

Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Bank Sampah “Ngudi Resik” dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Dusun Kembaran Bantul

Ovi Toibah Nur Larasati¹, Eka Anisa Sari²

¹Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, e-mail: ovitoibahnurlarasati@gmail.com

²Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, e-mail: eka.sari@comm.uad.ac.id

Histori Naskah

Diserahkan:
04-05-2026

Direvisi:
09-05-2026

Diterima:
23-05-2026

ABSTRACT

The problem of waste management in Dusun Kembaran, Kasihan, Bantul remains an urgent issue, particularly related to the low level of community participation. This study aims: (1) to analyze the persuasive communication strategies employed by the “Ngudi Resik” waste bank community in increasing community participation; and (2) to identify the obstacles and implications of the persuasive communication strategies implemented by the “Ngudi Resik” waste bank community in enhancing community participation. This study employed a qualitative approach with a descriptive research design. The research was conducted in Dusun Kembaran, Tamantirta Village, Kasihan District, Bantul Regency, Special Region of Yogyakarta. The research subjects consisted of parties directly involved in the activities of the “Ngudi Resik” Waste Bank community, including: (1) the head of the “Ngudi Resik” Waste Bank community; (2) members of the waste bank community; and (3) community leaders. Informants were selected using purposive sampling techniques. Data collection techniques included observation, interviews, and documentation. The data analysis process was conducted continuously using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, which consists of: (1) data reduction; (2) data display; and (3) conclusion drawing and verification. To ensure the credibility and validity of the findings, this study applied source triangulation, technique triangulation, and member checking. The findings revealed that communication strategies combining economic incentives (psychodynamic strategy), the utilization of local figures such as neighborhood heads and Dasa Wisma groups (sociocultural strategy), and the narrative of “Waste Becomes Blessing” (meaning construction strategy) were proven effective in significantly increasing the number of active participants. Although obstacles remained, particularly the public perception that waste sorting is complicated, the use of local communicators with emotional closeness successfully fostered collective awareness among the community. This study concludes that communication strategies that are grounded, adaptive to local contexts, and involve cultural approaches are capable of improving the effectiveness of sustainable community-based waste management.

Keywords : Communication Strategi; Persuasive Communication; Community Participation; Waste Bank; Waste Management.

ABSTRAK

Masalah pengelolaan sampah di wilayah Dusun Kembaran, Kasihan, Bantul masih menjadi persoalan mendesak, terutama terkait rendahnya partisipasi masyarakat. Penelitian ini bertujuan (1) untuk menganalisis strategi komunikasi persuasif komunitas bank sampah “ngudi resik” dalam meningkatkan partisipasi masyarakat; (2) untuk melihat hambatan dan implikasi strategi komunikasi persuasif komunitas bank sampah “ngudi resik” dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian dilaksanakan di Dusun Kembaran, Kalurahan Tamantirta, Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Subjek penelitian merupakan pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam kegiatan komunitas Bank Sampah “Ngudi Resik”. Subjek penelitian terdiri atas: (1) Ketua komunitas Bank Sampah “Ngudi Resik”; (2) Anggota komunitas bank sampah; (3) Tokoh masyarakat. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan

informan penelitian. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses analisis data dilakukan secara berkesinambungan mengacu pada model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, yang meliputi: (1) Reduksi data; (2) Penyajian data; (3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Guna menjamin kredibilitas dan keabsahan temuan, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber, triangulasi teknik dan member check. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang memadukan insentif ekonomi (psikodinamika), pemanfaatan tokoh lokal seperti Ketua RT dan kelompok Dasa Wisma (sosiokultural), serta narasi "Sampah Jadi Berkah" (konstruksi makna) terbukti efektif meningkatkan jumlah nasabah aktif secara signifikan. Meskipun terdapat hambatan berupa persepsi masyarakat yang menganggap pemilahan sampah rumit, penggunaan komunikator lokal yang memiliki kedekatan emosional mampu membangun kesadaran kolektif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang membumi, adaptif terhadap konteks lokal, dan melibatkan pendekatan kultural mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan sampah di tingkat komunitas secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Persuasif, Partisipasi Masyarakat, Komunitas Bank Sampah, Pengelolaan Sampah.

Corresponding Author : Eka Anisa Sari, e-mail: eka.sari@comm.uad.ac.id

PENDAHULUAN

Permasalahan sampah merupakan salah satu persoalan lingkungan yang terus berkembang di berbagai daerah di Indonesia. Pertumbuhan jumlah penduduk, meningkatnya pola konsumsi masyarakat, serta rendahnya kesadaran terhadap pengelolaan sampah menyebabkan volume sampah rumah tangga semakin meningkat setiap tahunnya. Sampah yang tidak dikelola dengan baik dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti pencemaran lingkungan, gangguan kesehatan masyarakat, banjir, serta menurunnya kualitas lingkungan hidup. Oleh sebab itu, pengelolaan sampah tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga membutuhkan keterlibatan aktif masyarakat sebagai bagian dari upaya menjaga kelestarian lingkungan. Riswan, dkk (2012) menjelaskan bahwa rendahnya kesadaran masyarakat dalam pengelolaan sampah rumah tangga menjadi salah satu penyebab utama permasalahan lingkungan di masyarakat. Selain itu, pengelolaan sampah yang masih berorientasi pada sistem pembuangan akhir tanpa pengolahan menyebabkan penumpukan sampah semakin meningkat dari waktu ke waktu.

Partisipasi masyarakat menjadi faktor penting dalam keberhasilan pengelolaan lingkungan berbasis komunitas. Dalam konteks pengelolaan sampah, masyarakat tidak hanya berperan sebagai penghasil sampah, tetapi juga sebagai subjek utama dalam proses pengurangan, pemilahan, dan pengelolaan sampah. Keberhasilan program pengelolaan sampah sangat dipengaruhi oleh tingkat kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan. Menurut Singhirunnusorn, dkk (2012) perilaku masyarakat dalam mengelola sampah dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, kesadaran lingkungan, dan dukungan sosial yang berkembang di lingkungan masyarakat. Dengan demikian, keterlibatan masyarakat menjadi elemen penting dalam menciptakan sistem pengelolaan sampah yang berkelanjutan.

Salah satu bentuk pengelolaan sampah berbasis masyarakat yang berkembang di Indonesia adalah bank sampah. Bank sampah merupakan program pengelolaan sampah yang mengadopsi konsep seperti sistem perbankan, di mana masyarakat dapat menyetorkan sampah yang telah dipilah untuk kemudian ditimbang dan memiliki nilai ekonomi. Kehadiran bank sampah tidak hanya bertujuan mengurangi volume sampah, tetapi juga membangun kesadaran lingkungan dan meningkatkan pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan sampah bernilai ekonomis. Suryani (2014) menjelaskan bahwa bank sampah memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan sampah sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Melalui program bank sampah, masyarakat didorong untuk mengubah cara pandang terhadap sampah dari barang yang tidak berguna menjadi sumber daya yang memiliki nilai manfaat.

Selain berfungsi sebagai sistem pengelolaan lingkungan, bank sampah juga menjadi media pemberdayaan sosial masyarakat. Keberadaan komunitas bank sampah mampu menciptakan budaya hidup bersih dan memperkuat partisipasi sosial masyarakat dalam kegiatan lingkungan. Rohmawati (2018) menyebutkan bahwa keberhasilan bank sampah dipengaruhi oleh kemampuan komunitas dalam membangun kesadaran kolektif dan kerja sama sosial masyarakat. Oleh karena itu, komunitas bank sampah tidak hanya menjalankan fungsi teknis pengelolaan sampah, tetapi juga menjalankan fungsi edukatif dan sosial dalam membangun perubahan perilaku masyarakat.

Dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat, komunitas bank sampah memerlukan strategi komunikasi yang efektif agar pesan-pesan lingkungan dapat diterima dan dipahami masyarakat. Salah satu pendekatan yang dianggap efektif dalam membangun kesadaran dan perubahan perilaku masyarakat adalah komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan memengaruhi sikap,

pandangan, dan perilaku individu maupun kelompok tanpa unsur paksaan. Melalui komunikasi persuasif, masyarakat diajak untuk memahami pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan terlibat aktif dalam pengelolaan sampah. Lestari dan Arumsari (2021) menjelaskan bahwa komunikasi persuasif memiliki peran penting dalam membentuk perubahan perilaku masyarakat terhadap kepedulian lingkungan. Strategi komunikasi yang dilakukan secara persuasif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat melalui pendekatan emosional, sosial, maupun motivasi ekonomi.

Dalam kajian komunikasi, strategi komunikasi persuasif dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan. Pendekatan psikodinamika menekankan perubahan perilaku melalui perubahan cara berpikir, motivasi, dan sikap individu. Pendekatan ini dilakukan dengan memberikan pemahaman mengenai manfaat dan dampak suatu tindakan terhadap kehidupan masyarakat. Selain itu, pendekatan sosiokultural memandang bahwa perilaku masyarakat dipengaruhi oleh lingkungan sosial, budaya, dan hubungan interpersonal yang berkembang di masyarakat. Dalam konteks pengelolaan sampah, pengaruh tokoh masyarakat dan hubungan sosial antarwarga menjadi faktor penting dalam membangun partisipasi masyarakat. Antin, dkk (2024) menjelaskan bahwa penguatan komunikasi kelembagaan dan modal sosial masyarakat menjadi faktor penting dalam keberhasilan program bank sampah berbasis komunitas.

Selain pendekatan psikodinamika dan sosiokultural, komunikasi persuasif juga dapat dilakukan melalui konstruksi makna sosial. Narasi dan simbol tertentu dapat digunakan untuk membangun cara pandang baru masyarakat terhadap suatu fenomena sosial. Dalam konteks pengelolaan sampah, masyarakat perlu dibangun pemahamannya bahwa sampah tidak hanya menjadi sumber masalah, tetapi juga dapat menjadi sumber manfaat ekonomi dan sosial apabila dikelola dengan baik. Oleh karena itu, penggunaan slogan, simbol, dan narasi seperti “sampah jadi berkah” menjadi bagian dari strategi komunikasi persuasif dalam membentuk kesadaran kolektif masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan sampah.

Salah satu komunitas yang aktif melakukan gerakan sosial lingkungan melalui program bank sampah adalah komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” di Dusun Kembaran, Kasihan, Bantul. Komunitas ini hadir sebagai bentuk kepedulian masyarakat terhadap permasalahan sampah dan kebersihan lingkungan di wilayah tersebut. Dalam pelaksanaannya, komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” tidak hanya berfokus pada kegiatan pengumpulan dan pengelolaan sampah, tetapi juga melakukan berbagai strategi komunikasi persuasif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Komunitas ini berusaha membangun kesadaran masyarakat melalui edukasi lingkungan, pendekatan interpersonal, motivasi ekonomi, serta penguatan hubungan sosial masyarakat.

Menariknya, komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” menggunakan pendekatan komunikasi yang dekat dengan kehidupan masyarakat lokal. Pendekatan tersebut dilakukan melalui keterlibatan tokoh masyarakat, kegiatan sosial warga, dan komunikasi interpersonal yang bersifat kekeluargaan. Selain itu, komunitas juga membangun konstruksi makna melalui narasi bahwa sampah dapat menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi kehidupan masyarakat. Strategi komunikasi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan sampah tidak hanya ditentukan oleh sistem pengelolaan teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan komunitas dalam membangun kesadaran dan partisipasi masyarakat.

Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” juga menghadapi berbagai hambatan. Tidak semua masyarakat memiliki tingkat kesadaran lingkungan yang sama. Sebagian masyarakat masih kurang aktif dalam kegiatan bank sampah, belum konsisten memilah sampah rumah tangga, dan menganggap pengelolaan sampah sebagai aktivitas tambahan yang kurang penting. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi komunitas dalam mempertahankan partisipasi masyarakat secara berkelanjutan. Oleh sebab itu,

strategi komunikasi persuasif yang dilakukan komunitas menjadi penting untuk dikaji lebih mendalam guna mengetahui bagaimana proses komunikasi mampu membangun perubahan perilaku masyarakat dalam pengelolaan sampah berbasis komunitas.

Sebagai pembanding akan disebutkan penelitian terdahulu. Pertama, seperti penelitian yang dilakukan oleh Anih Sri Suryani (2014), dengan judul penelitian "*Peran Bank Sampah dalam Efektivitas Pengelolaan Sampah (Studi Kasus Bank Sampah Malang)*". Penelitian ini relevan karena memberikan gambaran mengenai peran bank sampah dalam membangun kesadaran dan keterlibatan masyarakat terhadap pengelolaan sampah berbasis komunitas. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Dhina Rohmawati (2015), dengan judul penelitian "*Kewiralembagaan dalam Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat di Bank Sampah Gemah Ripah, Badegan, Bantul*". Penelitian ini relevan karena menjelaskan pentingnya modal sosial dan keterlibatan masyarakat dalam keberhasilan program bank sampah berbasis komunitas. Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Arumsari (2021), dengan judul penelitian "*Peran komunikasi persuasif dalam perubahan perilaku masyarakat peduli lingkungan*". Penelitian ini relevan karena memberikan dasar teoritis mengenai efektivitas komunikasi persuasif dalam membentuk perubahan perilaku masyarakat terhadap isu lingkungan.

Ketiga penelitian tersebut memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan karena sama-sama membahas pengelolaan sampah berbasis masyarakat, partisipasi sosial, dan komunikasi lingkungan. Namun, penelitian ini memiliki fokus yang lebih spesifik, yaitu pada strategi komunikasi persuasif komunitas Bank Sampah "Ngudi Resik" dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di Dusun Kembaran Bantul. Dengan demikian, penelitian ini hadir sebagai pengembangan dari penelitian sebelumnya dengan menitikberatkan pada pendekatan komunikasi persuasif berbasis psikodinamika, sosiokultural, dan konstruksi makna sosial dalam konteks komunitas bank sampah.

Penelitian mengenai strategi komunikasi persuasif komunitas bank sampah penting dilakukan karena memiliki relevansi dengan pengembangan kajian komunikasi lingkungan, komunikasi pemberdayaan masyarakat, dan komunikasi sosial berbasis komunitas. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis mengenai strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat serta menjadi referensi praktis bagi komunitas sosial maupun pemerintah dalam mengembangkan program pengelolaan lingkungan berbasis masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Bank Sampah 'Ngudi Resik' dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Dusun Kembaran Bantul.*"

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan memahami secara mendalam strategi komunikasi persuasif yang dilakukan komunitas Bank Sampah "Ngudi Resik" dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di Dusun Kembaran Bantul. Penelitian kualitatif menekankan pada pemahaman terhadap fenomena sosial berdasarkan perspektif subjek penelitian melalui proses pengamatan secara alamiah (Moleong, 2018). Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin memperoleh gambaran yang mendalam mengenai proses komunikasi, interaksi sosial, serta pengalaman masyarakat dalam kegiatan bank sampah.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis fenomena yang terjadi di lapangan berkaitan dengan strategi komunikasi persuasif komunitas bank sampah. Menurut Sugiyono (2022), penelitian deskriptif bertujuan mendeskripsikan suatu fenomena atau keadaan secara faktual dan akurat berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Dalam

penelitian ini, peneliti berupaya mendeskripsikan strategi psikodinamika, strategi sosiokultural, konstruksi makna sosial, serta hambatan dan implikasi komunikasi persuasif yang dilakukan komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*”.

Penelitian dilaksanakan di Dusun Kembaran, Kalurahan Tamantirta, Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penentuan lokasi penelitian dipilih karena komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” memiliki rekam jejak prestasi yang baik, namun masih menghadapi tantangan signifikan dalam pemerataan partisipasi masyarakat setempat. Objek utama dalam studi ini adalah strategi komunikasi persuasif yang dijalankan oleh pengurus bank sampah, sekaligus persepsi serta respons yang muncul dari warga sebagai sasaran pesan.

Objek penelitian adalah strategi komunikasi persuasif komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Subjek penelitian merupakan pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam kegiatan komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*”. Subjek penelitian terdiri atas: (1) Ketua komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*”; (2) Anggota komunitas bank sampah; (3) Tokoh masyarakat.

Subjek dalam penelitian ini adalah Ketua Bank Sampah, Ibu Nuryani. Data penelitian juga diperkuat oleh informan pendukung yang terdiri dari enam orang anggota juga pengelola sekaligus nasabah aktif bank sampah, serta dua tokoh masyarakat setempat, yaitu Bapak RT Riyono dan Bapak Agus DLH. Pemilihan informan dilakukan secara purposif, yaitu dari individu-individu yang memiliki pengetahuan dan pemahaman mendalam mengenai Bank Sampah “*Ngudi Resik*”.

Tabel 1
Data Informan 2026

No	Partisipan	Pekerjaan	Keterangan
1.	Informan 1	Wiraswasta	Ketua Bnak Sampah
2.	Informan 2	Wiraswasta	Bendahara Bank Sampah
3.	Informan 3	Ibu Rumah Tangga	Sekretaris Bank Sampah
4.	Informan 4	Ibu Rumah Tangga	Anggota Aktif Bank Sampah
5.	Informan 5	Ibu Rumah Tangga	Anggota Aktif Bank Samapah
6.	Informan 6	Ibu Rumah Tangga	Nasabah Aktif Bank Samapah
7.	Informan 7	Ibu Rumah Tangga	Nasabah Aktif Bank Sampah
8.	Informan 8	Wiraswasta	RT
9.	Informan 9	ASN	Dinas Lingkungan Hidup

Sumber : Wawancara informan 1

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan penelitian. Dalam penelitian ini teknik *purposive sampling* digunakan karena peneliti memilih informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap mengetahui dan memahami permasalahan penelitian (Creswell, J. W., & Creswell, 2018). Informan dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam kegiatan bank sampah serta pemahaman mereka mengenai strategi komunikasi yang dilakukan komunitas.

Untuk memperoleh data yang autentik dan komprehensif, peneliti menerapkan tiga teknik pengumpulan data yang saling melengkapi. Teknik pertama adalah observasi, yang dilakukan dengan mengamati secara langsung fenomena dan interaksi sosial di lokasi penelitian guna menangkap kondisi nyata serta perilaku warga secara akurat tanpa bias laporan pihak ketiga. (Sugiyono, 2020). Selanjutnya, peneliti melakukan wawancara melalui komunikasi dua arah secara langsung dengan responden, baik secara terstruktur maupun fleksibel, untuk menggali informasi mendalam mengenai motivasi dan pengalaman personal (Siti Romdona, 2023). Sebagai penguat validitas, teknik dokumentasi juga digunakan untuk

mengumpulkan data sekunder berupa laporan resmi, foto kegiatan, serta arsip digital guna memahami konteks historis dan perkembangan komunitas (Hardani, n.d.).

Proses analisis data dilakukan secara berkesinambungan mengacu pada model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang meliputi: (1) Reduksi data; (2) Penyajian data; (3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Analisis dimulai dengan pengumpulan data melalui eksplorasi lapangan yang intensif, yang kemudian dilanjutkan dengan tahap reduksi data untuk menyortir, merangkum, dan memfokuskan informasi pada tema-tema yang relevan dengan tujuan penelitian. Setelah itu, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis agar hasil temuan mudah dipahami. Tahap akhir dari analisis ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yakni merumuskan temuan baru yang divalidasi kembali untuk memastikan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.

Guna menjamin kredibilitas dan keabsahan temuan, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi yang ketat yaitu dengan teknik triangulasi. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai pihak, mulai dari pengurus bank sampah hingga warga dengan tingkat partisipasi yang beragam (Mekarisce, 2020). Selain itu, triangulasi teknik diterapkan dengan memverifikasi data melalui metode yang berbeda pada sumber yang sama, seperti membandingkan hasil wawancara dengan temuan observasi di lapangan. (Yoharmen Arnov, n.d.) Sebagai langkah akhir dalam uji keabsahan, peneliti melakukan *member check* dengan mengonfirmasi kembali draf temuan kepada para informan untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti telah sesuai dengan maksud asli yang disampaikan oleh narasumber, sehingga laporan penelitian tidak menyimpang dari kenyataan di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan pada komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” yang berada di Dusun Kembaran, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Komunitas ini merupakan salah satu bentuk gerakan sosial masyarakat yang bergerak dalam bidang pengelolaan sampah berbasis partisipasi masyarakat. Komunitas bank sampah “*Ngudi Resik*” dibentuk sebagai bentuk kepedulian masyarakat terhadap meningkatnya permasalahan sampah rumah tangga serta rendahnya kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan. Oleh sebab itu, komunitas bank sampah “*Ngudi Resik*” melakukan strategi komunikasi persuasif bank sampah serta manajemen hambatan dan implikasi perubahan perilaku masyarakat.

A. Strategi Komunikasi Persuasif Bank Sampah “*Ngudi Resik*”

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam di Dusun Kembaran, peneliti menemukan bahwa Bank Sampah “*Ngudi Resik*” telah berhasil menginisiasi transformasi perilaku lingkungan masyarakat melalui mekanisme komunikasi yang terstruktur. Temuan lapangan menunjukkan adanya peningkatan partisipasi yang signifikan, di mana jumlah nasabah aktif berkembang secara eksponensial dari semula 40 orang menjadi lebih dari 83 orang, yang mencakup penetrasi hingga ke luar wilayah Rukun Tetangga (RT) (Azzahra Salma Khairina, 2026). Peneliti menganalisis bahwa keberhasilan ini merupakan hasil dari penerapan strategi komunikasi persuasif yang adaptif terhadap karakteristik psikologis dan struktur sosial masyarakat pedesaan.

Tabel berikut merangkum indikator transformasi partisipasi warga Dusun Kembaran sebagai hasil dari intervensi komunikasi persuasif:

Tabel 2
Data Bank Sampah *Ngudi Resik* 2026

Indikator Partisipasi	Kondisi Pra-Intervensi	Kondisi Pasca-Intervensi	Makna Strategis Analisis
Jumlah Nasabah Aktif	40 Orang	83 Orang	Penetrasi pesan melampaui batas geografis RT asal.
Tingkat Partisipasi	Rendah (Aktivitas Privat)	70% Kolektif	Transformasi menjadi budaya komunal.
Metode Pengelolaan	Pembakaran (<i>Luwangan</i>)	Pemilahan & Penyetoran	Pergeseran dari pola destruktif ke ekonomi sirkular.
Nilai Tabungan	Tidak Terdata	Rata-rata > Rp100.000	Penguatan motivasi melalui bukti material nyata.

Sumber : Wawancara informan 1

Peneliti menegaskan bahwa berdasarkan indikator observasi pasca-intervensi, terjadi perubahan signifikan dalam partisipasi masyarakat terhadap pengelolaan bank sampah, baik secara kuantitatif maupun dalam pola pikir dan perilaku. Jumlah nasabah aktif meningkat dari 40 menjadi 83 orang, menunjukkan jangkauan program semakin luas. Tingkat partisipasi yang semula rendah dan individual berubah menjadi sekitar 70% kolektif, menandakan pergeseran menuju budaya komunal. Metode pengelolaan juga berubah dari pembakaran (*luwangan*) ke pemilahan dan penyetoran, mencerminkan penerapan ekonomi sirkular yang lebih ramah lingkungan. Selain itu, nilai tabungan yang sebelumnya tidak tercatat kini rata-rata melebihi Rp100.000, menjadi bukti adanya manfaat ekonomi yang nyata sekaligus meningkatkan motivasi masyarakat. Secara keseluruhan, intervensi ini berhasil mendorong perubahan perilaku yang berkelanjutan dalam aspek partisipasi, pengelolaan, dan nilai ekonomi masyarakat. Oleh sebab itu, komunitas Bank Sampah "*Ngudi Resik*" berupaya membangun partisipasi masyarakat melalui berbagai strategi komunikasi persuasif, sebagai berikut:

1. Strategi Psikodinamika: Rekonstruksi Kognitif dan Motivasi Ekonomi

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa pengelola "*Ngudi Resik*" secara dominan menggunakan dimensi ekonomi sebagai variabel penarik minat warga. Dalam perspektif teori Melvin L. DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach, pendekatan ini dikategorikan sebagai strategi psikodinamika, yang berfokus pada manipulasi stimulus internal individu untuk menghasilkan perubahan sikap sukarela melalui pemenuhan kebutuhan fungsional. Pengelola melakukan *reframing* kognitif dengan mempresentasikan sampah sebagai "tabungan" atau "emas," sehingga mengubah pemikiran sampah dari limbah menjijikkan menjadi aset berharga.

Gambar 1
Kegiatan Pembukuan Nasabah Program
Bank Sampah



Gambar 2
Kegiatan Tutup Buku Program Bank Sampah



Sumber : dokumentasi bank sampah ngudi resik 2026

Hal ini diperkuat oleh pernyataan salah satu nasabah yang menyatakan: "*Ternyata sampah kita dihargai... yang membuat tertarik itu satu ingin mengelola sampah, yang kedua ternyata sampah kita dihargai*" (Wawancara Informan 4, Januari 2026).

Analisis peneliti menunjukkan bahwa kebutuhan akan tambahan pendapatan rumah tangga bertindak sebagai pintu masuk (*entry point*) emosional yang efektif. Penguatan ini sejalan dengan pemikiran DeFleur bahwa audiens akan mengembangkan ketergantungan (*dependency*) yang positif terhadap sebuah sistem informasi jika sistem tersebut mampu memenuhi kebutuhan dasar mereka. Temuan ini didukung oleh penelitian (Tri Djoyo Budiono, 2022).

Fenomena ini selaras dengan teori ketergantungan (*dependency theory*) dari DeFleur, di mana audiens akan membangun loyalitas dan keterikatan positif terhadap sistem informasi yang terbukti mampu memenuhi kebutuhan dasar hidup mereka. Dalam praktiknya, pengelola menggunakan teknik asosiasi sebagai strategi komunikasi persuasif. Hal ini terlihat saat pengelola menyebarkan kisah sukses nasabah yang mampu mengatasi situasi darurat atau kondisi mendesak berkat uang Tabungan.

Gambar 3
Pesan Bank Sampah



Gambar 4
Pesan Bank Sampah Event Fashion Show



Sumber : dokumentasi bank sampah "ngudi resik" 2025

Baju daur ulang pada gambar tersebut tidak hanya berfungsi sebagai karya seni, tetapi juga sebagai media komunikasi persuasif yang efektif. Pesan pada papan bertuliskan "Jangan beri makan bumiku dengan sampah plastik" secara jelas mengajak masyarakat untuk lebih peduli lingkungan, sehingga kostum ini mampu memengaruhi sikap dan perilaku terhadap isu sampah plastik.

Dari sisi persuasi, kostum ini memiliki daya tarik visual yang kuat melalui desain mencolok dan berwarna dari bahan plastik bekas yang menyerupai busana karnaval. Hal ini menarik perhatian sekaligus membuka penerimaan pesan. Selain itu, penggunaan sampah sebagai bahan utama menjadi simbol nyata permasalahan lingkungan, sehingga pesan terasa lebih konkret.

Pesan verbal yang digunakan juga sederhana, langsung, dan emosional, terutama pada kata “bumiku” yang memberi kesan personal dan membangun kedekatan dengan audiens. Ditampilkan dalam acara publik, kostum ini semakin kuat pengaruhnya karena mendapat perhatian sosial. Secara keseluruhan, perpaduan unsur visual dan verbal menjadikan baju daur ulang ini sebagai komunikasi persuasif yang efektif dalam menarik perhatian, menyampaikan makna simbolik dan emosional, serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan. Strategi komunikasi persuasif dilakukan melalui penyederhanaan pesan agar mudah dipahami masyarakat, sejalan dengan temuan Luthfiyah, dkk (2025) yang menekankan pentingnya kekuatan pesan verbal dan visual dalam memengaruhi audiens.

2. Strategi Sosiokultural: Penguatan Modal Sosial melalui Tokoh Lokal

Selain aspek psikologis, partisipasi masyarakat di Dusun Kembaran sangat dipengaruhi oleh kekuatan eksternal melalui strategi sosiokultural. Melvin L. DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach menjelaskan bahwa perilaku manusia dibentuk oleh ekspektasi sosial dan norma kelompok. Pengelola *Ngudi Resik* secara cerdas memanfaatkan struktur Dasa Wisma (Dawis) dan peran Ketua RT sebagai komunikator primer yang memiliki kredibilitas tinggi (*source credibility*) dan kedekatan emosional (*proximitas*) dengan warga.

Ketua Bank Sampah menjelaskan mekanisme penyampaian pesan tersebut: *"Setiap dawis itu ada PJ (Penanggung Jawab)... yang punya tugas menyampaikan ke anggotanya...harus ada perwakilan untuk komunitas bank sampah ini, pengurus perdawis itu warga sendiri, jadi penyampaiannya lebih mudah diterima serta pendampingan oleh bapak rt,dlh dan kelurahan tamantirta"* (Wawancara Informan 1, Januari 2026).

Gambar 5

Kegiatan Tutup Buku Program Bank Sampah



Sumber : dokumentasi bank sampah *ngudi resik* 2026

Poster “Ayo Menabung di Bank Sampah” tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi persuasif dalam strategi sosiokultural. Pesan yang disampaikan mendorong perubahan cara pandang masyarakat terhadap sampah, dari tidak bernilai menjadi memiliki manfaat ekonomi. Efektivitas poster ini semakin kuat karena didukung oleh keterlibatan tokoh lokal. Interaksi langsung antara tokoh masyarakat dan warga menjadikan pesan lebih mudah diterima, sekaligus membangun kepercayaan. Tokoh lokal berperan sebagai teladan, penguat kepercayaan, serta penggerak partisipasi kolektif, sehingga

ajakan tidak lagi bersifat individu, tetapi berkembang menjadi gerakan bersama. Selain itu, kegiatan ini juga menanamkan nilai sosial seperti gotong royong dan kepedulian lingkungan. Dengan demikian, perpaduan antara media visual dan peran tokoh lokal mampu memperkuat modal sosial serta mendorong perubahan perilaku masyarakat secara berkelanjutan.

Gambar 6
Kegiatan Budaya Program Bank Sampah



Sumber : dokumentasi bank sampah *ngudi resik* 2025

Kirab Budaya Merti Dusun Kembaran merupakan strategi sosiokultural yang memanfaatkan tradisi lokal sebagai media sosialisasi Bank Sampah *Ngudi Resik* K-03. Kostum karnaval dari limbah rumah tangga karya Bank Sampah *Ngudi Resik* K-03 dalam kirab budaya merupakan perpaduan kreativitas estetik dan edukasi lingkungan. Melalui desain yang artistik dan mencolok, busana daur ulang ini berfungsi sebagai media kampanye untuk menunjukkan nilai guna sampah sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan limbah. Melalui legitimasi tokoh masyarakat dan panitia adat, pesan pengelolaan sampah diintegrasikan ke dalam nilai gotong royong sehingga lebih mudah diterima oleh warga.

Gambar 7
Kegiatan Kirab Budaya
Program Bank Sampah



Gambar 8
Kegiatan Kirab Budaya Program
Bank Sampah



Gambar 9
Kegiatan Kirab
Budaya Program
Bank Sampah



Sumber : dokumentasi bank sampah *ngudi resik* 2025

Pesan dari bank sampah dalam kegiatan ini mengajak masyarakat untuk lebih sadar pentingnya mengelola sampah dengan baik. Lewat slogan seperti “Pilah sampahmu, selamatkan bumimu,” mereka mendorong kebiasaan memilah sampah sejak dini sebagai langkah kecil yang berdampak besar.

Bahasanya dibuat sederhana, jelas, dan mudah dipahami semua kalangan, sehingga mudah diingat dan diterapkan. Kata “bumimu” juga memberi kesan dekat, seolah

mengingatkan bahwa menjaga lingkungan adalah tanggung jawab bersama. Penyampaiannya pun kreatif, lewat papan pesan, kostum daur ulang, dan kirab budaya, sehingga terasa menarik dan tidak menggurui. Dengan cara ini, bank sampah tidak hanya memberi informasi, tapi juga mengajak masyarakat untuk lebih peduli dan mengubah kebiasaan terhadap sampah.

Keterlibatan aktif masyarakat dalam menampilkan kreativitas berbasis daur ulang saat kirab tidak hanya memperkuat modal sosial dan rasa memiliki terhadap program, tetapi juga mengubah seremoni budaya menjadi sarana strategis untuk membangun kepercayaan. Sinergi antara tradisi dan inovasi ini efektif mendorong perubahan perilaku kolektif yang lebih berkelanjutan.

Berdasarkan hasil pembahasan, peneliti menyimpulkan bahwa penerapan strategi sosiokultural melalui media visual (poster) dan kegiatan budaya (kirab) terbukti efektif dalam memperkuat modal sosial masyarakat. Keduanya saling melengkapi, di mana poster berperan sebagai alat komunikasi persuasif, sedangkan kirab budaya menjadi media praktik sosial yang memperkuat penerimaan pesan. Keterlibatan tokoh lokal menjadi faktor kunci dalam keberhasilan strategi ini. Tokoh masyarakat tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai teladan, penguat kepercayaan, dan penggerak partisipasi kolektif. Hal ini membuat masyarakat lebih mudah menerima, memahami, dan mengimplementasikan program bank sampah.

Secara keseluruhan, peneliti menegaskan bahwa integrasi antara pendekatan komunikasi dan budaya lokal mampu meningkatkan partisipasi, membangun kepercayaan, serta mendorong perubahan perilaku masyarakat secara berkelanjutan dalam pengelolaan sampah. Hal ini selaras dengan teori modal sosial yang menekankan pentingnya jaringan (*networks*) dan kepercayaan (*trust*) dalam pengelolaan sumber daya bersama (Tendra Istanab, 2024). Teori modal sosial adalah teori yang menjelaskan bahwa hubungan sosial, jaringan, kepercayaan, dan norma dalam masyarakat dapat menjadi “modal” atau sumber daya yang membantu individu maupun kelompok mencapai tujuan tertentu (Putnam, 1993).

Tabel 3

Data Lembaga Bank Sampah Ngudi Resik 2026

No	Jaringan Lembaga Bank Sampah “Ngudi Resik”
1.	Dinas Lingkungan Hidup
2.	Kelurahan Tamantirto
3.	Padukuhan Kasihan
4.	RT
5.	BSI Tamantirto
6.	Sanggar Pawuhan

Sumber : Wawancara informan 2

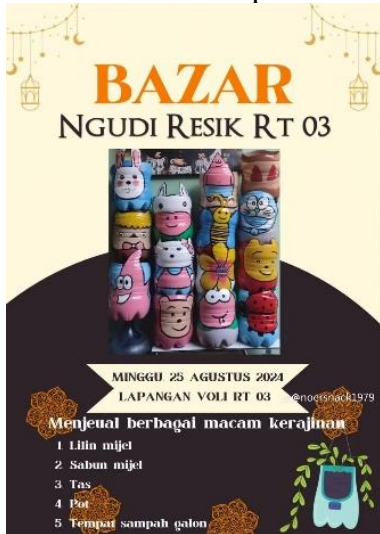
Peneliti menemukan bahwa komunitas bank sampah ini telah didukung oleh beberapa Lembaga diantaranya meliputi pemerintah. Sejalan dengan temuan (Alfid Diaz Fernanda, 2025) yang mana masyarakat memiliki kemampuan mendeteksi masalah lingkungan di wilayahnya secara langsung. Potensi ini didukung oleh modal sosial berupa kearifan lokal, jejaring komunitas, dan nilai budaya, serta peran figur kepemimpinan informal seperti Ketua RT yang mampu menggerakkan warga untuk mewujudkan solusi mandiri.

3. Strategi Konstruksi Makna: Narasi "Sampah Jadi Berkah"

Strategi ketiga yang diterapkan adalah strategi konstruksi makna dan Pemberdayaan Masyarakat di mana pengelola memanipulasi simbol dan bahasa untuk menciptakan realitas sosial baru. Narasi "Sampah Jadi Berkah" digunakan untuk menggantikan persepsi negatif tentang limbah di masyarakat Bantul (Brian Saputra Pribandana, 2025). Inovasi produk daur ulang seperti lilin aromaterapi dan ekoenzim berfungsi sebagai stimulan visual yang

memperkuat makna tersebut. Ketua Bank Sampah menyatakan: "*Kemarin sudah membuat tas... bisa dijual... tambah ilmu ada pelatihan ekoenzim, pembuatan lilin... serta adanya event perlombaan fashion dari limbah sampah jadi lebih kreatif juga dan bisa di sewakan menjadi uang*" (Wawancara Informan 3, Januari 2026).

Gambar 10
Produk Bank Sampah 2024



Gambar 11
Produk Bank Sampah 2025

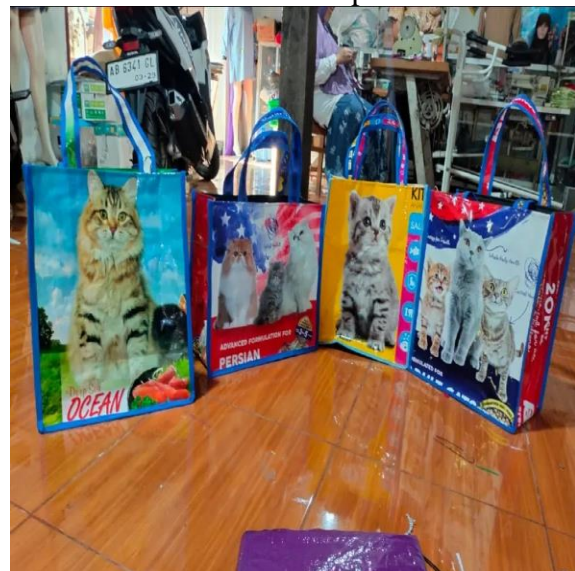


Sumber : dokumentasi bank sampah *ngudi resik* 2025

Gambar 12
Produk Bank Sampah 2025



Gambar 13
Produk Bank Sampah 2025



Sumber : dokumentasi bank sampah *ngudi resik* 2025

Strategi ini diperkuat dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat, yaitu melibatkan warga secara langsung dalam proses pengolahan sampah menjadi berbagai produk kreatif seperti lilin dari minyak jelantah, dan sabun, tas dari plastik bekas, dan kerajinan lainnya. Kegiatan ini tidak hanya memberikan keterampilan baru, tetapi juga membuka peluang tambahan penghasilan.

Peneliti menganalisis bahwa keberadaan produk fisik ini merupakan bukti empiris yang meruntuhkan skeptisisme warga. Dalam kerangka DeFleur, penggunaan bukti visual sangat

efektif untuk memperkuat pesan persuasif hingga mencapai tahap konatif atau perilaku (Selpina Ayu, 2025). Hal ini sejalan dengan penelitian (Azzahra Salma Khairina, 2026) yang menemukan bahwa perkembangan signifikan partisipasi warga dipicu oleh strategi komunikasi yang adaptif terhadap kondisi sosial ekonomi lokal.

B. Manajemen Hambatan dan Implikasi Perubahan Perilaku

Meskipun program menunjukkan keberhasilan, peneliti menemukan adanya hambatan kognitif-habitual berupa persepsi bahwa pengelolaan sampah itu “ribet” serta kecenderungan budaya instan. Warga masih terbiasa dengan cara cepat seperti membakar sampah, sementara sistem bank sampah dianggap membutuhkan waktu dan proses. Selain itu, kendala operasional seperti keterbatasan alat, tempat, serta minimnya regenerasi terutama dari kalangan remaja menyebabkan partisipasi masih didominasi oleh kelompok usia lanjut (Putri Rabiatal Adawiyah, 2023).

Analisis peneliti menunjukkan bahwa hambatan psikologis, operasional, dan kultural dapat diatasi melalui pendekatan persuasif, seperti penekanan pada manfaat kesehatan, pendampingan langsung, serta edukasi dampak negatif pembakaran. Perubahan ini mendorong terbentuknya pola pikir baru, di mana sampah tidak lagi dianggap sebagai beban, melainkan sebagai sumber nilai dalam sistem ekonomi sirkular. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan perubahan perilaku tidak hanya bergantung pada pesan, tetapi juga pada kesesuaian antara pendekatan cara pandang dan inovasi bank sampah dalam masyarakat (Nur Cholifah, 2025). Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Informan 8, yaitu: *"Banyak yang merasa ribet...alat yang tidak komplit menjadikan rasa ribet bagi warga, tetapi kami terus edukasi tentang sampah ke beberapa event antar rt. perubahan sampah dari biasanya dibakar sendiri secara cepat ke bank sampah yang perlu waktu"* (Wawancara Informan 8, Januari 2026). Lebih lanjut Informan 9 menjelaskan bahwa *"beberapa bank sampah khususnya di kasihan ini memang kendala di alat dan juga tempat lalu untuk pengurus minimnya regenerasi dari anak-anak remaja kebanyakan anggota bank sampah ibu-ibu yang sudah lumayan sepuh sehingga beberapa bank sampah hanya di pilah sedikit lalu dijual."* (wawancara Informan 9, Januari 2026).




Gambar 14
Sosial Media Bank Sampah 2026



Sumber : dokumentasi bank sampah *ngudi resik* 2026

Menurut peneliti keterlibatan di Bank Sampah *Ngudi Resik* K-03 masih didominasi ibu-ibu karena adanya hambatan kultural dan persepsi bahwa pengelolaan sampah tidak relevan bagi laki-laki maupun Gen Z. Diperlukan inovasi strategi berupa pendekatan digital dan pelibatan tokoh panutan untuk mengubah pandangan tersebut. Transformasi ini penting guna memperluas segmen partisipan dan memastikan keberlanjutan perubahan perilaku di seluruh lapisan Masyarakat.

Tabel 4
Data Hambatan Bank Sampah 2026

Jenis Hambatan	Akar Permasalahan	Solusi komunikasi persuasif	Penguatan dari Penelitian Terdahulu
Kognitif-habitual	Anggapan memilah sampah itu “ribet” dan memakan waktu	Pendampingan langsung (<i>learning by doing</i>) oleh pengurus/Dasa Wisma	<p>Gambar 15 Kegiatan Edukasi</p>  <p>Sumber : (Faisal, 2025)</p>
Kultural	Kebiasaan lama membakar sampah di luar (budaya instan)	Edukasi dampak negatif + Pembuatan alat meminimalisir dampak pembakaran sampah	<p>Gambar 16 Kegiatan Edukasi dan Inovasi</p>  <p>Sumber : (Rendi, 2021)</p>
Regenerasi	Minimnya keterlibatan generasi muda (didominasi ibu-ibu)	Inovasi pendekatan (kegiatan kreatif, digital, event) untuk menarik Gen Z	<p>Gambar 17 Konyen Media Sosial</p>  <p>Sumber : (Sinta Radhini, 2024)</p>

Solusi dalam program bank sampah didukung oleh penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya komunikasi persuasif. Pada hambatan kognitif, Faisal, (2025) menunjukkan bahwa pendampingan langsung (*learning by doing*) efektif mengubah anggapan bahwa memilah sampah itu rumit. Pada hambatan kultural, Rendi, (2021) Edukasi dilakukan dengan memaparkan dampak negatif pembakaran sampah terhadap kesehatan dan lingkungan, disertai media visual agar lebih mudah dipahami. Selain itu, disediakan alat pembakaran yang lebih ramah lingkungan untuk menekan dampak buruk, sehingga masyarakat memiliki pilihan yang lebih aman. Sinta Radhini, (2024) membuktikan bahwa pendekatan kreatif dan media digital mampu meningkatkan keterlibatan generasi muda.

Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat relevansi teori DeFleur dan Ball-Rokeach dalam konteks komunikasi persuasif langkah tepat untuk menyadarkan masyarakat melalui pendekatan yang membujuk dan memengaruhi pola pikir sejalan dengan penelitian Metha Febrianti, (2024) Efektivitas persuasi terbukti bukan berasal dari kekuatan pesan semata, melainkan dari informasi. Perubahan perilaku terjadi melalui ketergantungan pada sumber informasi, baik interpersonal maupun media, yang kemudian membentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan masyarakat.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Dusun Kembaran Bantul, dapat disimpulkan bahwa komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” menggunakan berbagai strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap pengelolaan sampah berbasis lingkungan. Strategi tersebut dilakukan melalui pendekatan psikodinamika, sosiokultural, konstruksi makna sosial, serta manajemen hambatan komunikasi yang dilakukan secara berkelanjutan.

Strategi psikodinamika dilakukan melalui rekonstruksi kognitif dan pemberian motivasi ekonomi kepada masyarakat. Komunitas berupaya mengubah pola pikir masyarakat mengenai sampah dengan memberikan pemahaman bahwa sampah tidak hanya menjadi sumber masalah lingkungan, tetapi juga memiliki nilai manfaat ekonomi apabila dikelola dengan baik. Melalui sistem tabungan sampah dan edukasi lingkungan, masyarakat mulai memiliki kesadaran untuk memilah dan mengelola sampah rumah tangga secara lebih baik.

Selain itu, strategi sosiokultural dilakukan dengan memanfaatkan modal sosial masyarakat melalui keterlibatan tokoh lokal, hubungan interpersonal, dan budaya gotong royong masyarakat Dusun Kembaran. Komunitas memanfaatkan kegiatan sosial masyarakat seperti kerja bakti, pengajian, dan pertemuan warga sebagai media komunikasi persuasif. Pendekatan kekeluargaan dan kedekatan sosial membuat masyarakat lebih mudah menerima pesan-pesan lingkungan yang disampaikan komunitas.

Strategi konstruksi makna dilakukan melalui narasi “sampah jadi berkah” sebagai bentuk perubahan cara pandang masyarakat terhadap sampah. Narasi tersebut berhasil membangun pemahaman baru bahwa sampah dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial apabila dikelola secara tepat. Penggunaan bahasa sederhana, simbol, dan slogan yang dekat dengan kehidupan masyarakat menjadi bagian penting dalam keberhasilan komunikasi persuasif komunitas.

Penelitian ini juga menemukan bahwa komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” menghadapi beberapa hambatan, seperti rendahnya kesadaran sebagian masyarakat, kurangnya konsistensi masyarakat dalam memilah sampah, serta keterbatasan sarana pendukung kegiatan bank sampah. Namun demikian, komunitas terus melakukan pendekatan komunikasi secara persuasif dan berkelanjutan melalui edukasi lingkungan dan komunikasi interpersonal.

Adapun implikasi dari strategi komunikasi persuasif yang dilakukan komunitas terlihat pada meningkatnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan bank sampah, tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kebersihan lingkungan, serta terjadinya perubahan perilaku masyarakat dalam pengelolaan sampah rumah tangga. Selain berdampak pada aspek lingkungan, kegiatan bank sampah juga memperkuat hubungan sosial dan solidaritas masyarakat dalam kegiatan berbasis komunitas. Dengan demikian, strategi komunikasi persuasif yang dilakukan komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” memiliki peran penting dalam membangun partisipasi masyarakat dan menciptakan kesadaran lingkungan berbasis komunitas.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Dusun Kembaran Bantul, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut: (1) Bagi Komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*”: Komunitas Bank Sampah “*Ngudi Resik*” diharapkan dapat terus meningkatkan strategi komunikasi persuasif yang lebih inovatif dan berkelanjutan dalam membangun partisipasi masyarakat. Komunitas perlu memperluas bentuk edukasi lingkungan melalui media sosial, pelatihan kreatif pengolahan sampah, serta kegiatan kampanye lingkungan yang melibatkan seluruh lapisan masyarakat, khususnya generasi muda. Selain itu, komunitas juga perlu memperkuat konsistensi komunikasi interpersonal kepada masyarakat yang belum aktif berpartisipasi dalam kegiatan bank sampah; (2) Bagi Masyarakat: Masyarakat diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi aktif dalam kegiatan pengelolaan sampah berbasis komunitas. Pengelolaan sampah tidak hanya menjadi tanggung jawab komunitas atau pemerintah, tetapi membutuhkan keterlibatan seluruh masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan. Masyarakat juga diharapkan mampu menerapkan kebiasaan memilah sampah rumah tangga secara mandiri dan berkelanjutan sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan; (3) Bagi Pemerintah Desa dan Instansi Terkait: Pemerintah desa dan instansi terkait diharapkan dapat memberikan dukungan lebih optimal terhadap program bank sampah melalui penyediaan sarana dan prasarana pendukung, pelatihan pengelolaan sampah, serta program pemberdayaan masyarakat berbasis lingkungan. Selain itu, pemerintah juga perlu membangun sinergi dengan komunitas bank sampah dalam memperluas edukasi lingkungan dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan sampah berkelanjutan; (4) Bagi Peneliti Selanjutnya: Penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang hanya berfokus pada strategi komunikasi persuasif komunitas bank sampah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan fokus yang lebih luas, seperti: (a) efektivitas komunikasi digital dalam pengelolaan bank sampah; (b) peran komunikasi lingkungan dalam perubahan perilaku masyarakat; (c) strategi pemberdayaan ekonomi berbasis bank sampah; (d) atau kajian komunikasi partisipatoris dalam gerakan sosial lingkungan.

Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif mengenai pengaruh strategi komunikasi terhadap tingkat partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah berbasis komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfid Diaz Fernanda. (2025). *Pengembangan Bank Sampah sebagai Bentuk Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Sampah: Studi Kasus Bank Sampah Gondangan Sejahtera*.
- Azzahra Salma Khairina. (2026). *Analisis Strategi Komunikasi Persuasif Bank Sampah Dalam Membangun Partisipasi Masyarakat Untuk Mengelola Sampah (Studi Kasus Pada Bank Sampah Gunung Emas)*.
- Brian Saputra Pribandana. (2025). *Sampah dari Perspektif Budaya : Kontruksi Makna dan Praktik Pengelolaannya dalam Masyarakat Desa Gemawang*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Dhina Rohmawati. (2015). Kewiralembagaan dalam Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat di Bank Sampah Gemah Ripah, Badegan, Bantul. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 296–314. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36814>
- Faisal. (2025). *Edukasi Pengelolaan Sampah Berbasis Bank Sampah untuk Mewujudkan Lingkungan Bersih dan Mandiri*.
- Hardani. (n.d.). BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN. 2020.
- J Miles, M. B., Huberman, A. M., & S. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Lestari, P., & Arumsari, N. (2021). Peran komunikasi persuasif dalam perubahan perilaku masyarakat peduli lingkungan. *Jurnal Aspikom*, 6(1), 77–89.
- Luthfiah, Syaripah; Sari, E. A. (2025). *Strategi Komunikasi Persuasif Untuk Meningkatkan Brand Image Media Sosial Studi Kasus: Instagram @Adheliamakeup*. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literature.v10i8.61542>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- METHA FEBRIANTI. (2024). *KOMUNIKASI PERSUASIF PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN INDRAGIRI HILIR DALAM UPAYA MENGATASI PERMASALAHAN SAMPAH DI PASAR TERAPUNG TEMBILAHAN*.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi ke 38)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nur Cholifah. (2025). *Model Edukasi dan Inovasi Pengelolaan Sampah: Studi pada Bank Sampah Mutiara, Tingkir Tengah, Salatiga*.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton Universit. https://press.princeton.edu/books/paperback/9780691037387/making-democracy-work?utm_source=chatgpt.com
- Putri Rabiatul Adawiyah. (2023). *Analisis manajemen pengelolaan bank sampah di Kampung Jomblang ditinjau dari aspek sosio-kultur*.
- R. Riswan, H. R. Sunoko, and A. H. (2012). PENGELOLAAN SAMPAH RUMAH TANGGA DI KECAMATAN DAHA SELATAN. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 9(1), 31–38. <https://doi.org/>. <https://doi.org/10.14710/jil.9.1.31-38>
- Rendi. (2021). *EDUKASI PENGELOLAAN SAMPAH DAN PENDAMPINGAN PENGGUNAAN MESIN PEMBAKAR SAMPAH DI DESA SEMANGAT DALAM*.
- Rohmawati, D. (2018). Kewiralembagaan dalam pengelolaan sampah berbasis masyarakat di Bank Sampah Gemah Ripah, Badegan, Bantul. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 146–158. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36814>

- SELPINA AYU. (2025). *KOMUNIKASI PERSUASIF KOMUNITAS GERAKAN JUM'AT BERBAGI DALAM MENINGKATKAN MINAT BERSEDEKAH PADA MASYARAKAT KOTA PANGKALAN KERINCI*.
- Singhirunnusorn, W., Donlakorn, K., & Kaewhanin, W. (2012). Household recycling behaviours and attitudes toward waste bank project. *Journal of ASIAN Behavioural Studies*, 2(6), 35–47. https://www.researchgate.net/publication/271702600_RECYCLING_OF_CLAY_BRICK_DEBRIS
- Sinta Radhini. (2024). *ANALISIS AKTIVITAS KOMUNIKASI PERSUASIF DI AKUN TIKTOK BANK SAMPAH INDUK SURABAYA (BSIS)*.
- Siti Romdona. (2023). *TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER*.
- Sugiyono. (2020). *BAB III METODOLOGI PENELITIAN*.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, A. S. (2014). Peran bank sampah dalam efektivitas pengelolaan sampah (studi kasus Bank Sampah Malang). *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 5(1), 71–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.46807/aspirasi.v5i1.447>
- Tendra Istanab. (2024). *Ekspresi Modal Sosial Berbasis Kepedulian Lingkungan dalam Pengelolaan Bank Sampah Guyub Rukun Dusun Madugondo, Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul*.
- Titi Antin, Siti Mupida, Zukrianto Zukrianto, Fitra Lestari Norhiza, Yuslenita Muda, R. M. (2024). Penguatan komunikasi kelembagaan bank sampah menggunakan analytical hierarchy process. *Masyarakat Madani: Jurnal Kajian Islam Dan Pengembangan Masyarakat*, 9(1), 2656–2774. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/jmm.v10i1.36793>
- Tri Djoyo Budiono. (2022). *DINAMIKAKOMUNIKASI PERSUASIF DALAM TAHAPAN PEMBERDAYAAN MASYARAKATISLAM PADA BANK SAMPAH SONGOLIKOER*.
- Yoharmen Arnov. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D [Prof. Dr. Sugiyono (2009)]*.