yang bagus Sistem voting yang digunakan memberikan kami sedikit tempat untuk memberikan suara kami, dan lumayan menyenangkan
Menurut anda apa yang bisa dikembangkan dari produk ini?	Stakeholder	Kogarashi Coffee	Bisa di mass produksi untuk kedai-kedai lainnya yang ada di Bandung.
		Bagas (Electrical Engineer - Sensor Gerak Audio)	Produk wadah puntung rokok yang dihasilkan ini diharapkan mampu berkembang secara bentuk, maupun teknologi yang ada di dalamnya
	Client	Kogarashi Coffee	Bentuk dari wadah mungkin bisa sedikit dimainkan, tidak terlalu monoton. Kemudian untuk poster-poster Instagram bisa memperbanyak gambar yang diambil dengan fotografi di Kogarashi.
	User	Kogarashi Coffee Penjung perokok di Kogarashi Coffee	Bentuk dari wadah mungkin bisa sedikit dimainkan, tidak terlalu monoton. Kemudian untuk poster-poster Instagram bisa memperbanyak gambar yang diambil dengan fotografi di Kogarashi. buat lebih banyak lagi, satu saja kurang banyak

yaitu dari *stakeholder* "karena masih banyak pelanggan yang masih membuang puntung sembarangan dan cukup mengganggu penulis dan pelanggan lainnya" dan jawaban dari Kogarashi sebagai *client* yaitu "menambahkan atribut menarik untuk Kogarashi *coffee* dengan desain yang bagus." (4) Jawaban dari pertanyaan terakhir "menurut anda apa yang bisa dikembangkan dari produk ini?" semuanya penulis *highlight*, dari yang pertama yaitu *stakeholder* "bisa di-mass produksi untuk kedai-kedai lainnya yang ada di Bandung," Bagas dengan bidang *electrical engineer* yang membuat sensor gerak audio "diharapkan mampu berkembang secara bentuk maupun teknologi yg ada di dalamnya." kemudian ada dari *client* "bentuk dari wadah mungkin bisa lebih eksploratif dan tidak monoton kemudian untuk *poster campaign* atau konten instagram diperbanyak foto dibandingkan desain grafis." (5) Lalu ada dari *user* sendiri yaitu pengunjung perokok di Kogarashi *Coffee* "Bisa dibuat lebih banyak lagi, satu kurang banyak."

Dari jawaban-jawaban di atas, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya *campaign design* ini, baik pihak Kogarashi *Coffee* dan pengunjung menanggapi dengan respon positif namun perlu ada penyempurnaan lebih lanjut untuk menghasilkan produk yang lebih baik.

4. Kesimpulan

Dari tahapan *design thinking* yang sudah dilakukan, penulis dapat mengambil 3 poin kesimpulan yang bisa diambil dari proyek ini, yaitu: secara fungsional, emosional, dan *life-changing*. (1) **Fungsional.** Diharapkan dapat mengatur *lifecycle* limbah puntung rokok di Kogarashi *coffee* untuk memudahkan mereka dalam pembuangannya. Selama ini, mereka harus bekerja dua kali memisahkan sampah biasa dengan puntung rokok. Mereka juga bingung mengenai sampah jika sudah dipisah, nantinya sampah tersebut tetap disatukan lagi ketika dibawa oleh truk sampah. Jadi, *design campaign* ini adalah salah satu fungsinya. Selain hal tersebut, fungsi lainnya adalah menanamkan *awareness* dengan informasi bermanfaat mengenai bahaya dari limbah tersebut

sehingga dapat mengurangi resiko penumpukan sampah terutama limbah puntung rokok di lingkungan kedai kopi Kogarashi dan sekitarnya. (2) **Emosional.** Memberikan *reward* dari produk *campaign* yang memberikan kesan positif pada pengunjung ketika membuang puntung pada tempatnya. Kemudian secara emotional juga menjaga estetika lingkungan dan meningkatkan kualitas visual Kogarashi. (3) **Life-changing.** Dapat memberikan motivasi terhadap tiap *stakeholder* untuk ikut berpartisipasi dalam menjaga kebersihan untuk lingkungan yang lebih baik, sehingga dapat muncul *sense* bahwa mereka ini ikut andil dalam proses pemecahan masalah limbah puntung rokok. Kemudian, tentunya akan memiliki dampak sosial berupa bantuan lingkungan yang lebih bersih dan informasi bermanfaat untuk masyarakat.

Daftar Pustaka

- Adita, S., & Tembriano, D. (2024). Optimalisasi pemanfaatan limbah filter rokok sebagai outsole sandal melalui teknik vulkanisasi: Studi eksplorasi material. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)*, 7(2), 129–138. <https://doi.org/10.24821/productum.v7i2.13532>
- Azhari, M. R. (2023). *Pria Indonesia Urutan Pertama Perokok Aktif di Dunia, WHO: Tembakau Bunuh 8 Juta Orang Setiap Tahun*. TEMPO.CO. <https://www.tempo.co/gaya-hidup/pria-indonesia-urutan-pertama-perokok-aktif-di-dunia-who-tembakau-bunuh-8-juta-orang-setiap-tahun-152769>
- Dubberly, H. (2008). *How do you design? A Compendium of Models*. http://www.dubberly.com/wp-content/uploads/2008/06/ddo_designprocess.pdf
- Ladangu, A. (2021). Potensi Limbah Puntung Rokok Filter sebagai Alternatif Material Produk Fungsional [Institut Seni Indonesia Yogyakarta]. In *Skripsi. S-1 Desain Produk Fakultas Seni Rupa*. <http://digilib.isi.ac.id/7519/>

- Libranito, D., Rumengan, Y., & Kalangi, H. T. (2023). Studi Pemanfaatan Filter Puntung Rokok sebagai Bahan Pembuatan Atap Bitumen. *Jurnal Media Teknik Sipil*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.56963/judiateks.v1i1.10>
- Nabila, M. (2021). *Perokok Aktif di Indonesia Terbanyak Ketiga di Dunia*. Bisnis Style. <https://lifestyle.bisnis.com/read/20210601/106/1400053/perokok-aktif-di-indonesia-terbanyak-ketiga-di-dunia>
- Rahman, F. (2022). *Kelola Puntung Rokokmu*. Pusat Studi Lingkungan Hidup, Universitas Gadjah Mada. <https://pslh.ugm.ac.id/kelola-puntung-rokokmu/>
- Simanjuntak, A. E. (2018). Kampanye Kesadaran Buang Sampah Puntung Melalui Desain Kemasan Rokok. *Rupaka*, 1(1).
- Soraya, D. A. (2023). *Kemenkes: Jumlah Perokok Indonesia Terbanyak Ketiga di Dunia*. <https://www.republika.co.id/berita/rwa6sp463/kemenkes-jumlah-perokok-indonesia-terbanyak-ketiga-di-dunia#:~:text=REPUBLIKA.CO.ID%2CBANDUNG,dunia%2C%20setelah%20Tiongkok%20dan%20India>
- Triyono, L. (2022). *Epidemi Tembakau: Jumlah Perokok Indonesia Nomor 3 di Dunia*. VOA Indonesia. <https://www.voaindonesia.com/a/jumlah-perokok-di-indonesia-nomor-3-di-dunia/6597540.html>
- Wahyudi, D. (2018). *Viral, Suporter Jepang Punguti Puntung Rokok Sampah Asian Games*. Detikcom. <https://sport.detik.com/sport-lain/d-4176209/viral-suporter-jepang-punguti-puntung-rokok-sampah-asian-games.%0A%0A>