

Komunikasi Lingkungan pada Bank Sampah di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung: Sebuah Studi Komparatif

Muhammad Haqqi Annazilly¹, Pradipta Dirgantara^{2*}

¹² Universitas Telkom, Indonesia

Muhhaqqi26@gmail.com
pdirgantara@telkomuniversity.ac.id

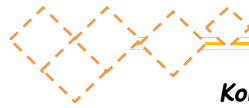
ABSTRACT

The aim of this research is to determine environmental communication in the Bersinar Waste Bank in Bandung Regency and the DLH Main Waste Bank in Bandung through a comparative study. The research method used is a qualitative method with a case study approach. The choice of this method is based on facts in the field. The research results show that the waste management carried out by the Bandung City DLH Waste Bank and the Bersinar Bandung Regency Waste Bank is quite good, starting from the procedures for delivering messages, the completeness of the platforms used and the programs created. Bandung City DLH Waste Bank and Bandung Regency Bersinar Waste Bank must continue to make positive improvisations to reduce the waste problem which continues to be a major problem in Bandung City and Regency. The positive impact that can be seen from the environmental communication process carried out by the two Waste Banks is that people are increasingly concerned about protecting the environment by managing, sorting and saving waste at the Waste Bank. This impact can be seen from the public's response which can interpret the messages conveyed during socialization and conveying information via social media.

Keywords : *Environmental communication, DLH Main Waste Bank, Bersinar Waste Bank.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi lingkungan dalam Bank Sampah Bersinar di Kabupaten Bandung dan Bank Sampah Induk DLH di Bandung melalui studi komparatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pilihan metode ini didasarkan pada fakta di lapangan bahwa metode ini akan memberi penulis kebebasan untuk mempelajari lebih lanjut masalah yang dihadapi oleh subjek penelitian. Dalam penelitian, pendekatan kualitatif digunakan untuk mempelajari dan memahami makna seseorang atau kelompok terhadap masalah sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan sampah yang telah dilakukan oleh Bank Sampah DLH Kota Bandung dan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung cukup baik dimulai dari tata cara penyampaian pesan, kelengkapan platform yang digunakan hingga program-program yang dibuat. Bank Sampah DLH Kota Bandung dan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung harus terus melakukan improvisasi yang positif guna mengurangi masalah sampah yang terus menjadi masalah utama di Kota dan Kabupaten Bandung. Dampak positif yang terlihat dari proses komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh kedua Bank Sampah tersebut yaitu masyarakat semakin peduli untuk menjaga



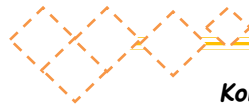
lingkungan dengan mengelola, memilah dan menabung sampah ke Bank Sampah. Dampak tersebut dilihat dari respon masyarakat yang dapat memaknai pesan yang disampaikan pada saat sosialisasi dan penyampaian informasi melalui media sosial.

Kata kunci: Komunikasi lingkungan, Bank Sampah Induk DLH, Bank Sampah Bersinar.

PENDAHULUAN

Keprihatinan masyarakat terhadap pengelolaan sampah berasal dari upaya sadar masyarakat sendiri. Hal ini berdasarkan pada pola pikir dan kepedulian terhadap lingkungan yang membentuk keprihatinan tersebut. Berdasarkan data dari Dinas Lingkungan Hidup Jawa Barat, jumlah sampah yang dikirim ke TPA Sarimukti mencapai 6.4995.571 ton, Sampah tersebut berasal dari Kota Bandung itu yang menyumbang sampah terbesar dengan 77,15%, dibandingkan dengan Kota Cimahi yang mencapai 10,57%, Kabupaten Bandung Barat 6,49%, dan Kabupaten Bandung 5,79%. yang dikirim ke TPA Sarimukti (Alhamidi, 2023). Jika dilihat dari perspektif lingkungan, sampah dapat berdampak negatif dan menimbulkan masalah terus menerus bagi manusia dan lingkungan jika tidak dikelola dengan baik. Dengan demikian, edukasi masyarakat mengenai permasalahan lingkungan khususnya pengelolaan sampah yang sangat diperlukan untuk membentuk kebersihan dan kesadaran masyarakat (Astoria & Heruman, 2016). Berdasarkan data terbaru dari (Humas Kota Bandung, 2023) jumlah sampah di Bandung tahun 2023 pada bulan Februari mencapai 1.500 ton dalam sehari, namun saat akhir pekan mencapai 1.600 ton per hari

Sampah makanan merupakan penyumbang terbesar dari jumlah sampah yang terkumpul di Kota Bandung, dengan produksi 772,69 ton sampah per hari, yang merupakan 44,51% dari total sampah harian Kota Bandung. Sampah plastik berada di urutan kedua, dengan jumlah 324,24 ton sampah per hari dan presentase 18,68% dari total sampah. Ketiga, sampah kertas dengan jumlah 227,76 ton sampah per hari. Selain itu limbah B3 juga menyumbang 131,42 ton per hari, kain 82,46 ton, kayu dan ranting 69,09 ton, karet dan kulit 41,32 ton, dan sampah logam 15,62 ton per hari (PD. Kebersihan Kota Bandung, 2021)



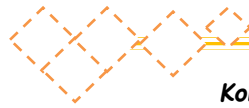
Sampah juga menjadi masalah besar di kabupaten Bandung jumlah timbulan sampah mencapai 1.268 ton perhari. Namun, hanya sekitar 300 ton yang dapat diangkut ke TPA. Sedangkan sebanyak 968 ton lainnya tidak dapat ditangani oleh pemerintah. Hal ini disebabkan oleh sangat kurangnya armada pengangkut yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Bandung sebanyak 109 armada yang dapat mengangkut kisaran 280-300 ton perhari. Idealnya Pemerintah Kabupaten Bandung memiliki sebanyak 750 armada untuk bisa mengangkut semua timbulan sampah yang ada di Kabupaten Bandung (Rizaldi, 2022).

Selain itu, masalah sampah di Kabupaten Bandung juga terjadi di TPA Sarimukti yang sudah terlalu penuh hingga menyebabkan antrian truk yang panjang untuk mengangkut sampah dari masyarakat. Menurut Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bandung, Asep Kusumah yang dilansir dalam artikel berita Antara News, 2023 menjelaskan bahwa pemerintah daerah berusaha mengatasi permasalahan sampah yang terjadi melalui program edukasi untuk mendorong warga mengurangi sampah dan mengelola sampah rumah tangga (Rizaldi, 2022)

Adapun jumlah produksi sampah menurut jenisnya di Kota Bandung pada tahun 2021 dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1. Permasalahan Sampah di Kota dan Kabupaten Bandung

Aspek yang diamati		Kota Bandung	Kabupaten Bandung
Timbulan Sampah		1529.04 ton per hari	1409.04 ton per hari
		Sumber: Open Data Jabar, 2021	Sumber: Open Data Jabar, 2021
Jumlah Bank Sampah Induk		4 Bank Sampah Induk	2 Bank Sampah induk
		Sumber: https://sipsn.menlhk.go.id/	Sumber: https://sipsn.menlhk.go.id/
Bank Sampah yang diteliti		Bank Sampah Induk DLH	Bank Sampah bersinar

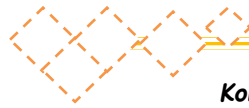


Permasalahan	- Jumlah produksi sampah yang semakin meningkat setiap tahun	- Kendala dalam keterbatasan armada pengangkut
	- Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap persoalan sampah	- TPA di Kabupaten Bandung sudah melebihi muatan

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Bermula dari lingkungan yang semakin buruk dan dipenuhi sampah karena kebiasaan buruk masyarakat. Akibatnya, bank sampah bersinar dan bank sampah induk DLH memiliki prinsip pengelolaan sampah yang ramah lingkungan dan memiliki nilai ekonomi, yang mendorong masyarakat untuk berpartisipasi. Sudah saatnya kita menjadi lebih peduli terhadap sampah dan cara kita memperlakukannya, karena sampah di sekitar kita memiliki manfaat dan nilai yang layak untuk menghasilkan nilai ekonomi.

Saat ini, program bank sampah di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung sudah sangat populer. Salah satunya, Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung yang merupakan bank sampah swasta pertama yang menjadi pendahulu dari bank sampah lainnya di Kabupaten Bandung. Sedangkan di Kota Bandung ada Bank Sampah DLH Kota Bandung yang dinaungi pemerintah melalui Dinas Lingkungan Hidup. Kedua bank sampah ini terus menerus melakukan sosialisasi baik secara online ataupun offline melalui sosialisasi ke berbagai macam tempat seperti instansi, sekolah dan balai-balai warga. Pada saat sosialisasi juga diberikan penyuluhan mengenai permasalahan sampah yang sangat merusak lingkungan salah satunya memberikan contoh kasus yang baru terjadi yang disebabkan oleh sampah sendiri. Hal inilah yang dapat mempengaruhi perubahan perilaku dan kesadaran masyarakat dalam pengelolaan sampah salah satunya melalui program Bank Sampah. Selain itu kedua bank sampah ini juga bersosialisasi melalui media online seperti instagram, whatsapps dan website pada Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung hingga



pesan yang disampaikan dilakukan secara terus menerus mengenai permasalahan sampah dan pengelolaannya melalui Bank Sampah agar pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik kepada audience.

Bank Sampah Bersinar dan Bank Sampah DLH kota Bandung berkontribusi besar terhadap penguraian sampah di masing-masing wilayahnya. Kedua Bank Sampah menerapkan sistem penukaran sampah dengan menawarkan sejumlah uang Bank Sampah Bersinar menerapkan sistem penukaran sampah dengan menawarkan sejumlah uang atau barang. Adapun perbedaan harga sampah antara Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung dan Bank Sampah DLH Kota Bandung dapat dilihat pada tabel 2.

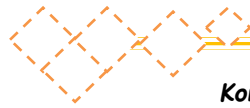
Tabel 2. Daftar Harga Sampah di Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung dan Bank Sampah DLH Kota Bandung

Jenis sampah	Bank Sampah DLH	Bank Sampah Bersinar
Plastik	400 - 3.500	500-4.800
Kertas	150 - 2.600	200-4.400
Kaca	250 - 700	150-300
Logam	1.500 - 37.000	1.900-39.000

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Hasil dari penukaran sampah tersebut dapat ditabung melalui program tabungan sampah yang disediakan oleh pihak Bank Sampah Bersinar lalu hasil tabungan tersebut dikirimkan ke rekening nasabah sesuai nominal yang terdapat ditabungan sampah tersebut.

Sedangkan Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung memberikan layanan jasa jemput sampah ketempat serta memberikan reward yang berbeda dalam hal penukaran sampah. Bank sampah induk DLH Kota Bandung menggunakan sistem penukaran sampah yang dapat ditukar dengan uang ataupun emas batangan yang dihitung sesuai ketentuan yang berlaku di Bank Sampah DLH Kota Bandung.



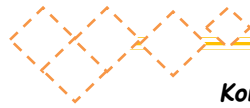
Metode penukaran yang digunakan juga berbeda yaitu melalui metode bayar ditempat dan metode tabungan, harga yang ditawarkan pun berbeda untuk penukaran sampah melalui tabungan dihargai lebih mahal hingga 500 rupiah dibandingkan dengan metode penukaran bayar ditempat

Selain itu, Bank Sampah Induk DLH kota Bandung juga memberikan reward emas batangan yang ditabung melalui tabungan emas. Hal tersebut dapat ditukarkan dengan emas batangan apabila sudah mencapai target penukaran sampah dengan nominal 40.000 rupiah yang ditukarkan ke tabungan emas sebanyak 0.025 gram emas

Pemerintah mendukung program Bank Sampah yang tersebar luas di Kota dan Kabupaten Bandung untuk mendorong warga untuk mengurangi sampah. Bank sampah adalah istilah yang terdiri dari dua kata: bank, yang berarti tempat penukaran uang, dan yang berarti tempat penukaran uang. Secara sederhana, bank dapat didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang mengumpulkan uang dari orang-orang dan memberikan uang kembali kepada mereka.

Namun, sampah adalah benda atau produk sisa yang sudah tidak digunakan dan tidak diinginkan oleh pemiliknya. Oleh karena itu, bank sampah adalah tempat atau organisasi yang mengumpulkan sampah yang telah dipilah. Tujuan bank sampah adalah untuk memilah dan mengelola sampah serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang cara mengelola sampah dengan benar.

Berdasarkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup Di Kota Bandung, terdapat 4 bank sampah induk yang telah didirikan serta sebanyak 152 titik bank sampah unit binaan yang dinaungi oleh bank sampah induk Kota Bandung yang tersebar di 30 kelurahan yang ada di Kota Bandung. Sedangkan menurut data Kementerian Lingkungan Hidup di Kabupaten Bandung terdapat 6 bank sampah induk yang telah didirikan dan 250 unit bank sampah unit (Hamel, 2020) . Dengan demikian, bank sampah yang ada di Kabupaten Bandung dan Kota Bandung

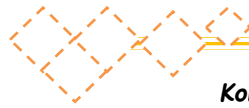


diharapkan dapat membantu mengatasi masalah sampah dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam pengelolaan sampah.

Banyak penelitian telah dilakukan tentang Bank Sampah hingga saat ini, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh (Suryani., 2014) yang berjudul "Peran Bank Sampah dalam Efektivitas Pengelolaan Sampah (Studi Kasus Bank Sampah Malang)." Penelitian ini menemukan bahwa bank sampah dapat membantu mengurangi volume sampah yang semakin tidak terkendali dan menawarkan solusi alternatif untuk pemerintah dan masyarakat. Kedua, penelitian berjudul "Bank Sampah Sebagai Alternatif Strategi Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat di Tasikmalaya" (Asteria & Heruman, 2016). Menunjukkan bahwa keberadaan bank sampah telah membantu masyarakat menjadi lebih mandiri dan lebih peduli dengan lingkungan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh (Ariessa Pravasanti & Ningsih, 2020) dengan judul "Bank Sampah Untuk Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga" menunjukkan hasil bahwa bank sampah dapat menjadi salah satu alternative dalam strategi pengelolaan sampah. Melalui program bank sampah, mendorong masyarakat untuk memilah sampah sehingga tercipta lingkungan yang bersih dan sehat. Keempat, penelitian yang dilakukan dengan judul "Bank Sampah Sebagai Salah Satu Solusi Penanganan Sampah di Kota Makassar" (Selomo et al., 2016) menemukan bahwa ada hubungan antara tingkat pengetahuan dan keterlibatan masyarakat dalam menabung sampah di Bank Sampah. Akibatnya, Bank Sampah Pelita Harapan melakukan sosialisasi dan edukasi dengan memberikan pelatihan dan informasi melalui berbagai media untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang bank sampah.

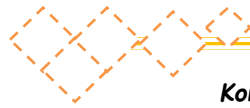
Kelima, penelitian yang dilakukan oleh (Nisa & Saputro, 2021) dalam penelitiannya yang berjudul "Pemanfaatan Bank Sampah Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kelurahan Kebonmanis Cilacap" menunjukkan bahwa bank sampah tidak hanya memiliki efek lingkungan dan sosial



seperti memilah dan membuang sampah, tetapi juga memiliki efek ekonomi, yaitu meningkatkan pendapatan masyarakat melalui transaksi sampah, yang menghasilkan lebih banyak uang bagi masyarakat.

Dari kelima penelitian bank sampah tersebut belum ada masalah komunikasi lingkungan yang diangkat secara lebih detail. Selain itu belum ada juga pembahasan studi komparatif komunikasi lingkungan di penelitian terdahulu tersebut. Komunikasi lingkungan berperan penting dalam menyampaikan isu lingkungan dan mempersuasi tindakan menjaga lingkungan. Selain memberikan pesan komunikasi lingkungan diantara kelima penelitian tersebut belum ada yang membahas proses komunikasi lingkungan bermula dari proses penyampaian pesan yang terjadi secara detail termasuk pembuat pesan, pesan yang disampaikan hingga proses audience mengikuti pesan yang disampaikan. Proses tersebut menjadi cukup penting karena keberhasilan tidak hanya bertumpu pada hasil, akan tetapi dilihat dari proses-proses yang dilakukan. Komunikasi lingkungan adalah sebuah pelajaran mengenai tentang cara kita berhubungan atau berkomunikasi tentang permasalahan lingkungan. Komunikasi lingkungan menurut Cox didalam bukunya yang berjudul *Environmental Communication and the Public Sphere* terdapat 2 fungsi yaitu pragmatif dan konstitutif fungsi pragmatif adalah sebuah hal yang bersifat persuasif atau edukatif yang dapat membantu permasalahan terkait dengan komunikasi lingkungan sedangkan fungsi konstitutif adalah sebuah hal yang dilakukan secara terus menerus dengan tujuan untuk membangun kesadaran manusia untuk terus menjaga dan memelihara lingkungan (Cox dalam Jurin et al., 2010) . Komunikasi Lingkungan merupakan bagian dari komunikasi kontekstual seperti komunikasi keboncaan, sospem, komunikasi kesehatan, dsb. Komunikasi Lingkungan memiliki dua model yaitu CEIM dan Ecological Model.

CEIM atau *Communicating Environmental Information Model* adalah sebuah model yang pertama kali diciptakan sebelum adanya internet teori ini berlandaskan pada bagaimana lingkungan sebagai latar belakang, sumber inspirasi, dan

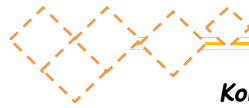


lingkungan sebagai suatu komunikasi mengalir yang menunjukkan sekelompok orang yang menjadi sumber pesan dan penerima pesan didalam satu lingkup lingkungan yang sama (Jurin et al., 2010)

Sedangkan, Ecological model Menurut (Foulger, 2004) komunikasi terdiri dari pencipta pesan konsumen, pesan yang disampaikan kepada konsumen, dan pemindahan pikiran yang dituangkan ke dalam pesan melalui media dan bahasa. Teori dasar yang tidak banyak berubah selama lebih dari lima puluh tahun, model ekologis proses komunikasi yang diusulkan oleh Foulger sebagai model komunikasi baru di integrasikan ke dalam model ini yang disebabkan oleh fakta bahwa komunikasi lingkungan biasanya terjadi dalam konteks jejaring sosial melalui komunikasi antar pribadi. Menurut (Foulger, 2004) komunikasi adalah proses pembentukan pesan antara pencipta dan pelanggan. Bahasa dan alat lain adalah sarana yang diperlukan untuk memasukkan pesan ke pikiran orang lain.

Penelitian ini membahas komunikasi lingkungan di kedua bank sampah tersebut karena kedua bank sampah tersebut menjadi unggulan di kota bandung dan kabupaten Bandung yang masing-masing dikelola pihak swasta dan pemerintah. Oleh karena penelitian studi kompartif ini menarik dilakukan. Penelitian terdahulu yang membahas bank sampah belum ada yang menggunakan teori Komunikasi Lingkungan, yaitu ecological model yang membahas bagaimana proses komunikasi lingkungan itu terjadi dimulai dari pembuat pesan, target pesan hingga feedback/reply dari pesan tersebut dapat terjadi.

Oleh karena itu penelitian ini melihat urgensi yang tinggi, yaitu penelitian komunikasi lingkungan yang menggunakan studi komparatif dalam bank sampah khususnya di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengambil judul “Komunikasi Lingkungan Pada Bank Sampah di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung: Sebuah Studi Komparatif”.

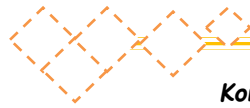


HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Lingkungan

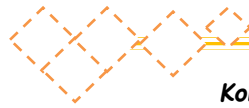
Komunikasi terdiri dari pencipta pesan konsumen, pesan yang disampaikan kepada konsumen, dan pemindahan pikiran yang dituangkan ke dalam pesan melalui media dan bahasa. Teori dasar yang tidak banyak berubah selama lebih dari lima puluh tahun, model ekologis proses komunikasi—yang diusulkan oleh Foulger sebagai model komunikasi baru diintegrasikan ke dalam model ini yang disebabkan oleh fakta bahwa komunikasi lingkungan biasanya terjadi dalam konteks jejaring sosial melalui komunikasi antar pribadi. komunikasi adalah proses pembentukan pesan antara pencipta dan pelanggan (Foulger, 2004). Bahasa dan alat lain adalah sarana yang diperlukan untuk memasukkan pesan ke pikiran orang lain.

Komunikasi adalah ketika informasi atau pesan dikirim ke komunikan melalui media tertentu (Fikri Haqani & Hidayat, 2015). Komunikan dapat dipengaruhi oleh proses ini saat menyampaikan informasi. Komunikasi lingkungan adalah tugas yang sulit untuk dilakukan karena melibatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam perubahan kondisi lingkungan dalam dua arah (Assegaf et al., 2022). Sedangkan Lingkungan dapat didefinisikan sebagai ruang yang terdiri dari semua benda, kondisi, dan makhluk hidup yang mempengaruhi kelangsungan hidup dan kesejahteraan makhluk hidup tersebut (Mutakin, 2018). Dengan demikian, komunikasi lingkungan didefinisikan sebagai studi tentang cara kita berhubungan atau berkomunikasi tentang masalah lingkungan (Cox, 2013). Komunikasi lingkungan adalah cara praktis dan konstitutif untuk memberikan pemahaman masyarakat tentang lingkungan (Cox, 2013). Oleh karena itu, organisasi pemerintah dan non-pemerintah yang memiliki wewenang dan berkomitmen untuk mengelola lingkungan adalah komunikator utama dalam komunikasi lingkungan.



Komunikasi lingkungan adalah cabang ilmu komunikasi yang mencakup banyak bidang studi. Menurut (Cox, 2013), bidang studi komunikasi lingkungan mencakup: 1) Retorika dan wacana lingkungan; bidang ini merupakan bidang paling luas dari studi komunikasi lingkungan, dan mencakup aktivis dan retorika lingkungan, tulisan tentang lingkungan, media dan website yang membahas tentang lingkungan. 2) Media dan jurnalisme lingkungan adalah bidang studi yang berfokus pada penggambaran masalah alam dan lingkungan melalui pemberitaan, iklan, program komersial, dan situs web. Bidang studi ini juga membahas bagaimana sikap masyarakat dipengaruhi oleh framing media. 3) Partisipasi publik dalam proses pengambilan keputusan lingkungan. 4) Edukasi publik dan kampanye advokasi atau sosial marketing. Kampanye seperti ini melibatkan perubahan perilaku masyarakat untuk mencapai tujuan lingkungan atau sosial. 5) Studi tentang kolaborasi lingkungan dan penyelesaian konflik mempelajari model alternatif untuk mengatasi ketidakpuasan partisipasi publik dan penyelesaian konflik. Mengundang pemangku kepentingan untuk berpartisipasi dalam diskusi pemecahan masalah di bidang studi ini membutuhkan kerja sama yang efektif. 6) Komunikasi risiko, area studi ini mencakup mengevaluasi seberapa efektif strategi komunikasi yang lebih modern untuk menyampaikan informasi kesehatan dengan melihat bagaimana pemahaman masyarakat tentang risiko memengaruhi penilaian publik. 7) Representasi masalah lingkungan dalam budaya populer dan iklan hijau, area studi ini mengkaji bagaimana penggunaan musik, gambar, fotografi, program televisi, dan iklan komersial memengaruhi masyarakat.

Melalui interaksi verbal dan nonverbal, tujuan komunikasi lingkungan adalah untuk mendefinisikan dan mengidentifikasi masalah atau masalah lingkungan yang sebenarnya dihadapi oleh orang-orang di sekitar mereka. Komunikasi lingkungan juga membantu menentukan apa yang harus dilakukan untuk mencegah dan mengatasi masalah lingkungan (Pezzullo & Cox, 2018). Oleh karena itu, Komunikasi lingkungan merupakan rencana dan strategi yang



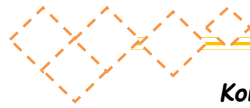
digunakan melalui proses komunikasi dan produk media untuk mendukung implementasi kebijakan, partisipasi masyarakat, dan implementasi lingkungan. Oleh karena itu, komunikasi merupakan bagian penting dari kebijakan lingkungan karena membantu orang memahami masalah lingkungan.

Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat

Pengelolaan sampah mencakup pengurangan dan penanganan sampah secara sistematis, menyeluruh, dan berkesinambungan (Aulia & et al, 2021). Selain itu, pengelolaan sampah juga mencakup semua tindakan yang berkaitan dengan pengumpulan, pengangkutan, pemrosesan, pendaur-ulangan, dan pembuangan sampah. Pengelolaan sampah dapat mencakup zat padat, cair, gas, atau radioaktif, dan membutuhkan metode dan keterampilan khusus untuk menangani masing-masing jenis zat. Akibatnya, pengelolaan sampah diperlukan untuk mengurangi pencemaran dan kerusakan lingkungan.

Pengelolaan sampah berbasis masyarakat (PSBM) adalah suatu pendekatan dalam pengelolaan sampah yang didasarkan pada kebutuhan masyarakat yang direncanakan, dilaksanakan, dikendalikan dan dievaluasi bersama masyarakat. Karena program ini dianggap berbasis masyarakat, masyarakat secara keseluruhan bertanggung jawab atas pengambilan keputusan tentang pengelolaan sampah, dan masyarakat juga bertanggung jawab atas pemeliharaan dan pelaksanaannya. Dengan demikian, masyarakat memegang peran utama dalam pengelolaan sampah ini, sedangkan pemerintah dan lembaga lainnya berfungsi untuk memfasilitasi dan mendorong.

Program pengelolaan sampah berbasis masyarakat adalah inisiatif besar yang bertujuan untuk mengurangi tumpukan sampah dengan mengubahnya menjadi barang yang bernilai ekonomis. Strategi ini mencapai tujuan ini melalui pemahaman dan praktik langsung bersama masyarakat untuk memastikan bahwa hasilnya jelas dan bahwa barang yang telah diolah dapat dimanfaatkan secara



langsung oleh Masyarakat (Mahlil, et al, 2021). Oleh karena itu, masyarakat secara tidak langsung mengelola sampah.

Bank Sampah di Kota dan Kabupaten Bandung

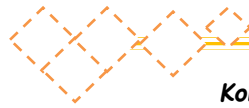
Bank sampah adalah istilah yang terdiri dari dua kata: bank, yang berarti tempat penukaran uang, dan yang berarti tempat penukaran uang. Secara sederhana, bank dapat didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang mengumpulkan uang dari orang-orang dan memberikan uang kembali kepada mereka.

Namun, sampah adalah benda atau produk sisa yang sudah tidak digunakan dan tidak diinginkan oleh pemiliknya. Oleh karena itu, bank sampah adalah tempat atau organisasi yang mengumpulkan sampah yang telah dipilah. Tujuan bank sampah adalah untuk memilah dan mengelola sampah serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang cara mengelola sampah dengan benar.

Lembaga yang disebut bank sampah didirikan dengan tujuan mengurangi jumlah sampah yang dihasilkan. Bank sampah terutama menangani sampah dan mengubahnya menjadi barang yang dapat digunakan kembali. Peneliti melakukan penelitian di Bank Sampah Bersinar dan Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung untuk melihat bagaimana kedua bank sampah ini berkomunikasi tentang lingkungan.

Bank sampah induk DLH Kota Bandung adalah salah satu bank sampah induk yang ada di Kota Bandung yang dinaungi langsung oleh Dinas Lingkungan Hidup. Bank sampah induk DLH bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memilah sampah dari sumbernya. Fokus utama Bank Sampah DLH Kota Bandung sama dengan bank sampah lainnya, yaitu menyimpan sampah yang memiliki nilai ekonomi.

Selain itu, Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung adalah organisasi swasta berbasis masyarakat yang menawarkan layanan edukasi dan layanan pengelolaan sampah. Bank Sampah Bersinar berharap dapat mengubah perspektif

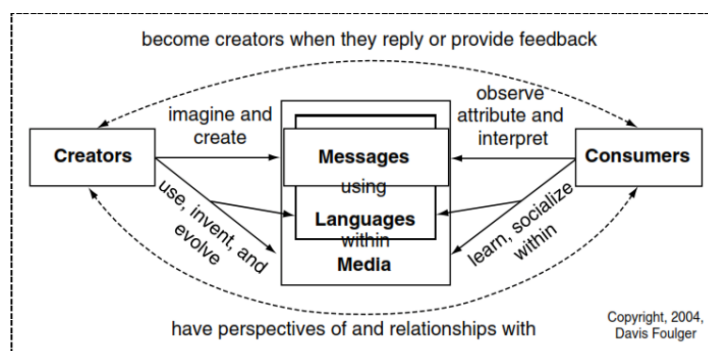


masyarakat tentang sampah, mengubahnya menjadi sesuatu yang tidak berguna yang harus dibuang menjadi sesuatu yang menghasilkan uang. Dengan demikian, masyarakat dapat tergerak untuk mengelola sampah dan meningkatkan kepedulian terhadap kesehatan dan kebersihan lingkungan.

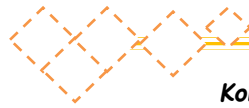
Model Komunikasi Lingkungan

Komunikasi terdiri dari pencipta pesan konsumen, pesan yang disampaikan kepada konsumen, dan pemindahan pikiran yang dituangkan ke dalam pesan melalui media dan bahasa (Foulger, 2004). Teori dasar yang tidak banyak berubah selama lebih dari lima puluh tahun, model ekologis proses komunikasi—yang diusulkan oleh Foulger sebagai model komunikasi baru diintegrasikan ke dalam model ini yang disebabkan oleh fakta bahwa komunikasi lingkungan biasanya terjadi dalam konteks jejaring sosial melalui komunikasi antar pribadi. Komunikasi adalah proses pembentukan pesan antara pencipta dan pelanggan, sedangkan Bahasa dan alat lain merupakan sarana yang diperlukan untuk memasukkan pesan ke pikiran orang lain (Foulger, 2004). Penciptaan dan konsumsi pesan terjadi pada individu bersangkutan secara bersamaan. Konsep "instantiation, menerjemahkan sesuatu abstrak menjadi yang konkret dan nyata" adalah kunci untuk memahami model komunikasi lingkungan.

Model ini secara grafis dapat dilihat dari gambar berikut ini.



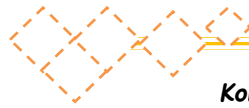
Gambar 1. Ecological Model of the Communication Process
(Sumber: Foulger, 2004)



Model ini menjelaskan beberapa hubungan, yaitu 1) Pesan diciptakan dan dikonsumsi dalam Bahasa, 2) Bahasa muncul dalam konteks media, 3) Pesan dikonstruksi dan dikonsumsi dalam konteks media, 4) Peran konsumen dan pencipta bersifat reflektif. Seseorang akan membuat konten ketika mereka merespons orang lain atau memberikan masukan kepada orang lain, 5) Peran konsumen dan pencipta bersifat mawas diri. Pembuat pesan membuat pesan dari sudut pandang dan hubungan mereka dengan konsumen pesan yang ditargetkan, 6) Interpretasi konsumen tidak selalu menangkap pesan secara sempurna terhadap pesan yang disampaikan. Terkadang konsumen menangkap suatu pesan sangat berbeda dengan apa yang dimaksud oleh pembuat pesan, 7) Seseorang akan belajar suatu bahasa melalui paparan media bahasa. Bahasa yang mereka pelajari hampir selalu merupakan bahasa yang mereka gunakan saat berinteraksi dengan orang yang sudah mengetahui dan menggunakan bahasa tersebut, 8) Masyarakat mempelajari suatu pesan dengan menggunakan media, 9) Manusia menciptakan dan mengembangkan bahasa. Seseorang akan mengembangkan bahasa ketika mereka perlu mengkomunikasikan ide-ide yang tidak dapat dilakukan oleh bahasa yang ada, 10) Manusia menciptakan dan mengembangkan media. Secara singkat, media komunikasi merupakan hasil interaksi kompleks antara unsur-unsur dasarnya: pesan, orang (yang berperan sebagai pembuat pesan, konsumen pesan, dan peran lainnya), bahasa, dan media.

Model Komunikasi Lingkungan dalam Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung

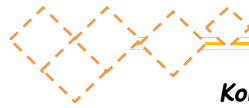
Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan melalui wawancara dan observasi menunjukkan model komunikasi lingkungan dalam Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung berdasarkan *Ecological Model of the Communication Procces* yang terdiri dari pencipta, pesan, media dan konsumen. Model tersebut ditunjukkan dalam gambar 2.



Gambar 2. Model Ekologi Proses Komunikasi Lingkungan Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung
(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung menciptakan pesan untuk disampaikan kepada konsumen dengan sosialisasi melalui tim sosialisasi. Tim sosialisasi tersebut dituntut untuk menciptakan pesan dengan memahami cara untuk mengajak masyarakat. Berdasarkan sisi konsumen, informasi yang disampaikan oleh Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung dapat dipahami dengan baik, karena informasinya tidak jauh dari isu lingkungan dan program bank sampah.

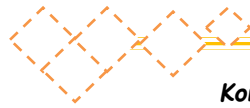
Pesan yang disampaikan terkait komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung sesuai dengan faktor lingkungan tergantung kepada siapa kita mensosialisasikannya. Cara menyampaikan pesan berbeda di setiap wadah sosialisasi, seperti dalam media sosial Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung lebih fokus kepada yang sifatnya edukasi, sedangkan jika sosialisasi langsung Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung lebih fokus dalam menawarkan dan mengajak langsung untuk mengikuti program-program Bank Sampah Induk DLH. Selain Program-program, layanan dan reward juga selalu dibahas di setiap sosialisasi dan keperluan marketing untuk menarik nasabah dengan menunjukkan bukti sosialisasi sebelumnya yang berhasil



melakukan tabung sampah, sehingga respon konsumen lebih baik. Disisi lain, konsumen Bank Sampah Induk DLH melihat informasi yang disampaikan melalui media sosial mudah diakses, namun terdapat beberapa konten yang kurang dipahami karena menggunakan istilah-istilah formal. Dengan demikian, penyesuaian bahasa yang saat ini banyak digunakan sangat diperlukan agar konsumen dapat memahami pesan yang disampaikan.

Pemilihan bahasa harus diperhatikan untuk menyesuaikan keadaan konsumen. Bahasa merupakan hal yang penting agar pesan yang ingin disampaikan bisa dipahami dengan baik oleh konsumen. Seperti yang dilakukan oleh Bank Sampah Induk DLH yang menggunakan bahasa tertentu pada saat kegiatan sosialisasi. Hal tersebut disesuaikan dengan situasi dan kondisi di lapangan, misalnya bahasa yang digunakan di lapangan adalah bahasa sunda, maka Bank Sampah Induk DLH menggunakan bahasa Sunda dalam penyampaian informasi sebagai bentuk pendekatan kepada konsumen.

Selain bahasa, penyampaian pesan pun harus memperhatikan media yang digunakan. Media merupakan sarana komunikasi bagi masyarakat melalui dua belah pihak. Dengan demikian, media menjadi salah satu aspek penting dalam penyampaian pesan. Melihat pentingnya penggunaan media, Bank Sampah Induk DLH melakukan kegiatan sosialisasi yang diterapkan melalui face to face, Instagram, website dan WhatsApp. Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung memilih menggunakan media sosial Instagram dan WhatsApp untuk memudahkan dalam menyampaikan informasi, karena melalui Instagram dan WhatsApp, masyarakat dapat lebih mudah menyampaikan pertanyaan – pertanyaan terkait layanan atau teknis pengumpulan sampah ke bank sampah tersebut. Tak hanya itu, Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung sering melakukan sosialisasi langsung dari balai RT dan RW serta sekolah – sekolah dengan menggunakan media peraga tertentu untuk mengelola sampah secara benar. Pemilihan media ini dapat menaikkan jumlah anggota karena media ini

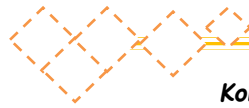


dirasa menjadi wadah yang tepat dalam menyampaikan pesan. Selain melakukan sosialisasi secara langsung Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung juga melakukan sosialisasi melalui media online seperti Instagram dan whatsapps dengan jumlah pengikut di Instagram sebanyak 4.906 followers dan mendapatkan hingga 1,2 juta penonton di video reelsnya mengenai pengelolaan dan permasalahan sampah yang dibuat seperti video lucu dengan musik asik dan ceria yang akan menambah citra tidak kaku di kalangan audience. Tentunya di dalamnya terdapat pesan yang disampaikan secara tersirat mengenai pengelolaan sampah. Konten seperti inilah yang dapat menaikkan pamor Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung dengan melakukannya secara konsisten dan terus berimprovisasi.

Penyampaian pesan dari pencipta harus tersampaikan kepada konsumen. Namun, tidak semua pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen, seperti halnya konsumen dari nasabah Bank Sampah Induk DLH yang kurang menyukai konten yang diunggah dengan kualitas film yang rendah di dalam media sosial. Nasabah Bank Sampah Induk DLH merasa program yang dimiliki sudah bagus untuk mencegah isu negatif tentang lingkungan dan merasakan benefit menjadi nasabah Bank Sampah Induk DLH karena layanannya yang memudahkan seperti layanan delivery sampah, jadi kita tidak harus ke Bank Sampah jika ingin menukarkan sampah, namun terdapat hal yang harus perhatikan terkait pembuatan konten di media sosial agar lebih menarik.

Model Komunikasi Lingkungan dalam Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung

Sama halnya dengan Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung, Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung berdasarkan Model komunikasi lingkungan yaitu *Ecological Model of the Communication Procces* terdiri dari



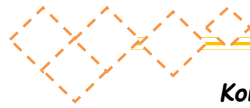
aspek pencipta, pesan, bahasa dan media. Model tersebut dijabarkan dalam gambar 3



Gambar 3. Model Ekologi Proses Komunikasi Lingkungan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung
(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Model ekologi proses dalam komunikasi lingkungan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung juga saling berkaitan langsung dengan masyarakat umum yang menjadi targetnya karena sampah merupakan merupakan masalah bagi semua kalangan.

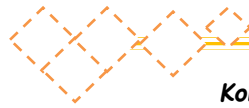
Model ekologi proses dalam komunikasi lingkungan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung berawal dari sebuah pesan yang dibuat oleh Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung lalu dikembangkan oleh tim bagian marketing communication yang bekerja sama dengan marketing development bank sampah tersebut. Pesan tersebut melalui berbagai macam proses seperti penyaringan dan pengembangan pesan agar pesan yang disampaikan selalu terbaru sesuai dengan kondisi terbaru agar audience tidak merasa bosan dengan konten yang hanya berputar pada isu lingkungan dan program bank sampah. Sosialisasi yang dilakukan juga mengikuti pesan yang dikembangkan Kembali oleh tim mereka agar pesan yang disampaikan juga sesuai dengan kebutuhan pada saat itu. Seperti, penyampaian kepada anak-anak sekolah tentu akan berbeda dengan penyampaian sosialisasi kepada masyarakat umum.



Contohnya kepada anak-anak sekolah Bank Sampah Bersinar lebih mengedepankan pesan-pesan terkait dengan pengelolaan sampah dan mengatasi masalah sampah melalui buang sampah pada tempatnya dan sebagainya dengan menggunakan alat peraga agar dapat dipraktekkan secara langsung. Bahasa yang digunakan adalah Bahasa nonformal pada saat penyampaian pesan kepada anak-anak sekolah. Bahasa tersebut dibuat ceria dan aktif agar anak-anak sekolah tidak merasa bosan atas pesan yang disampaikan. Dengan Bahasa dan pesan yang menarik anak-anak akan fokus mengamati pesan yang disampaikan dan diharapkan pesan mengenai sampah tersebut dapat dijalankan di rumah.

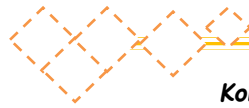
Sedangkan, penyampaian pesan kepada audience umum biasanya disampaikan melalui Bahasa formal untuk tempat yang bersifat dilingkungan formal contohnya perkantoran maka digunakan Bahasa formal agar mereka mudah memahami pesan yang disampaikan. Berbeda dengan pesan yang disampaikan kepada audience umum seperti lingkungan RT/RW dan balai warga Bahasa yang digunakan adalah Bahasa non formal atau Bahasa local agar audience umum merasa lebih dekat dengan penerimanya. Penggunaan Bahasa sangat memengaruhi hasil yang akan didapatkan nanti seperti pemahaman yang benar terkait sampah dan bank sampah. Pada proses penyampaian pesan kepada audience umum biasanya pesan akan lebih ditekankan tentang anggota yang berhasil mendapatkan reward dan program atau layanan unggulan dari Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung tetapi juga bersamaan penyampaian tentang isu lingkungan mengenai sampah.

Selain itu konten yang disajikan melalui kualitas video yang lebih baik dan enak dilihat dibandingkan kompetitornya. Selain itu, Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung selalu mengikuti tren terbaru dimulai dari tren Bahasa, gaya dan musik. pesan tersebut dikemas sedemikian dan semenarik mungkin dan terfokus pada pesan secara langsung mengenai program bank sampah dan isu lingkungannya. Konten ini dapat menambahkan kesan bahwa Bank Sampah



Bersinar Kabupaten Bandung menggunakan konten yang formal tapi disajikan dengan nuansa yang bersahabat dengan audience agar terasa tidak kaku dan terasa dekat dengan audience. Hal ini merupakan hal yang tentunya menarik minat audience selain mendapatkan ilmu baru juga akan menjadi bahan pertimbangan dalam mengikuti program bank sampahnya. Konten yang disajikan oleh Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung cukup menarik dan memiliki estetika lebih disetiap konten media sosialnya serta memiliki followers yang lebih banyak dibandingkan dengan kompetitornya yaitu sebanyak 36,5 rb followers. Dengan penonton terbanyak 217 rb mengenai program pengelolaan sampah dengan berkolaborasi dengan media lainnya di konten tersebut.

Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung juga menyediakan media website sebagai pelayanan unggulan. Pasalnya, kompetitor bank sampah lainnya belum ada yang menggunakan website sebagai sarana untuk menemukan sebuah informasi mengenai bank sampah tersebut. Di dalam website tersebut terdapat informasi mengenai layanan yang dapat di ikuti, informasi tentang harga yang terbaru disetiap bulannya, bank sampah unit yang dibina dan jumlah total sampah yang dikelola oleh Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung dalam waktu setahun terakhir. Informasi ini terpampang jelas di website mereka banksampahbersinar.com. Tentu website menjadi sebuah media pembeda diantara bank sampah lainnya karena diantara fungsi website ini adalah menunjukkan bahwa Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung dapat menjelaskan hasil kinerja bank sampah mereka secara transparan yang akan menjadi bahan pertimbangan audience untuk mengikuti program Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung.

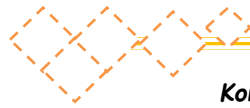


Komunikasi Lingkungan dalam Bank Sampah Induk DLH dan Bank Sampah Bersinar

Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung dan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung bekerja sama dengan pemerintah dan masyarakat untuk menjadi agen pemeliharaan lingkungan terkait pengelolaan sampah. Melalui Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung, sosialisasi dilakukan pada masyarakat untuk mengajak dalam mengelola sampah untuk mengurangi masalah lingkungan terkait sampah. Sedangkan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung melakukan sosialisasi terkait benefit menabung Sampah sebagai salah satu upaya pengelolaan sampah di Kabupaten Bandung. Masyarakat diberikan pengetahuan bahwa dampak penumpukan sampah sangat berpengaruh pada keadaan lingkungan, seperti pencemaran air dan pencemaran udara. Melalui kegiatan sosialisasi dari kedua bank sampah tersebut juga masyarakat diajak untuk melihat pentingnya memilah sampah berdasarkan jenisnya dan mengikuti program bank sampah berbasis masyarakat.

Target audience dari sosialisasi tersebut adalah warga kota Bandung dan Kab. Bandung. Fokus utama sosialisasi tersebut pada masyarakat yang tinggal di sekitar Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung dan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung dengan melakukan sosialisasi langsung tatap muka dengan para agen. Sosialisasi yang dilakukan Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung dan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung pada masyarakat Kota dan Kab. Bandung untuk mengelola sampah berdampak positif. Hal ini dilihat dari kegiatan evaluasi, saat ini ada peningkatan yang cukup baik terkait kesadaran masyarakat untuk menjaga wilayah dari sampah yang berserakan, menyediakan tempat sampah di lingkungan tempat tinggal dan memilah sampah berdasarkan jenisnya.

Sosialisasi yang dilakukan offline dan online pun sangat berdampak pada jumlah anggota dari kedua bank sampah tersebut berdasarkan data dari narasumber disebutkan bahwa anggota Bank Sampah DLH Kota Bandung sebanyak 5.000

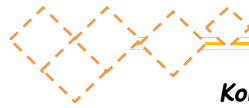


anggota dan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung sebanyak 11.000 anggota tentunya dengan jumlah anggota pada kedua bank sampah tersebut maka percepatan volume sampah dapat melambat pertumbuhannya dengan sebab aktivitas pengelolaan sampah kepada Masyarakat yang dilakukan oleh kedua bank sampah tersebut.

Sejauh ini sosialisasi secara offline cukup menarik simpatik masyarakat setempat. Biasanya sosialisasi secara offline ini dilakukan diberbagai macam tempat seperti disekolah, RT/RW dan balai warga. Sosialisasi ini dilakukan oleh Bank Sampah DLH Kota Bandung dan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung 2- 4 kali bahkan lebih dalam sebulan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pihak setempat. Pada saat sosialisasi tentunya hal-hal yang disampaikan adalah masalah lingkungan yang terjadi saat ini hingga peristiwa terdahulu guna membuka pemikiran khalayak yang dituju betapa pentingnya menjaga lingkungan dengan menggunakan Bahasa formal maupun Bahasa lokal agar pesan tersampaikan dengan jelas dan dapat dipahami. Masyarakat juga diajak berdiskusi dan berinteraksi secara langsung dengan pemateri agar pesan yang disampaikan sebelumnya dapat dipahami secara lebih lanjut

Didalam sosialisasi tersebut juga diajarkan untuk mempraktekkan cara dalam memilah dan mengelola sampah dengan benar agar masyarakat bisa secara mandiri melakukan pengelolaan sampah dirumah. Selain mendapatkan ilmu tentang tata cara pengelolaan dan pemilahan sampah Masyarakat juga diberikan harga khusus pada sampah yang sudah melalui proses pemilahan secara mandiri itu akan dihargai lebih mahal dibandingkan yang belum dipilah.

Selain itu, Bank Sampah DLH Kota Bandung dan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung juga menjelaskan program-program unggulan mereka salah satu dari program unggulan Bank Sampah DLH Kota Bandung adalah program menukar sampah dengan emas batangan sedangkan Bank Sampah Bersinar



Kabupaten Bandung memiliki program unggulan dengan bank sampah kelilingnya serta harga penukaran yang cukup tinggi.

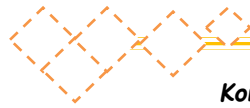
Melalui proses inilah diantara masyarakat akan tertarik dengan kedua bank sampah tersebut melalui sosialisasi yang dilakukan sedemikain rupa agar masyarakat tertarik dengan program-program yang diadakan oleh kedua bank sampah tersebut. Akan tetapi, tidak semua masyarakat yang ikut sosialisasi langsung mendaftar sebagai anggota tetapi diantara mereka biasanya memproses dan mengolah informasi tersebut secara mandiri bahkan diantara menggali informasi mengenai bank sampah melalui sosial media dimiliki oleh kedua bank sampah tersebut.

SIMPULAN

Komunikasi terdiri dari pencipta pesan konsumen, pesan yang disampaikan kepada konsumen, dan pemindahan pikiran yang dituangkan ke dalam pesan melalui media dan bahasa. Komunikasi lingkungan berperan penting dalam menyampaikan isu lingkungan dan mempersuasi tindakan menjaga lingkungan. Komunikasi lingkungan adalah sebuah pelajaran mengenai tentang cara kita berhubungan atau berkomunikasi tentang permasalahan lingkungan. Komunikasi lingkungan di Bank Sampah Induk DLH dan Bank Sampah Bersinar menjadi unggulan di kota Bandung dan kabupaten Bandung yang masing-masing dikelola pihak swasta dan pemerintah.

Berdasarkan hasil penelitian maka disimpulkan bahwa pengelolaan sampah yang telah dilakukan oleh Bank Sampah DLH Kota Bandung dan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung melalui komunikasi lingkungan cukup baik dimulai dari proses penyampaian pesan dan tata cara penyampaian pesan serta kelengkapan platform dalam menyampaikan pesan komunikasi lingkungan yang digunakan hingga program-program yang dibuat.

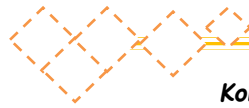
Bank Sampah DLH Kota Bandung dan Bank Sampah Bersinar Kabupaten



Bandung harus terus melakukan improvisasi yang positif guna mengurangi masalah sampah yang terus menjadi masalah utama di Kota dan Kabupaten Bandung. Sosialisasi mengenai pengelolaan sampah melalui bank sampah juga mendapatkan respon yang positif dari Masyarakat di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung. Hal ini dapat dilihat bahwa terdapat 5.000 anggota dari Bank Sampah DLH Kota Bandung dan 11.000 anggota yang tergabung di Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung. Maka, apabila dikalkulasikan diantara kedua bank sampah tersebut sudah mendapatkan anggota sebanyak 17.000 jiwa yang mengikuti program bank sampah sehingga diharapkan program bank sampah ini terus berjalan guna mengurangi dan memperlambat volume sampah yang ada di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung.

Melalui Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung, sosialisasi dilakukan pada masyarakat untuk mengajak dalam mengelola sampah untuk mengurangi masalah lingkungan terkait sampah melalui program Bank Sampah. Sedangkan Bank Sampah Bersinar Kabupaten Bandung juga melakukan sosialisasi terkait benefit menabung Sampah sebagai salah satu upaya pengelolaan sampah di Kabupaten Bandung. Masyarakat diberikan pengetahuan bahwa dampak penumpukan sampah sangat berpengaruh pada keadaan lingkungan, seperti pencemaran air dan pencemaran udara.

Selain menggunakan metode sosialisasi Bank Sampah DLH Kota Bandung melakukan penyampaian pesan melalui media sosial seperti Instagram dan whatsapp. Dengan berbagai macam konten yang diolah agar masyarakat tertarik dengan program Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung bahkan salah satu konten yang dikelola oleh Bank Sampah Induk DLH Kota Bandung mendapatkan sebanyak 1,2 juta penonton melalui konten gimmick terkait cara membuang sampah. Bank Sampah Bersinar juga melakukan hal serupa dengan metode penyampaian pesan secara online melalui Instagram, whatsapp, dan website. Konten yang disajikan cukup menarik dan memiliki estetika lebih baik serta

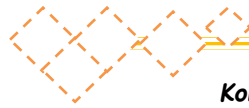


mendapatkan

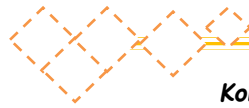
Melalui proses inilah diantara masyarakat akan tertarik dengan kedua bank sampah tersebut melalui sosialisasi yang dilakukan sedemikian rupa agar masyarakat tertarik dengan program-program yang diadakan oleh kedua bank sampah tersebut. Akan tetapi, tidak semua masyarakat yang ikut sosialisasi langsung mendaftar sebagai anggota tetapi diantara mereka biasanya memproses dan mengolah informasi tersebut secara mandiri bahkan diantaranya menggali informasi mengenai bank sampah melalui sosial media yang dimiliki oleh kedua bank sampah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhamidi, R. (2023, January 15). *jumlah sampah dibuang ketpasarimukti yang naik tiap tahun*. <https://doi.org/https://www.detik.com/jabar/berita/d-6515250/data>
- Ariessa Pravasanti, Y., & Ningsih, S. (2020). Bank Sampah Untuk Peningkatan Pendapatan Ibu Rumah Tangga. *Jurnal BUDIMAS*, 02(01).
- Assegaf, A. H., Faizin, F., & Tandio, T. (2022). Memahami Komunikasi Lingkungan dan Framing Sebagai Praksis Perubahan Sosial. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(1), 120–129. <https://doi.org/10.32509/wacana.v21i1.1831>
- Asteria, D., & Heruman, D. H. (2016). Bank Sampah Sebagai ALternatif Strategi Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat di Tasikmalaya. *Jurnal Manusia Dan Lingkungan*, 23(1), 136–141.
- Aulia, C. D., & et al. (2021). Peningkatan Pengetahuan dan Kesadaran Masyarakat tentang Pengelolaan Sampah dengan Pesan Jepapah. *Jurnal Pengabdian Kesehatan Masyarakat (Pengmaskemas)*, 1(1), 62–70. <https://doi.org/10.31849/pengmaskemas.v1i1/5516>
- Cox, R. (2013). *Environmental Communication and the Public Sphere* (3rd ed.). Los Angeles: Sage.
- Creswell, J. W. (2018). Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. In *Sage Publication, Inc* (5th ed.).



- Fikri Haqani, M., & Hidayat, D. (2015). Komunikasi Antarpribadi dalam Membangun Kepribadian Santri. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, II(1). Retrieved from <http://m.voa-islam.com>.
- Foulger, D. (2004a). *An Ecological Model of the Communication Process*. Retrieved from <https://davis.foulger.info/papers/ecologicalModelOfCommunication.htm>.
- Hamel, J. (2020, January 13). Bank Sampah Bersinar Miliki 250 Unit yang Tersebar di Kabupaten Bandung, Sudah Banyak yang Berhasil. *Tribunjabar.Id*. Retrieved from <https://jabar.tribunnews.com/amp/2020/01/13/bank-sampah-bersinar-miliki-250-unit-yang-tersebar-di-kabupaten-bandung-sudah-banyak-yang-berhasil>.
- Humas Kota Bandung. (2023, February 20). Ubah Sistem Kelola, Pemkot Bandung Olah 300 Ton Sampah. *Portal Bandung*. Retrieved from <https://www.bandung.go.id/news/read/7664/ubah-sistem-kelola-pemkot-bandung-olah-300-ton-sampah>.
- Jurin, R. R., Roush, D., & Danter, J. (2010). Environmental communication: Skills and principles for natural resource managers, scientists, and engineers. In *Environmental Communication: Skills and Principles for Natural Resource Managers, Scientists, and Engineers*. Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/978-90-481-3987-3>
- Mahlil, M., Mustaqim, M., Fatimah, F., & Furqan, M. (2021). Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat Menjadi Produk Bernilai Ekonomi. *Jurnal Al-Ijtima'iyyah*, 7(1), 65. <https://doi.org/10.22373/al-ijtima'iyyah.v7i1.9473>
- Mutakin, A. (2018). Apa Lingkungan Itu? *Geoarea*, 1(2), 65–68.
- Nisa, S. Z., & Saputro, D. R. (2021). Pemanfaatan Bank Sampah sebagai upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kelurahan Kebonmanis Cilacap. *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 89–103. <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v3i2.3899>
- PD. Kebersihan Kota Bandung. (2021). *Produksi Sampah Menurut Jenisnya Di Kota Bandung, 2020*. Retrieved from <https://bandungkota.bps.go.id/statictable/2021/03/23/1457/produksi-sampah-menurut-jenisnya-di-kota-bandung-2020.html>



- Pezzullo, P. C., & Cox, J. R. (2018). *Environmental communication and the public sphere* (5th ed.).
- Rizaldi, B. (2022, January 25). Sampah yang tak tertangani di Kabupaten Bandung capai 968 ton per hari. *Antara News*.
- Selomo, M., Sampah, B., Salah, S., Solusi, S., Sampah, P., Makassar, K., ... Unhas, M. (2016). The Waste Bank is One of Good Solusion for Handling Waste in Makassar City. *Journa; MKMI*, 12(4), 232–240.
- Suryani, A. S., Efektivitas, D., & Sampah, P. (2014). Peran Bank Sampah dalam Efektivitas Pengelolaan Sampah (Studi Kasus Bank Sampah Malang). *Jurnal Aspirasi*, 5(1), 71–84. Retrieved from <http://www.tempo.co/read/news/2012/04/15/063397147/>