

ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLAAN BANK SAMPAH KAMPUNG AMPERA RW 09 PADEMANGAN BARAT

Nuraini Diniyanti Morib¹, Muhammad Fikri Gissani²

Universitas 17 Agustus 1945, Jakarta, Indonesia

Email : nurainidini18@gmail.com

ABSTRAK

Peningkatan volume sampah di DKI Jakarta memerlukan strategi pengelolaan yang efektif. Bank sampah merupakan salah satu program yang digunakan untuk pengelolaan sampah di DKI Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengevaluasi strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh pengelola bank sampah Kampung Ampera RW 09 Pademangan Barat dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi warga dalam pengelolaan sampah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan subjek penelitian menggunakan purposive sampling, dan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif dengan menerapkan aspek kognitif, afektif, dan konatif yang digunakan oleh pengelola bank sampah efektif dalam meningkatkan pengetahuan, membentuk sikap positif, dan mendorong perubahan perilaku warga dalam pengelolaan sampah.

Kata-kata Kunci: afektif, edukasi, kognitif, konatif, strategi

ANALYSIS PERSUASIVE COMMUNICATION WASTE BANK MANAGEMENT AMPERA VILLAGE RW 09 PADEMANGAN BARAT

ABSTRACT

The increasing volume of waste in DKI Jakarta necessitates effective waste management strategies. Waste banks are one of the programs utilized for waste management in DKI Jakarta. This study aims to identify, analyze, and evaluate the persuasive communication strategies employed by the managers of the Kampung Ampera RW 09 Pademangan Barat waste bank in enhancing public awareness and participation in waste management. A qualitative approach with a descriptive qualitative design was utilized, incorporating purposive sampling for subject selection and interviews for data collection. The findings indicate that the persuasive communication strategy, which encompasses cognitive, affective, and conative aspects, effectively enhances knowledge, fosters positive attitudes, and promotes behavioral changes among the community in waste management.

Keywords: *affective, cognitive, conative, education, srategy*

Article Info:

Received: July, 21, 2025, Revised: Dec, 26, 2025, Accepted: Dec, 30, 2025, Available Online: Dec, 31, 2025

PENDAHULUAN

Volume sampah di DKI Jakarta terus meningkat setiap harinya, dengan rata-rata sampah yang terangkut ke TPST Bantar Gebang mencapai 7.233,82 ton dan 7.543,42 ton per hari pada tahun 2021 dan 2022. Di Jakarta Utara, volume sampah yang terangkut rata-rata mencapai 36 ton per bulan pada tahun 2019 (BPS Kota Jakarta Utara, 2020). Peningkatan volume sampah di Jakarta Utara berkontribusi pada peningkatan volume sampah secara keseluruhan di DKI Jakarta.

Pemerintah DKI Jakarta mengeluarkan Peraturan Gubernur Nomor 77 Tahun 2020 untuk mengurangi produksi sampah dengan menerapkan prinsip 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) melalui penyuluhan yang dipimpin oleh Dinas Lingkungan Hidup (Alwasury & Maesarini, 2024). Tujuan utama adalah mengubah paradigma pengelolaan sampah warga dari Kumpul-Angkut-Buang (Kupang) menjadi Kurangi-Pilah-Olah (Kupilah) (Nursetyowati, 2023). Oleh karena itu, partisipasi aktif dari masyarakat sangat penting dalam mendukung kegiatan daur ulang (Solang et al., 2025).

Pemerintah menggunakan penyuluhan sebagai strategi sosialisasi program Bank Sampah untuk

meningkatkan kesadaran dan partisipasi warga (PSC WWF Indonesia, 2024). Tidak hanya strategi, penggunaan model komunikasi pada pemerintah juga diperlukan untuk mendorong partisipasi masyarakat untuk dapat menjaga kebersihan lingkungan (Luas et al., 2020). Pendekatan langsung dari pihak terkait seperti Dinas Lingkungan Hidup dan Kecamatan dapat membentuk dorongan warga untuk berpartisipasi dalam program tersebut (Rahmawati et al., 2021). Edukasi dan sosialisasi yang intensif dapat meningkatkan pemahaman warga tentang nilai positif program Bank Sampah dan mendorong mereka untuk menjaga kebersihan lingkungan (Arif Zunaidi & Urfiatur Rohmi Setiani, 2021).

Konsep 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*) merupakan strategi pengelolaan sampah yang efektif dalam mengurangi volume sampah di warga (Alimun Utama, 2023). *Reduce* melibatkan pembatasan konsumsi barang yang berpotensi menghasilkan sampah, *reuse* memanfaatkan kembali material yang masih berguna, dan *recycle* mengubah barang bekas menjadi produk yang bermanfaat. Implementasi 3R dapat meningkatkan kesadaran warga akan pentingnya pengelolaan sampah yang baik dan benar (Basis, 2018).

Program bank sampah menjadi salah satu instrumen penting dalam pengelolaan sampah yang ada di warga. Adanya program bank sampah, warga berpartisipasi aktif dalam pengelolaan sampah dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan (Hadi et al., 2021). Partisipasi warga dalam program bank sampah dapat menjadi indikator keberhasilan pengelolaan sampah di tingkat komunitas (Muanifah & Cahyani, 2021).

Keberhasilan penyuluhan 3R sangat bergantung pada peran serta dan kesadaran warga dalam pengelolaan sampah. Program bank sampah di tingkat lingkungan seperti RW dapat meningkatkan partisipasi warga dalam pengelolaan sampah dan mengurangi volume sampah yang menumpuk (Suryani, 2014). Penyuluhan program pengelolaan sampah 3R dapat membuka pandangan dan wawasan baru bagi warga bahwa sampah dapat dijadikan sesuatu yang bernilai ekonomis (Akay et al., 2021). Keterlibatan warga dalam kegiatan daur ulang sangat diperlukan, dan program bank sampah dapat menjadi salah satu wadah untuk mewujudkannya (Anam et al., 2022).

Penyuluhan merupakan suatu metode pembelajaran non-formal yang efektif dalam memunculkan perubahan

perilaku warga melalui strategi komunikasi yang tepat (Pratomo, 2015). Dengan penerapan strategi komunikasi yang sesuai, penyuluhan dapat meningkatkan pengetahuan, kesadaran, kemauan, dan kemampuan warga (Sari et al., 2021). Strategi komunikasi persuasif sering kali digunakan dalam penyuluhan, yang menekankan pada penyampaian materi secara verbal untuk mempengaruhi perilaku warga (Harahap et al., 2022).

Komunikasi persuasif merupakan suatu bentuk komunikasi yang berbasis psikologis untuk memengaruhi opini, sikap, dan perilaku individu atau kelompok (Juariyah, 2020). Pada konteks penyuluhan, jenis komunikasi ini menjadi pendekatan yang efektif (Setiawan & Arviani, 2024). Komunikasi persuasif yang pada praktiknya dekat dengan kehidupan sehari-hari dapat mendorong dan memengaruhi individu ataupun kelompok dari dalam diri. Dengan demikian, tujuan dari dilakukannya komunikasi persuasif dapat tercapai secara optimal dan sesuai yang diinginkan oleh komunikator (Prasanti, 2018).

Kecamatan Pademangan merupakan salah satu kecamatan di DKI Jakarta wilayah Jakarta Utara yang

berkontribusi pada peningkatan sampah. Akan tetapi, kecamatan ini menjadi salah satu kecamatan yang aktif pada pengelolaan sampah melalui program bank sampah. Data dari Kantor Satuan Pelaksana Lingkungan Hidup Kecamatan Pademangan, pengelolaan sampah dari bank sampah RW di Kecamatan Pademangan menunjukkan peningkatan jumlah sampah yang dikelola, yaitu sebesar 40.591,00 kg

Gambar 1. Tabel Data Peningkatan Sampah di Bank Sampah

REKAP BANK SAMPAH RW KELURAHAN PADEMANGAN BARAT TAHUN 2023-2024							
2023				2024			
NO	BANK SAMPAH	RW	KG	NO	BANK SAMPAH	RW	KG
1	PERISAI	1	153	1	PERISAI	1	51
2	SAMARA RW 02	2	1392	2	SAMARA RW 02	2	3662,39
3	SAMARA RW 03	3	249	3	SAMARA RW 03	3	1990,44
4	KEBERSAMAAN	4	1765	4	KEBERSAMAAN	4	4480,71
5	SRIKANDI	5	232	5	SRIKANDI	5	381,4
6	CERIA	6	2858	6	CERIA	6	5887,96
7	-	7	0	7	-	7	0
8	MAWAR RW 08	8	0	8	MAWAR RW 08	8	1775,3
9	KAMPUNG AMPERA	9	63	9	KAMPUNG AMPERA	9	256
10	MAWAR RW 10	10	199	10	MAWAR RW 10	10	522,04
11	SAMARA 11	11	4008	11	SAMARA 11	11	3295
12	PERMATA RW 12	12	0	12	PERMATA RW 12	12	6745,55
13	BERSEHATI 13	13	18336	13	BERSEHATI 13	13	22831
14	CIPTA MANDIRI	14	2909	14	CIPTA MANDIRI	14	1100,9
15	NIRWANA	15	0	15	NIRWANA	15	200,2
16	PERMATA RW 16	16	8427	16	PERMATA RW 16	16	10281
TOTAL			40591	TOTAL			63460,89

Sumber : Penelitian, 2025.

pada tahun 2023 dan meningkat menjadi 63.460,89 kg pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan dan efektivitas program bank sampah di wilayah tersebut dalam mendukung pengelolaan sampah berbasis 3R.

Berdasarkan uraian diatas maka menggiring peneliti kepada satu pertanyaan besar berkaitan dengan

fenomena bank sampah di RW 09 Pademangan barat yaitu **“bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dilakukan sebagai pendekatan pada warga agar mendorong terbentuknya kesadaran lingkungan?”**. Strategi komunikasi ini diharapkan dapat menjaga warga agar sadar terhadap lingkungan, yang nantinya dapat mendukung kelancaran program kegiatan bank sampah dan juga dengan loyalitas nasabah bank sampah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh pengelola bank sampah Kampung Ampera RW 09 Pademangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian termasuk ke dalam jenis penelitian kualitatif dengan desain penelitian yakni deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif dipilih karena fokus utama penelitian adalah memberikan gambaran lengkap tentang kondisi bank sampah dan proses komunikasi yang diterapkan oleh pengelola bank sampah di bank sampah Kampung Ampera RW 09 (Rukayat, 2017).

Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih pada penelitian ini karena fokus utama penelitian adalah memberikan

gambaran lengkap tentang kondisi dan proses yang terjadi di lapangan tanpa melakukan manipulasi terhadap objek penelitian. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang menekankan pada analisis numerik dan generalisasi, penelitian kualitatif mengutamakan kedalaman daripada keluasan, sehingga memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa gaya komunikasi, persepsi pembaca, dan relevansi budaya yang kerap kali hilang dalam abstraksi statistik (Nasir et al., 2025).

Pengambilan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik digunakan dengan dilakukannya pertimbangan dan tujuan tertentu yang disesuaikan dengan penelitian yang dilakukan (Adhimah, 2020). Subjek penelitian merupakan orang-orang yang terlibat langsung pada kegiatan bank sampah di bank sampah Kampung Ampera RW 09, yang terdiri dari pengelola dan juga anggota serta warga sekitar. Pengambilan data dilakukan dengan teknik wawancara. Analisis data terdiri dari tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi (Husnullail. M et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hubungan komunikasi antara pengelola bank sampah dan warga memegang peranan penting dalam keberhasilan program bank sampah di bank sampah Kampung Ampera RW 09 Pademangan Barat. Program ini mengadopsi sistem perbankan konvensional, di mana warga bertindak sebagai nasabah yang menabung sampah anorganik untuk mendapatkan manfaat ekonomis. Kegiatan bank sampah dijalankan seminggu sekali, dengan pengelolaan yang dikoordinasikan oleh Bidang Pengelolaan Sampah (BPS) RW 09 yang dibentuk secara resmi oleh Kelurahan.

Permasalahan mendasar yang mendorong lahirnya Bank Sampah Kampung Ampera RW 09 Pademangan Barat adalah tingginya produksi sampah rumah tangga di kawasan ini, yang tidak diimbangi dengan sistem pengelolaan sampah yang memadai. Kondisi wilayah yang padat penduduk, minim ruang terbuka, dan terbatasnya fasilitas pembuangan sampah menyebabkan timbulnya berbagai persoalan lingkungan, seperti saluran air yang tersumbat, bau tidak sedap, hingga peningkatan risiko penyakit berbasis lingkungan.

Selain permasalahan fisik, tantangan yang signifikan juga berasal

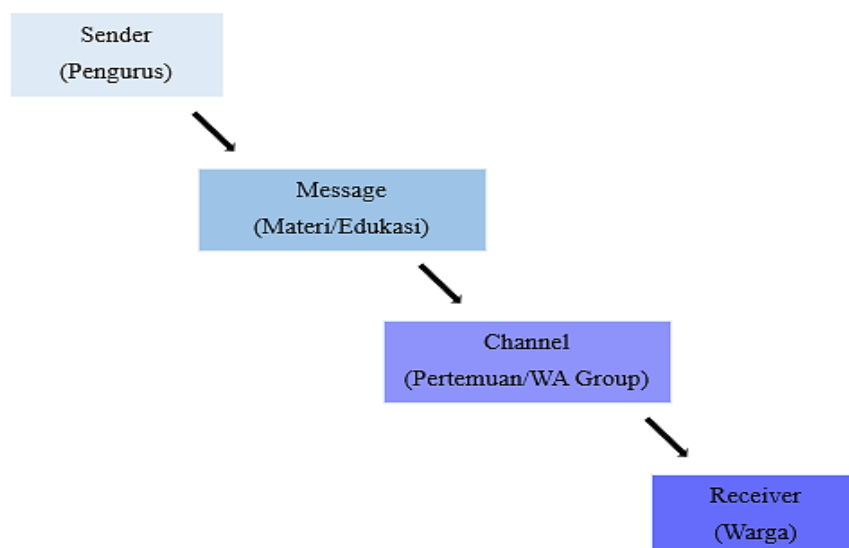
dari faktor kesadaran warga. Pada awal program, sebagian besar warga masih memiliki pola pikir tradisional yang memandang sampah sebagai sesuatu yang hanya perlu dibuang tanpa memikirkan dampak lanjutan. Kebiasaan membuang sampah sembarangan atau membakar sampah di pekarangan rumah masih menjadi hal yang lumrah. Upaya memilah sampah sejak dari rumah tangga pun belum menjadi budaya yang melekat di kehidupan sehari-hari warga. Bank sampah ini juga menerapkan sistem satu pintu dalam pengumpulan sampah melalui peran aktif kader Jumantik.

Pengelola bank sampah Kampung Ampera RW 09 melakukan pendekatan dengan menerapkan strategi komunikasi persuasif untuk

menanggulangi permasalahan dan tantangan yang terjadi di lingkungan RW 09 Pademangan Barat. Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan berbasis tiga aspek, yakni aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif. Dengan kata lain, pengelola bank sampah tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga membangun relasi sosial dan kepercayaan dengan warga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi dalam pengelolaan Bank Sampah Kampung Ampera RW 09 mengintegrasikan tiga model komunikasi klasik, yaitu model linear, circular, dan Lasswell. Model linear tampak pada tahap awal sosialisasi, ketika pengelola menyampaikan informasi secara satu arah kepada warga, baik melalui

Gambar 2. Model Komunikasi Linear

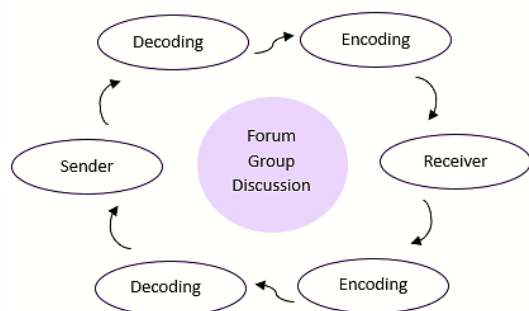


Sumber : Penelitian 2025

penyuluhan langsung, pengumuman di grup WhatsApp, maupun saat kegiatan kerja bakti bersama. Komunikasi ini bersifat informatif dan belum melibatkan umpan balik langsung dari warga (Efendi et al., 2023).

Seiring berjalannya waktu, komunikasi berkembang menjadi dua arah sebagaimana yang dijelaskan dalam model sirkular. Peneliti menemukan bahwa dalam diskusi kelompok dan kegiatan Focus Group Discussion (FGD), terjadi proses pertukaran pesan secara timbal balik antara pengelola dan warga (Oktavia, 2016).

Gambar 3. Model Komunikasi Circular



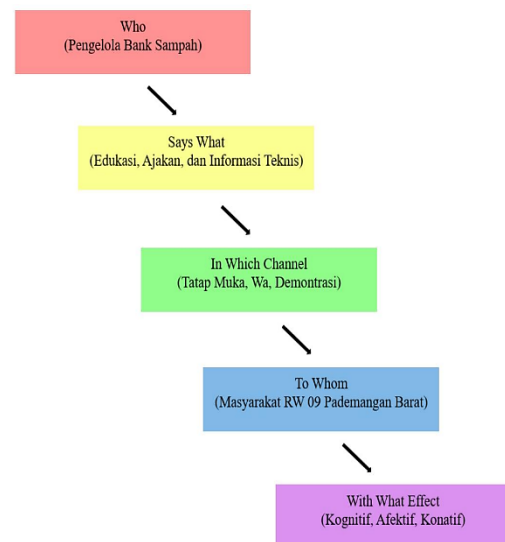
Sumber : Penelitian, 2025

Proses komunikasi tersebut menunjukkan bahwa baik pengelola maupun warga secara aktif mengambil peran sebagai pengirim dan penerima pesan. Pesan-pesan yang disampaikan oleh pengelola dikodekan melalui berbagai media, kemudian didekode oleh warga berdasarkan pengalaman,

pengetahuan, dan konteks sosial mereka (Shaw, 2017).

Model komunikasi Lasswell yang dikenal dengan rumus 5W (Who, Says What, In Which Channel, To Whom, dan With What Effect) menjadi kerangka analisis yang tepat dalam memahami strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh pengelola Bank Sampah Kampung Ampere RW 09 Pademangan Barat (Sapienza et al.,

Gambar 4. Model Komunikasi Lasswell



Sumber : Penelitian, 2025

2015).

Mulai dari siapa yang menyampaikan pesan (pengelola bank sampah dan kader lingkungan), apa isi pesannya (edukasi dan ajakan memilah sampah), melalui media apa (tatap muka, media digital, visual, dan demonstrasi), kepada siapa (warga RW 09 dari

berbagai latar belakang), dan dengan dampak apa (peningkatan pengetahuan, sikap positif, serta perubahan perilaku warga dalam pengelolaan sampah). Pendekatan ini memberikan kerangka evaluasi efektivitas komunikasi persuasif yang dilakukan (Julius & Agustin, 2022).

Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan mencakup tiga aspek utama: kognitif, afektif, dan konatif. Dalam aspek kognitif, pengelola menyampaikan informasi edukatif melalui kerja bakti, penyuluhan, dan media visual yang membahas klasifikasi sampah dan nilai ekonomis dari sampah terpilah. Warga mulai memahami pentingnya memilah sampah berdasarkan jenisnya, serta melihat manfaat ekonomi yang dapat diperoleh (Mirawati, 2021).

A. Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Aspek Kognitif

Strategi komunikasi persuasif dengan aspek kognitif yang diterapkan oleh pengelola menjadi dasar dari strategi komunikasi persuasif dengan aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif. Hal ini dikarenakan komunikasi persuasif dengan aspek kognitif merupakan komunikasi yang dilakukan dengan memberikan edukasi mengenai klasifikasi sampah dan manfaat ekonomi

dari sampah terpilah dilakukan secara bertahap dan berulang. Pengelola bank sampah Kampung Ampera RW 09 secara konsisten menyampaikan materi tentang klasifikasi sampah, prinsip 3R (*Reduce, Reuse, Recycle*), serta nilai ekonomis dari sampah anorganik.

Edukasi ini tidak hanya

Gambar 5. Penyuluhan Pengelola Bank Sampah Kepada Warga



Sumber : Penelitian, 2025

dilakukan secara formal melalui penyuluhan dan pertemuan rutin, tetapi juga secara informal saat kerja bakti dan interaksi sehari-hari di lingkungan RW. Pada pelaksanaan edukasi, pihak Lingkungan Hidup sendiri ikut melakukan monitoring di dalamnya, dimana monitoring ini dilakukan sebagai pelengkap edukasi-edukasi pihak pengelola bank sampah pada warga dalam memahami makna Kumpul-Pilah-Olah pada jenis-jenis sampah.

“Strategi awal dimulai dengan kerja bakti kemudian dijelaskan bahwasannya sampah ini alangkah baiknya kita harus bijak untuk memilah sampah mana yang harus dibuang secara bertahap dan

sampah mana yang harus dibuang secara keseluruhan”, (Wawancara Bu Nuriyah, 23 Mei 2025).

Pengelola memberikan informasi rinci tentang jenis-jenis sampah yang memiliki nilai ekonomis, seperti plastik, kertas, dan logam, serta harga jualnya di pasar lapak atau pengepul. Hal ini dilakukan agar warga menyadari bahwa sampah bukan sekadar limbah, melainkan aset yang dapat ditabung dan dikelola layaknya uang di bank. Selain itu, praktik langsung memilah sampah bersama warga menjadi metode efektif untuk mentransfer pengetahuan secara aplikatif.

Gambar 6. Materi Edukasi Pengelolaan Sampah

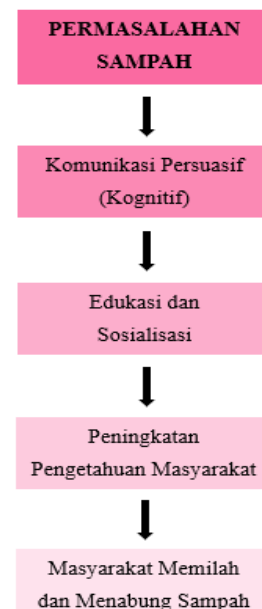


Sumber : Penelitian, 2025

Materi edukasi disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan relevan dengan keseharian warga. Pengelola juga menggunakan media visual, seperti video di atas yang dibuat oleh Wahana Visi Indonesia, untuk memperkuat pemahaman warga terkait bank sampah. Dewasa ini, digitalisasi pada materi edukasi merupakan hal yang

lumrah karena warga pada saat ini sudah terbiasa akan perubahan terhadap media yang digunakan (Gissani *et al.*, 2024). Ini merupakan salah satu strategi penting agar penyampaian materi mengikuti jaman Pengelola memberikan informasi rinci tentang jenis-jenis sampah yang memiliki nilai ekonomis, seperti plastik, kertas, dan logam, serta harga jualnya di pasar lapak atau pengepul. Hal ini dilakukan agar warga menyadari bahwa sampah bukan sekadar limbah, melainkan aset yang dapat ditabung dan dikelola layaknya uang di bank. Selain itu, praktik langsung memilah sampah bersama warga menjadi metode efektif untuk mentransfer pengetahuan secara

Gambar 7. Alur Komunikasi Persuasif Kognitif



Sumber : Penelitian, 2025

aplikatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi edukasi yang berulang dan interaktif mampu meningkatkan literasi lingkungan warga. Warga yang sebelumnya kurang memahami manfaat ekonomi dari sampah kini mulai terbiasa memilah sampah di rumah dan menabung sampah ke bank sampah. Transformasi pengetahuan ini menjadi fondasi penting bagi perubahan perilaku yang berkelanjutan (Rusydi et al., 2024).

A. Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Aspek Afektif

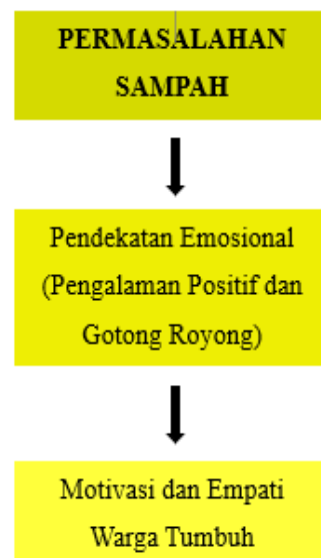
Strategi komunikasi persuasif dengan aspek afektif ditemukan bahwa pendekatan emosional sangat penting dalam membangun sikap positif warga. Melalui wawancara dengan anggota aktif, perubahan lingkungan yang lebih bersih dan adanya manfaat ekonomi dari menabung sampah menjadi faktor utama yang memotivasi warga untuk terus berpartisipasi.

“Pendekatan emosional yang saya rasakan lingkungan menjadi lebih bersih, sampah yang berserakan perlahan hilang dan saya juga melihat semangat warga lain dalam mendukung program pengelolaan sampah bank sampah, bukan hanya saya yang ikut tergerak untuk mengambil sampah yang berserakan di lingkungan tetapi warga lain juga sama, pada saat ditanya ngapain ngambilin sampah botol? Iyah lumayan buat nambah tabungan di bank

sampah sekaligus menghilangkan sampah yang dibuang tidak pada tempatnya”, (Wawancara Bu Tias, 23 Mei 2025).

Aksi yang dilakukan mendorong munculnya emosi warga terhadap apa yang dikomunikasi melalui apa yang dikerjakan (komunikasi non-verbal). Hasil pengamatan yang didapatkan oleh peneliti tidak jauh berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fathurrahman *et al.* (Fathurrahman et al., 2024) dan Gissani & Nugraha (Gissani & Nugraha, 2024) yang keduanya menyatakan bahwa adanya paparan informasi yang terlihat langsung oleh komunikan, akan meningkatkan rasa keterikatan komunikan dengan komunikator. Dengan ini, akan muncul emosi seperti rasa percaya dan peduli

Gambar 8. Alur Komunikasi Persuasif Afektif



Sumber : Penelitian, 2025

sehingga tercapai tujuan komunikasi tersebut.

Pengalaman positif ini diperkuat dengan adanya penghargaan sosial, seperti pujian dari pengelola dan pengakuan di lingkungan sekitar. Berdasarkan penelitian, pengelola bank sampah secara aktif membangun suasana kekeluargaan dan gotong royong, sehingga tercipta rasa memiliki terhadap program.

Pada usaha membangun sikap positif warga terhadap pengelolaan sampah, pengelola mengedepankan pendekatan emosional dan sosial. Pengalaman langsung merasakan lingkungan yang lebih bersih, adanya manfaat ekonomi dari menabung sampah, serta suasana gotong royong yang tercipta dalam kegiatan bank sampah menjadi faktor utama yang membangkitkan motivasi dan kepedulian warga.

Gambar 9. Aksi Kumpul Sampah Dari Pintu ke Pintu



Sumber : Penelitian, 2025

Pengelola secara aktif melakukan pengenalan sampah secara pintu ke pintu, memberi contoh dengan mengambil sampah yang masih berserakan di lingkungan bank sampah Kampung Ampera RW 09. Aksi tersebut berhasil membangkitkan emosional warga yang kurang peduli akan sampah dan merasa malu untuk melakukan pemilahan sampah. Komunikasi yang hangat dan terbuka, serta keterlibatan warga dalam pengambilan keputusan, memperkuat rasa bangga dan memiliki terhadap program bank sampah.

Penerimaan pengelola terhadap aspirasi dan masukan warga, serta diberikannya respons dengan solusi konkret menjadikan adanya kelancaran pada strategi komunikasi persuasif yang dilakukan. Pendekatan humanis ini mendorong tumbuhnya motivasi intrinsik, sehingga warga tidak hanya terlibat karena insentif ekonomi tetapi juga karena kepuasan emosional dan sosial yang diperoleh dari keterlibatan dalam program.

Aspek afektif yang memunculkan adanya ikatan emosional warga terhadap program bank sampah berangsur menciptakan perubahan perilaku. Kendati perubahan tersebut tidak instan, namun terjadi secara bertahap. Perubahan ini didukung

dengan adanya konsistensi pengelola bank sampah dalam memberikan contoh nyata dan kemudahan akses fasilitas bank sampah. Peneliti mencatat bahwa jadwal pengumpulan yang rutin, sistem pencatatan yang transparan, dan adanya titik kumpul yang strategis sangat membantu warga untuk terlibat aktif. Selain itu, peneliti menemukan bahwa anggota aktif sering kali menjadi contoh bagi warga lain.

B. Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Aspek Konatif

Strategi komunikasi persuasif berbasis konatif yang diimplementasikan oleh pengelola Bank Sampah RW 09 Pademangan Barat menunjukkan efektivitas dalam mendorong perubahan perilaku warga menjadi tindakan nyata dalam pengelolaan sampah. Temuan di lapangan menunjukkan bahwa pengelola secara konsisten memberikan keteladanan melalui praktik langsung seperti memilah sampah dari rumah, menabung di bank sampah, serta terlibat aktif dalam pencatatan dan pengumpulan. Keteladanan ini memunculkan dorongan internal pada warga untuk meniru perilaku tersebut.

Upaya tersebut diperkuat dengan penyediaan sarana dan prasarana pendukung, termasuk titik kumpul sampah yang strategis, jadwal

pengumpulan rutin, sistem pencatatan yang transparan melalui grup WhatsApp, serta fasilitas seperti kantong sampah ramah lingkungan, timbangan digital, dan gerobak pilah. Fasilitas ini sebagian besar merupakan hasil kerja sama

Gambar 10. Fasilitas Sarana dan Prasarana Pemilahan



Sumber : Penelitian, 2025

dengan instansi lingkungan hidup di tingkat kecamatan dan kota.

Monitoring dan evaluasi menjadi bagian penting dari strategi konatif. Pengelola secara rutin mengajak warga untuk mengevaluasi hasil program, membahas kendala yang dihadapi, dan mencari solusi bersama. Keterlibatan warga dalam proses evaluasi memperkuat rasa tanggung jawab dan komitmen mereka untuk terus berkontribusi aktif. Penyesuaian strategi dengan karakteristik sosial dan budaya warga, seperti pendekatan personal untuk kelompok tertentu, juga menjadi kunci keberhasilan dalam mengubah pengetahuan dan sikap menjadi tindakan

nyata yang berdampak positif bagi lingkungan sekitar.

Kendati strategi komunikasi dapat terlaksana sehingga adanya kelancaran program pada bank sampah Kampung Ampira RW 09. Akan tetapi, ditemukan tantangan utama yang dihadapi pengelola, seperti rendahnya pemahaman awal warga, budaya membuang sampah sembarangan, serta keterbatasan jangkauan sosialisasi.

Gambar 11. Alur Komunikasi Persuasif Konatif



Sumber : Penelitian, 2025

Namun hal tersebut dapat diperbaiki secara bertahap melalui sistem satu pintu yang melibatkan kader Jumantik, serta edukasi yang dilakukan secara berulang dan adaptif terhadap kebutuhan warga, terbukti mampu mengatasi hambatan tersebut. Peneliti juga mengamati adanya sinergi antara pengelola, kader

lingkungan, dan dukungan dari pemerintah setempat sebagai faktor kunci keberhasilan program.

Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan di Bank Sampah Kampung Ampira RW 09 efektif dalam meningkatkan pengetahuan, membentuk sikap positif, dan mendorong perubahan perilaku warga dalam pengelolaan sampah. Keberhasilan ini tidak hanya ditunjang oleh penyampaian pesan yang tepat, tetapi juga oleh relasi sosial yang dibangun, konsistensi pengelola, serta adaptasi strategi komunikasi sesuai karakteristik warga setempat.

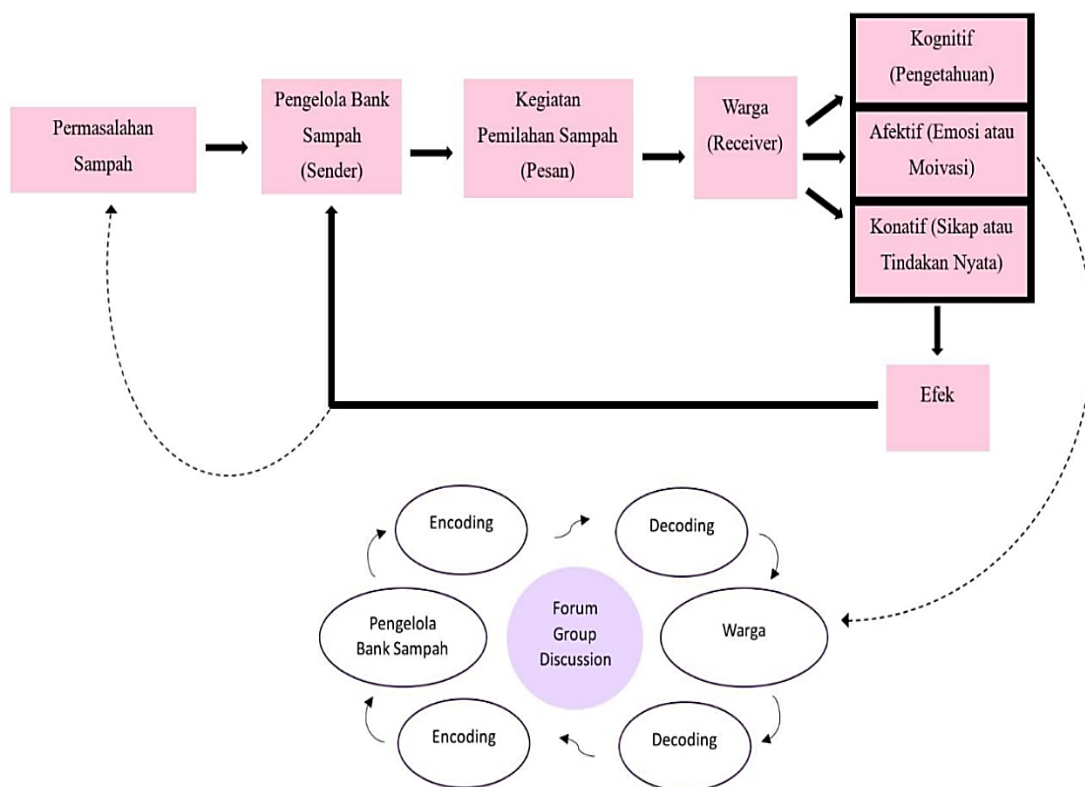
Di latar belakang oleh permasalahan sampah yang kronis di lingkungan tersebut. Masalah ini direspons dengan pendekatan komunikasi persuasif sebagai strategi utama dalam upaya mengubah perilaku warga terhadap pengelolaan sampah. Strategi komunikasi yang diterapkan dirancang untuk menyasar tiga ranah utama, yakni kognitif, afektif, dan konatif. Ranah kognitif difokuskan pada peningkatan pengetahuan warga melalui edukasi terkait klasifikasi dan nilai ekonomis sampah, ranah afektif diarahkan pada pembentukan sikap peduli melalui motivasi dan keteladanan, sementara ranah konatif bertujuan

mendorong tindakan nyata warga seperti memilah dan menabung sampah.

Masing-masing ranah memiliki metode pendekatan yang disesuaikan dengan tujuannya, seperti sosialisasi langsung untuk kognitif, pendekatan emosional dan pemberian penguatan sosial untuk afektif, serta praktik

Dari sisi model komunikasi, penelitian ini menemukan bahwa pendekatan yang digunakan bersifat kombinatif. Model linear digunakan dalam tahap awal sosialisasi yang bersifat satu arah, sedangkan model circular diterapkan dalam proses komunikasi dua arah yang interaktif,

Gambar 12. Model Komunikasi Persuasif Hasil Penelitian



Sumber : Hasil Penelitian, 2025.

lapangan dan monitoring dalam aspek konatif. Keseluruhan proses komunikasi persuasif tersebut dirancang berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan warga dan pengelola, sehingga selaras dengan kebutuhan dan karakteristik warga lokal.

seperti diskusi kelompok dan FGD. Proses encoding dan decoding terjadi secara bergantian antara pengelola dan warga, yang menjadikan komunikasi lebih partisipatif.

Selain itu, proses komunikasi dianalisis menggunakan model

Lasswell, yang mencakup lima unsur utama: komunikator (pengelola), isi pesan (edukasi dan motivasi), saluran komunikasi (tatap muka, media digital, visual), komunikan (warga RW 09), serta efek yang dituju (perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku).

Dengan struktur komunikasi yang sistematis dan kontekstual, proses komunikasi persuasif di Bank Sampah Kampung Ampera terbukti mampu menghasilkan perubahan nyata di tingkat komunitas. Temuan ini menegaskan bahwa perubahan perilaku warga dalam pengelolaan sampah memerlukan strategi komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga partisipatif, konsisten, dan berbasis pada kebutuhan lokal. Model yang diterapkan di RW 09 dapat dijadikan referensi dalam pengembangan program pengelolaan sampah berbasis warga di wilayah perkotaan lainnya.

SIMPULAN

Strategi komunikasi persuasif pada pengelolaan sampah di bank sampah Kampung Ampera RW 09 di Pademangan Barat efektif karena dilakukan dengan menerapkan aspek kognitif atau edukatif, afektif, dan konatif. Edukasi yang dilakukan secara sistematis meningkatkan pengetahuan warga mengenai pengelolaan sampah.

Pendekatan kognitif dengan edukasi akan memunculkan pendekatan emosional dan sosial yang membentuk sikap positif pada warga terkait program yang ada di bank sampah. Sikap positif dari warga akan terjadinya penciptaan lingkungan yang mendukung kegiatan bank sampah, dan dilakukannya pemantauan rutin mendorong tindakan nyata warga, dengan penyesuaian strategi terhadap karakteristik sosial dan budaya warga menjadi kunci keberhasilan program bank sampah.

DAFTAR PUSTAKA

Book

- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2021). *Komunikasi Massa* (Cetakan Pe). CV. Penerbit Qiara Media. [https://repositori.uin-suka.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku_Ajar_Komunikasi_Bisnis_\(ABKA_3208-2_SKS\).pdf?sequence=1](https://repositori.uin-suka.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku_Ajar_Komunikasi_Bisnis_(ABKA_3208-2_SKS).pdf?sequence=1)
- Harahap, S. M., Rizki, J. W. S., & Siregar, E. Z. (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi*. Prenada.
- Juariyah. (2020). *TEORI KOMUNIKASI*. LPPM Unmuh Jember.
- Nursetyowati, P. (2023). *Modul Komunikasi: Pengelolaan Sampah Pada Kawasan dan Perusahaan*. Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta.
- Artikel dari website tanpa nama penulis**
- BPS Kota Jakarta Utara. (2020). *Volume Sampah yang Terangkut Perbulan 2019*. <https://jakutkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzQxIzI=/volume-sampah-yang-terangkut-perbulan.html>
- PSC WWF Indonesia. (2024). *Peraturan Pemerintah Terkait Bank Sampah*:

Landasan Hukum untuk Pengelolaan Sampah Berkelanjutan.
<https://plasticsmartcities.wwf.id/feature/article/peraturan-pemerintah-terkait-bank-sampah-landasan-hukum-untuk-pengelolaan-sampah-berkelanjutan>

Jurnal online

- 1□, R., Mone, A., & Mustari, N. (n.d.). *PENGARUH PARTISIPASI MASYARAKAT TERHADAP EFEKTIVITAS PROGRAM INOVASI DESA BUDI DAYA JAMUR TIRAM DI DESA JENETAESA KECAMATAN SIMBANG KABUPATEN MAROS.* <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>
- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 57–62. <https://doi.org/10.21831/jpa.v9i1.31618>
- Akay, R., Kaawoan, J. E., & Pangemanan, F. N. (2021). Strategi Camat dalam Meningkatkan Perangkat Desa di Bidang Teknologi Informasi di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Governance*, 1(2), 1–8.
- Alimun Utama, A. (2023). ANALISIS PENGELOLAAN SAMPAH DENGAN PRINSIP 3R (Reduce, Reuse, Recycle) (Studi Kasus Di Desa Mamak Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(1), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4509/http>
- Alwasury, A., & Maesarini, I. W. (2024). Implementasi Kebijakan Peraturan Gubernur Nomor 77 Tahun 2020 tentang Pengelolaan Sampah di Lingkup Rukun Warga (Studi Kasus Bank Sampah Mawar Putih RT 09 RW 002 Kelurahan Tugu Selatan Kecamatan Kota Jakarta Utara). *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 4(4), 360–367.
- Anam, K., Thalib, L. H., Aprilia, H., Wulan, D. R., Purwanti, S., Daiyah, I., Wulandari, D. K., & Daud, I. (2022). *Komunikasi Antrapribadi* (Cetakan Pe). CV. AHRAB PUSTAKA.
- Arif Zunaidi, & Urfiatur Rohmi Setiani. (2021). BANK SAMPAH PERMATA DAN KONTRIBUSI SOSIAL EKONOMINYA BAGI MASYARAKAT. *WADIAH*, 5(2). <https://doi.org/10.30762/wadiah.v5i2.3513>
- BPS Kota Jakarta Utara. (2020). *Volume Sampah yang Terangkut Perbulan 2019.*
- Dosen, L. B. (n.d.). *FUNGSI KOMUNIKASI.* <https://id.wikipedia.org>
- Efendi, E., Ayubi, M., & Aulia, N. (2023). Model Komunikasi Linear. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(1), 3899–3906. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3216>
- Fathurrahman, D., Gissani, M. F., & Nugraha, A. H. (2024). Cakra Radio As a Diversification Form of Ardan Group. *Toplama*, 2(1), 102–112. <https://doi.org/10.61397/tla.v2i1.224>
- Gissani, M. F., & Nugraha, A. H. (2024). Ardan Radio Bandung Diversification in Facing Media Industry Business Competition in the Digital Era. *Toplama*, 2(1), 113–128.
- Gissani, M. F., Sanusi, N., & Yulianti, A. (2024). Ardan Radio Convergence As An Adaptation Of Private Radio In The Digital Era. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 66–79. <https://doi.org/10.30997/jk.v10i2.13040>
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2021). *Komunikasi Massa* (Cetakan Pe). CV. Penerbit Qiara Media.
- Harahap, S. M., Rizki, J. W. S., & Siregar, E. Z. (2022). *Strategi Komunikasi Organisasi.* Prenada.

- Husnullail. M, Risnita, Jailani, M. S., & Asbui. (2024). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data dalam Riset Ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 70.
- Juariyah. (2020). *TEORI KOMUNIKASI*. LPPM Unmuh Jember.
- Julius, A. H., & Agustin, D. A. C. (2022). Strategi Copywriting dalam Meningkatkan Kerjasama Pada Telkom Indonesia. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1371–1382. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2565>
- Luas, A. F., Sondakh, M., & Londa, J. (2020). Strategi Komunikasi Pemerintah Dalam Menunjang Program Pengurangan Kemasan Plastik Pada Masyarakat Kelurahan Tosuraya Barat. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1), 5.
- Mirawati, I. (2021). Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital. *Medium*, 9(1), 58–80. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7443](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7443)
- Muanifah, S., & Cahyani, Y. (2021). Pengelolaan Bank Sampah Dalam Menumbuhkan Peluang Usaha Nasabah Bank Sampah. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(1), 150–159. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i1.258>
- Nasir, F., Gissani, M. F., & Al Mujib, I. H. (2025). Social Media Content As A Medium To Promote Agriculture To Gen Z By @Tanduria. *PROMEDIA, (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*, 11(1), 186–214.
- Nursetyowati, P. (2023). *Modul Komunikasi: Pengelolaan Sampah Pada Kawasan dan Perusahaan*. Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta.
- Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *Ilmu Komunikasi*, 4(1), 239–253.
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 13–21. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>
- Pratomo, S. (2015). Pengaruh Strategi Penyuluhan dan Tingkat Pendidikan terhadap Kepedulian Kesehatan Lingkungan. *Metodik Didaktik*, 9(2), 34–48.
- PSC WWF Indonesia. (2024). *Peraturan Pemerintah Terkait Bank Sampah: Landasan Hukum untuk Pengelolaan Sampah Berkelanjutan*.
- Rukayat, Y. (2017). Kualitas Pelayanan Publik Bidang Administrasi Kependudukan Di Kecamatan Gamping. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi (JIMIA)*, 11(2), 56–65.
- Rusydi, F. M., Masruroh, N., & Widyaningsih, S. (2024). Peningkatan Pemahaman Sampah Melalui Pengelolaan Bank Sampah. *JPPD: Jurnal Pedagogik Pendidikan Dasar*, 11(1).
- Sapienza, Z. S., Iyer, N., & Veenstra, A. S. (2015). Reading Lasswell's Model of Communication Backward: Three Scholarly Misconceptions. *Mass Communication and Society*, 18(5), 599–622. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1063666>
- Sari, N. I., Engkeng, S., & Rahman, A. (2021). Pengaruh Penyuluhan Kesehatan Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Peserta Didik Tentang Bahaya Minuman Keras Di Smk Pertanian Pembangunan Negeri Kalasey Kabupaten Minahasa. *Jurnal KESMAS*, 10(5), 46–53.
- Setiawan, J. D., & Arviani, H. (n.d.). *Analisis Strategi Komunikasi Persuasif Pandawara Group dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Indonesia terhadap Kebersihan*

Lingkungan Melalui Media Sosial.
<http://jiip.stkipyapisdompu.ac.id>

- Shaw, A. (2017). Encoding and decoding affordances: Stuart Hall and interactive media technologies. *Media, Culture and Society*, 39(4), 592–602. <https://doi.org/10.1177/0163443717692741>
- Solang, P. N. D., Ngantung, C. M., & Gerungan, M. A. (2025). Kajian Yuridis Implementasi Pengelolaan Sampah Menurut Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 1 Tahun 2021 Tentang Pengelolaan Sampah. *Jurnal Fakultas Hukum*, 15(3).
- Suryani, A. S. (2014). Peran Bank Sampah Dalam Efektivitas Pengelolaan Sampah (Studi Kasus Bank Sampah Malang). *Aspirasi*, 5(1), 71–84.