

Strategi Komunikasi Pemkot Depok Dalam Kampanye 3R Melalui Bank Sampah Menuju Lingkungan Yang Bersih Dan Sehat

Yulianti Fajar Wulandari¹, Yan Bastian², Murtiadi³, Heri Afianto⁴

¹²³⁴ Universitas Bina Sarana Informatika; Indonesia

correspondence e-mail*, yulianti.yfw@bsi.ac.id, yan.ybn@bsi.ac.id, murtiadi.mdi@bsi.ac.id,
heri.afianto@gmail.com

Submitted: Revised: 2024/05/01 Accepted: 2024/05/11 Published: 2024/06/18

Abstract

The research objective is to explain and evaluate the Depok City Government's communication strategy in the 3R campaign through the Waste Bank to create a clean and healthy environment. This research uses a qualitative approach with a case study design to explore the Depok City Government's communication strategy in the 3R campaign through the Waste Bank. Primary data was obtained through in-depth interviews and FGDs with City Government officials, Waste Bank managers and the community, while secondary data was taken from official documents and media publications. Data was analyzed using thematic analysis techniques to identify key themes, patterns and relevant relationships, providing a comprehensive picture of the success of the 3R campaign in Depok. The result of this work is that the Depok community's awareness of the importance of 3R has increased significantly with active participation in seminars, workshops and training organized by the Depok City Government. The effectiveness of the Waste Bank and the use of social media and information technology has succeeded in reducing the amount of waste in landfills and empowering the community in managing household waste. Collaboration between the City Government, the private sector and local communities through CSR support and active participation of environmental communities has had a positive impact. Regular evaluation and improvement of infrastructure is a priority for the Depok City Government, with incentives and rewards to encourage community participation, ensuring the sustainability of the 3R program.

Keywords

3R Campaign, Clean Environment, Communication Strategy, Healthy Environment, Waste Bank



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).

PENDAHULUAN

Strategi komunikasi dalam kampanye 3R (Reduce, Reuse, Recycle) melalui Bank Sampah berfokus pada peningkatan kesadaran dan partisipasi masyarakat untuk menciptakan lingkungan

yang bersih dan sehat.¹ Kampanye ini menggabungkan berbagai metode komunikasi, termasuk seminar, workshop, pelatihan, media sosial, dan teknologi informasi, untuk menyebarkan pesan pentingnya pengelolaan sampah yang baik. Kolaborasi dengan sektor swasta dan komunitas lokal juga memainkan peran penting dalam mendukung program melalui inisiatif Corporate Social Responsibility (CSR) dan partisipasi aktif.

Cox dan Pezullo (2016) menjelaskan bahwa komunikasi lingkungan adalah sarana pragmatis dan konstitutif untuk memberikan pemahaman tentang lingkungan dan hubungan manusia dengan alam. Komunikasi lingkungan memiliki fungsi pragmatis untuk mengedukasi, memperingatkan, mempengaruhi, dan membantu menyelesaikan masalah lingkungan, serta fungsi konstitutif untuk merepresentasikan alam dan masalah lingkungan.² Flor dan Cangara (2018) menambahkan bahwa komunikasi lingkungan melibatkan penggunaan strategi komunikasi untuk pengelolaan dan perlindungan lingkungan, termasuk pertukaran informasi dan kebijakan lingkungan.³ Kadarisman (2019) mengidentifikasi empat strategi komunikasi pembangunan, yaitu strategi berdasarkan media, desain instruksional, partisipatori, dan pemasaran sosial.⁴ Wahyudin (2017) menguraikan sepuluh strategi komunikasi lingkungan, termasuk analisis situasi, identifikasi masalah, komunikasi objektif, pengembangan strategi, pemilihan media, penyebaran informasi, dan evaluasi.⁵ Venus (2012) menyatakan bahwa tujuan kampanye adalah menyampaikan pemahaman baru, menciptakan kesadaran, mengembangkan pengetahuan, dan mengajak khalayak untuk bertindak. Pfau dan Parrot menekankan pentingnya perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dalam pengelolaan kampanye komunikasi.⁶

¹ Mirza Shahreza, “Strategi Komunikasi Lingkungan Yang Mendukung Keberlanjutan Komunitas Pengelolaan Sampah Di Kota Tangerang Selatan” (IPB University, 2022).

² Pravinska Aldino and Antoni Reza Safitri, “Studi Komunikasi Lingkungan Melalui Komunikasi Kelompok Terhadap Edukasi Pengelolaan Lingkungan Dengan Pendekatan Teori Strukturasi Adaptif Pada Masyarakat Kota Malang,” *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (2020): 46–56; Aminah Swarnawati et al., “Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Kampanye Minim Sampah,” *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis* 7, no. 1 (2023): 77–88; Muhammad Arif Wijaya and Pradipta Dirgantara, “Komunikasi Lingkungan Perumda Air Minum Tirta Ampera Dalam Mewujudkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan,” *EProceedings of Management* 11, no. 2 (2024).

³ Alexander G Flor, *Komunikasi Lingkungan: Penanganan Kasus-Kasus Lingkungan Melalui Strategi Komunikasi* (Prenada Media, 2018); Achmad Bayu Chandrabuwono and Atika Atika, “Komunikasi Lingkungan Masyarakat Sungai Tabuk Dalam Menjaga Kebersihan Sungai,” 2019.

⁴ Swarnawati et al., “Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Kampanye Minim Sampah”; Ade Kadarisman, “Peran Generasi Muda Dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mempromosikan Geopark Ciletuh,” *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 2 (2019): 92–108.

⁵ Maria Jashinta Elisabet Hamboer1 Iswahyu Pranawukir, “Peran Komunikasi Lingkungan Dalam Aktivitas Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Bank Sampah ‘Berseri’ Kelurahan Ciganjur,” *Jurnal Kewarganegaraan* 6, no. 3 (2022).

⁶ Ananda Prameswari and Mohamad Tohir, “Perancangan Kampanye Cegah Body Shaming Pada Remaja Perempuan,” *EProceedings of Art & Design* 5, no. 3 (2018); Wayan Weda Asmara Dewi and Wifka Rahma Syauki, “Pesan Kampanye Non-Government Organization Terhadap Permasalahan Sampah Plastik,” *Jurnal Riset Komunikasi* 5,

Radityaningrum dkk. (2017) menyebutkan bahwa Bank Sampah adalah program pengelolaan sampah berbasis konsep 3R yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat untuk mengurangi sampah di TPA.⁷ Rozalena dan Ngare (2017) menyoroiti bahwa Bank Sampah dapat membentuk rasa memiliki dan kebanggaan dalam komunitas, sementara Agus dkk. (2019) menekankan pentingnya sosialisasi dan pemilahan sampah menggunakan konsep 3R.⁸ Ristya (2020) menegaskan bahwa partisipasi aktif masyarakat sangat penting untuk pengelolaan sampah yang optimal, dengan edukasi mengenai 3R melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.⁹

Studi pendahulu yaitu Rukiah, Y (2024) bahwa penerapan SOP Prosedur Pemilihan Sampah melalui infografis yang disediakan pada acara ulang tahun Bank Sampah berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang tata cara pengelolaan sampah yang benar, mendukung efektivitas operasional Bank Sampah.¹⁰ Purbasari, N. (2014) bahwa kegiatan daur ulang sampah plastik di Bank Sampah POKLILI berhasil memberdayakan masyarakat setempat, meningkatkan aspek ekonomi warga, dan memberikan dampak positif pada lingkungan sekitar Perumahan Griya Lembah Depok.¹¹

Di Depok, Bank Sampah berfungsi sebagai pusat pengelolaan sampah yang mendorong masyarakat untuk menerapkan prinsip 3R. Pemkot Depok telah berhasil menggunakan media sosial dan aplikasi mobile khusus untuk mengedukasi dan memobilisasi warga dalam praktik 3R. Evaluasi dan monitoring berkala memastikan program berjalan sesuai rencana dan memungkinkan penyesuaian strategi untuk mencapai hasil yang optimal. Peningkatan infrastruktur seperti Tempat Pengolahan Sampah (TPS) ramah lingkungan dan penyediaan alat-alat daur ulang juga menjadi prioritas, mendukung efektivitas kampanye ini.

Novelty karya ini bahwa penelitian ini mengidentifikasi keunikan strategi komunikasi Pemkot Depok yang mengintegrasikan teknologi digital dan media sosial dengan aktivitas edukatif tradisional dalam kampanye 3R. Selain itu, pendekatan kolaboratif dengan sektor swasta dan

no. 2 (2022): 159–71.

⁷ Anindya Rachma Dwicahyani et al., “Peningkatan Pengelolaan Bank Sampah Melalui Program Pengabdian Kepada Masyarakat Di Bank Sampah Wilayah Simojawar,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Aplikasi Teknologi (Adipati)* 1, no. 1 (2022): 22–29; Rizqi Puteri Mahyudin, Nailul Ummah, and Muhammad Firmansyah, “Kajian Faktor Pendorong Keaktifan Organisasi Dan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Bank Sampah Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan,” *EnviroScientiae* 14, no. 3 (2018): 237–45.

⁸ Agustin Rozalena, “Peningkatan Pengetahuan Dan Keterampilan Pengelola Bank Sampah Melalui Sistem Cerdas Komunikasi Pemasaran,” *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)* 7, no. 1 (2020): 89–100.

⁹ Trisnawati Oky Ristya, “Penyuluhan Pengelolaan Sampah Dengan Konsep 3R Dalam Mengurangi Limbah Rumah Tangga,” *Cakrawala Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial* 4, no. 2 (2020): 30–41.

¹⁰ Yayah Rukiah, Khikmah Susanti, and Faisal Akbar, “Perancangan Infografis SOP Prosedur Pemilihan Sampah Pada Bank Sampah Sawo Kencana,” *Jurnal PkM (Pengabdian Kepada Masyarakat)* 7, no. 2 (2024).

¹¹ Nurul Purbasari, “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kegiatan Daur Ulang Sampah Plastik (Studi Kasus Pada Komunitas Bank Sampah Poklili Perumahan Griya Lembah Depok Kecamatan Sukmajaya Kota Depok),” 2014.

komunitas lokal melalui inisiatif CSR dan penggunaan aplikasi mobile Bank Sampah menunjukkan inovasi dalam pengelolaan sampah kota. Analisis ini memberikan wawasan baru tentang efektivitas kombinasi berbagai metode komunikasi dan kolaborasi dalam mencapai tujuan lingkungan yang bersih dan sehat.

Gap Penelitian yaitu meskipun telah banyak studi tentang program 3R dan pengelolaan sampah, penelitian yang secara spesifik mengkaji strategi komunikasi yang menggabungkan teknologi digital dan kolaborasi multi-sektor dalam konteks lokal seperti Depok masih terbatas. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan mengevaluasi efektivitas pendekatan Pemkot Depok dan dampaknya terhadap partisipasi masyarakat serta keberlanjutan program 3R. Selain itu, studi ini meneliti bagaimana evaluasi berkala dan peningkatan infrastruktur berperan dalam mendukung keberhasilan kampanye 3R.

Tujuan Penelitian yaitu menjelaskan dan mengevaluasi strategi komunikasi Pemkot Depok dalam kampanye 3R melalui Bank Sampah untuk menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi strategi komunikasi yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Depok dalam kampanye 3R melalui Bank Sampah guna menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai konteks spesifik dan implementasi program di Depok. Fokus penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana strategi komunikasi diterapkan dan bagaimana partisipasi masyarakat serta dukungan sektor swasta berkontribusi terhadap keberhasilan program 3R.

Sumber data penelitian ini mencakup data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan para Pemkot Depok, pengelola Bank Sampah, serta anggota masyarakat yang aktif berpartisipasi dalam program 3R. Wawancara ini akan memberikan wawasan langsung tentang strategi komunikasi dan implementasi di lapangan. Selain itu, focus group discussion (FGD) dengan peserta dari komunitas lingkungan dan sektor swasta juga dilakukan untuk mendapatkan perspektif yang beragam. Data sekunder akan diambil dari dokumen-dokumen resmi Pemkot Depok, laporan program, publikasi media, dan materi kampanye yang digunakan dalam program 3R.

Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses analisis dimulai dengan transkripsi wawancara dan FGD, kemudian dilakukan pengkodean untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan strategi komunikasi, partisipasi masyarakat, dan kontribusi sektor swasta. Tema-tema yang muncul akan dibandingkan dan dikategorikan untuk menemukan pola-pola dan hubungan yang relevan. Analisis ini akan membantu dalam memahami bagaimana strategi komunikasi Pemkot Depok telah diterapkan, tantangan yang dihadapi, dan faktor-faktor yang mendukung keberhasilan program 3R. Hasil analisis akan disajikan secara deskriptif untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang upaya Pemkot Depok dalam kampanye 3R melalui Bank Sampah menuju lingkungan yang bersih dan sehat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemerintah Kota Depok telah mengadopsi berbagai strategi dalam kampanye 3R (Reduce, Reuse, Recycle) melalui program Bank Sampah. Kampanye ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat bagi seluruh warga Depok. Berikut adalah beberapa upaya yang dilakukan oleh Pemkot Depok dalam mendukung kampanye 3R tersebut.

1. Peningkatan Kesadaran dan Edukasi Masyarakat

Pemkot Depok secara aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya 3R kepada masyarakat. Melalui seminar, workshop, dan pelatihan di tingkat kelurahan dan sekolah, masyarakat diajak untuk memahami pentingnya pengurangan, penggunaan kembali, dan daur ulang sampah. Penyuluhan ini melibatkan tokoh masyarakat, LSM, dan akademisi yang kompeten dalam bidang lingkungan.

2. Pemberdayaan dan Pelatihan Bank Sampah

Salah satu langkah konkret yang diambil adalah pembentukan Bank Sampah di berbagai titik di Depok. Bank Sampah ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat pengumpulan sampah, tetapi juga sebagai pusat edukasi dan pemberdayaan masyarakat. Melalui pelatihan manajemen Bank Sampah, warga dilatih untuk mengelola sampah rumah tangga secara efektif dan efisien. Mereka diajarkan cara memilah sampah, membuat kompos, dan mendaur ulang bahan-bahan yang masih bisa digunakan.

3. Penggunaan Media Sosial dan Teknologi Informasi

Pemkot Depok memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi untuk menyebarkan

pesan kampanye 3R. Melalui platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, informasi mengenai kegiatan Bank Sampah, tips pengelolaan sampah, dan berita-berita terkait lingkungan disebarluaskan secara rutin. Selain itu, aplikasi mobile khusus Bank Sampah juga dikembangkan untuk memudahkan warga dalam mengakses informasi dan berpartisipasi dalam program 3R.

4. Kolaborasi dengan Sektor Swasta dan Komunitas

Kolaborasi dengan sektor swasta dan komunitas lokal menjadi salah satu strategi penting dalam kampanye 3R. Pemkot Depok menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan yang peduli lingkungan untuk mendukung program Bank Sampah melalui CSR (Corporate Social Responsibility). Selain itu, komunitas-komunitas lingkungan dan kelompok masyarakat turut serta dalam berbagai kegiatan, seperti lomba kebersihan lingkungan, bazar daur ulang, dan kampanye sosialisasi.

5. Insentif dan Penghargaan

Untuk mendorong partisipasi aktif masyarakat, Pemkot Depok memberikan insentif dan penghargaan kepada warga dan kelompok yang berhasil mengelola sampah dengan baik. Insentif berupa potongan biaya retribusi sampah atau token penghargaan yang bisa ditukar dengan barang kebutuhan sehari-hari. Penghargaan diberikan dalam bentuk sertifikat, piala, dan pengakuan publik pada acara-acara resmi kota.

6. Peningkatan Infrastruktur dan Fasilitas Pendukung

Pemkot Depok juga fokus pada peningkatan infrastruktur dan fasilitas pendukung kampanye 3R. Pembangunan dan pemeliharaan fasilitas pengolahan sampah, tempat pembuangan sementara (TPS) yang ramah lingkungan, serta pengadaan alat-alat daur ulang menjadi prioritas. Dengan adanya fasilitas yang memadai, proses pengelolaan sampah dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

7. Evaluasi dan Monitoring Berkala

Untuk memastikan program berjalan sesuai rencana, Pemkot Depok melakukan evaluasi dan monitoring berkala. Evaluasi ini mencakup pengukuran tingkat partisipasi masyarakat, volume sampah yang berhasil dikurangi, serta keberhasilan program Bank Sampah. Hasil evaluasi digunakan untuk menyusun strategi perbaikan dan pengembangan program di masa mendatang.

Cox & Pezullo (2016) mengemukakan bahwa komunikasi lingkungan memiliki dua fungsi utama yang saling berkaitan, yaitu fungsi pragmatis dan konstitutif. Fungsi pragmatis berfokus pada upaya mendidik, memperingatkan, mempengaruhi, dan membantu menyelesaikan masalah

lingkungan melalui komunikasi. Misalnya, kampanye edukasi mengenai pengelolaan sampah dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya 3R (Reduce, Reuse, Recycle).¹² Sementara itu, fungsi konstitutif lebih menekankan pada peran komunikasi dalam membentuk representasi dan pemahaman masyarakat tentang alam dan permasalahan lingkungan. Melalui narasi dan media simbolik, isu-isu lingkungan dapat diangkat dan dibahas secara luas, memengaruhi persepsi dan tindakan masyarakat.

Flor & Cangara (2018) mendefinisikan komunikasi lingkungan sebagai upaya strategis dalam pengelolaan dan perlindungan lingkungan.¹³ Mereka menekankan pentingnya pertukaran informasi yang disengaja, baik dalam bentuk pengetahuan maupun kebijakan lingkungan. Teori ini mencakup tujuh area utama, termasuk retorika lingkungan, partisipasi publik dalam pengambilan keputusan, kolaborasi dan resolusi konflik, jurnalisme lingkungan, representasi alam dalam iklan dan budaya populer, kampanye advokasi, serta komunikasi sains dan risiko. Dengan pendekatan ini, komunikasi lingkungan menjadi alat yang efektif dalam menggerakkan tindakan kolektif untuk keberlanjutan lingkungan.

Kadarisman (2019) mengidentifikasi empat strategi komunikasi yang relevan untuk pembangunan lingkungan: strategi berbasis media, desain instruksional, partisipatori, dan pemasaran sosial.¹⁴ Strategi berbasis media melibatkan penggunaan berbagai media komunikasi untuk menyebarkan pesan lingkungan kepada audiens yang luas. Desain instruksional mengacu pada penyusunan program edukasi yang sistematis dan terstruktur untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat. Strategi partisipatori menekankan pentingnya melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahap komunikasi lingkungan. Sementara itu, strategi pemasaran sosial bertujuan untuk mempengaruhi perilaku masyarakat melalui kampanye yang dirancang secara khusus.

Wahyudin (2017) mengusulkan sepuluh strategi komunikasi lingkungan yang komprehensif, mulai dari analisis situasi hingga monitoring dan evaluasi.¹⁵ Langkah pertama adalah

¹² Lila Nathania, "Studi Komunikasi Lingkungan Pelestarian Pulau Gili Melalui Pendekatan Teori Stukturasi Adaptif," *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2023): 106–30; Wijaya and Dirgantara, "Komunikasi Lingkungan Perumda Air Minum Tirta Ampera Dalam Mewujudkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan"; Swarnawati et al., "Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Kampanye Minim Sampah"; Aldino and Reza Safitri, "Studi Komunikasi Lingkungan Melalui Komunikasi Kelompok Terhadap Edukasi Pengelolaan Lingkungan Dengan Pendekatan Teori Strukturasi Adaptif Pada Masyarakat Kota Malang."

¹³ Flor, *Komunikasi Lingkungan: Penanganan Kasus-Kasus Lingkungan Melalui Strategi Komunikasi*.

¹⁴ Kadarisman, "Peran Generasi Muda Dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mempromosikan Geopark Ciletuh."

¹⁵ Swarnawati et al., "Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Kampanye Minim Sampah"; Chandrabuwono and Atika, "Komunikasi Lingkungan Masyarakat Sungai Tabuk Dalam Menjaga Kebersihan Sungai."

melakukan analisis situasi dan mengidentifikasi masalah lingkungan yang ada. Selanjutnya, analisis audiens dilakukan untuk memahami karakteristik dan kebutuhan audiens yang menjadi target komunikasi. Komunikasi objektif bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan mempengaruhi perilaku audiens. Pengembangan strategi didasarkan pada data yang telah diperoleh, disertai dengan dorongan dan arahan masyarakat. Pemilihan media yang tepat, persiapan pesan, produksi media dan pretest, serta penyebaran informasi melalui media yang dipilih merupakan langkah-langkah penting dalam strategi ini. Akhirnya, monitoring dan evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas strategi komunikasi yang telah dilaksanakan.

Venus (2012) menekankan bahwa tujuan utama dari kampanye komunikasi lingkungan adalah menyampaikan pemahaman baru, memperbaiki kesalahan, menciptakan kesadaran, mengembangkan pengetahuan, menghilangkan prasangka, menganjurkan kepercayaan, mengkonfirmasi persepsi, serta mengajak masyarakat untuk melakukan tindakan tertentu.¹⁶ Menurut Pfau dan Parrot, pengelolaan kampanye komunikasi harus melibatkan tiga tahapan utama: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.¹⁷ Perencanaan mencakup penentuan tujuan, target audiens, dan strategi yang akan digunakan. Pelaksanaan melibatkan implementasi dari rencana yang telah disusun, sementara evaluasi bertujuan untuk menilai keberhasilan kampanye dan menentukan langkah perbaikan jika diperlukan.

Ketika teori-teori ini diterapkan dalam konteks kampanye 3R oleh Pemkot Depok, terlihat bahwa upaya mereka mencakup berbagai aspek dari teori-teori tersebut. Edukasi dan sosialisasi yang dilakukan sejalan dengan fungsi pragmatis komunikasi lingkungan yang diusulkan oleh Cox & Pezullo, sementara penggunaan media sosial dan teknologi informasi mencerminkan strategi berbasis media yang dijelaskan oleh Kadarisman. Kolaborasi dengan sektor swasta dan komunitas lokal sesuai dengan strategi partisipatori, menunjukkan bahwa Pemkot Depok mengintegrasikan berbagai pendekatan dalam upaya mereka untuk meningkatkan kesadaran dan tindakan masyarakat terhadap pengelolaan sampah.

¹⁶ Dewi and Syauki, “Pesan Kampanye Non-Government Organization Terhadap Permasalahan Sampah Plastik”; Qhori Anandra, Uljanatunnisa Uljanatunnisa, and Intan Putri Cahyani, “Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye ‘Go Green, No Plastic’ Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,” *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika* 9, no. 2 (2020): 96–104; Dina Kholis Aziza, “Praktik Kampanye Sosial Pemerintah Kota Salatiga (Studi Kasus Strategi Kampanye Dinas Cipta Karya Dan Tata Ruang Dalam Upaya Membangun Kesadaran Masyarakat Peduli Lingkungan Melalui Gerakan Bank Sampah Periode 2013-2014),” *Jurnal Socia Logica* 2, no. 2 (2023): 158–72.

¹⁷ Yeni Jelita, “Audit Komunikasi Kampanye Stop Narkoba Badan Narkotika Nasional Kabupaten Serdang Bedagai,” *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)* 7, no. 2 (2018); Bahrur Rosi, “Mencegah Hoaks Di Kampanye Pemilu 2024,” *Jurnal Bawaslu DKI* 8, no. 3 (2023): 137–56; Prameswari and Tohir, “Perancangan Kampanye Cegah Body Shaming Pada Remaja Perempuan.”

Pembentukan Bank Sampah di Depok adalah contoh konkret dari penerapan strategi komunikasi lingkungan. Bank Sampah tidak hanya berfungsi sebagai tempat pengumpulan sampah tetapi juga sebagai pusat edukasi dan pemberdayaan masyarakat. Melalui pelatihan dan manajemen Bank Sampah, warga mendapatkan pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan sampah, yang sejalan dengan strategi desain instruksional dari Kadarisman. Selain itu, insentif dan penghargaan yang diberikan kepada masyarakat berperan sebagai strategi pemasaran sosial, mendorong masyarakat untuk terlibat aktif dalam program 3R.

Pemanfaatan media sosial oleh Pemkot Depok mencerminkan teori komunikasi lingkungan oleh Flor & Cangara yang menekankan pentingnya media dan jurnalisme lingkungan. Informasi tentang kegiatan Bank Sampah, tips pengelolaan sampah, dan berita lingkungan dapat disebarluaskan dengan cepat dan luas, mencapai audiens yang lebih besar. Aplikasi mobile khusus Bank Sampah juga memungkinkan akses informasi yang lebih mudah dan partisipasi aktif dari masyarakat, memperkuat fungsi pragmatis dan konstitutif komunikasi lingkungan.

Kolaborasi antara Pemkot Depok dengan sektor swasta dan komunitas lokal menunjukkan pentingnya strategi partisipatori dan kolaboratif dalam kampanye lingkungan. Kerjasama ini memungkinkan mobilisasi sumber daya dan partisipasi yang lebih luas, memastikan bahwa upaya pengelolaan sampah tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah tetapi juga melibatkan semua pihak yang berkepentingan. Hal ini sejalan dengan area kolaborasi dan resolusi konflik lingkungan yang dijelaskan oleh Flor & Cangara.

Monitoring dan evaluasi berkala yang dilakukan oleh Pemkot Depok merupakan langkah penting dalam memastikan keberlanjutan program 3R. Dengan melakukan evaluasi, pemerintah dapat mengukur efektivitas strategi komunikasi yang telah dilaksanakan dan melakukan perbaikan yang diperlukan. Hal ini sesuai dengan teori komunikasi lingkungan oleh Wahyudin, yang menekankan pentingnya monitoring dan evaluasi sebagai bagian dari strategi komunikasi yang komprehensif.

Kegiatan edukasi dan sosialisasi yang dilakukan oleh Pemkot Depok sejalan dengan fungsi pragmatis komunikasi lingkungan yang dijelaskan oleh Cox & Pezullo. Melalui seminar, workshop, dan pelatihan, Pemkot Depok berusaha untuk mendidik masyarakat tentang pentingnya 3R. Hal ini sesuai dengan tujuan komunikasi lingkungan yang bertujuan untuk mengedukasi dan mempengaruhi perilaku masyarakat agar lebih peduli terhadap lingkungan. Program pelatihan manajemen Bank Sampah yang diadakan oleh Pemkot Depok mencerminkan strategi partisipatori yang diusulkan oleh Kadarisman. Melalui pelatihan ini, masyarakat dilibatkan secara langsung

dalam pengelolaan sampah dan diberdayakan untuk menjadi agen perubahan di lingkungannya. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi lingkungan tidak hanya bersifat satu arah tetapi juga melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat. Pemanfaatan media sosial dan teknologi informasi oleh Pemkot Depok sesuai dengan area komunikasi lingkungan yang disebutkan oleh Flor & Cangara, yaitu media dan jurnalisme lingkungan. Dengan menyebarkan informasi melalui platform digital, Pemkot Depok dapat menjangkau lebih banyak orang dan menyebarkan pesan kampanye 3R dengan lebih efektif. Penggunaan teknologi ini juga menunjukkan adaptasi terhadap perkembangan zaman dalam penyebaran informasi lingkungan.

Kolaborasi antara Pemkot Depok dengan sektor swasta dan komunitas lokal mencerminkan strategi pemasaran sosial yang diusulkan oleh Kadarisman. Melalui kerjasama ini, kampanye 3R dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat karena melibatkan berbagai pihak yang memiliki kepentingan yang sama dalam menjaga kebersihan lingkungan. Selain itu, hal ini juga sesuai dengan area kolaborasi dan resolusi konflik lingkungan yang disebutkan oleh Flor & Cangara. Evaluasi dan monitoring berkala yang dilakukan oleh Pemkot Depok sesuai dengan tahapan pengelolaan kampanye komunikasi yang diungkapkan oleh Pfau dan Parrot. Melalui evaluasi, Pemkot Depok dapat mengetahui sejauh mana keberhasilan program yang telah dilaksanakan dan menyusun strategi perbaikan yang diperlukan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi lingkungan harus selalu dievaluasi dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

Penelitian mengenai kesadaran dan efektivitas program 3R (Reduce, Reuse, Recycle) di Kota Depok menunjukkan hasil yang sangat positif. Pertama, kesadaran masyarakat Depok mengenai pentingnya 3R telah mengalami peningkatan signifikan. Partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan seperti seminar, workshop, dan pelatihan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota (Pemkot) Depok menjadi indikator utama dari peningkatan ini. Kesadaran yang tumbuh ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai memahami betapa pentingnya pengelolaan sampah yang baik dan benar untuk menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat. Selain itu, keberhasilan program Bank Sampah di Depok menjadi salah satu tonggak penting dalam pengelolaan sampah yang lebih efektif. Bank Sampah yang tersebar di berbagai wilayah telah berhasil mengurangi jumlah sampah yang dibuang ke Tempat Pembuangan Akhir (TPA). Masyarakat yang telah mendapatkan pelatihan kini lebih terampil dalam mengelola sampah rumah tangga. Mereka sudah terbiasa memilah sampah, membuat kompos, dan mendaur ulang barang-barang yang masih bisa digunakan, sehingga program ini tidak hanya mengurangi volume sampah tetapi juga

memberdayakan masyarakat. Peran media sosial dan teknologi informasi juga tidak bisa diabaikan dalam kampanye 3R di Depok. Pemkot Depok memanfaatkan platform ini untuk menyebarkan pesan-pesan kampanye dengan cepat dan efisien. Informasi tentang kegiatan Bank Sampah, tips pengelolaan sampah, dan berita-berita terkait lingkungan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Bahkan, aplikasi mobile khusus untuk Bank Sampah telah diluncurkan untuk memudahkan akses informasi dan partisipasi masyarakat dalam program 3R.

Kolaborasi antara Pemkot Depok dengan sektor swasta dan komunitas lokal juga memberikan dampak positif yang signifikan. Perusahaan-perusahaan yang berpartisipasi dalam program Corporate Social Responsibility (CSR) dan komunitas lingkungan lokal telah memberikan kontribusi yang berharga dalam kampanye 3R. Kerjasama ini menunjukkan bahwa upaya pengelolaan sampah bukan hanya tanggung jawab pemerintah, tetapi juga melibatkan berbagai pihak yang memiliki kepentingan yang sama dalam menjaga kebersihan dan kesehatan lingkungan. Evaluasi dan monitoring berkala yang dilakukan oleh Pemkot Depok menjadi elemen penting dalam kesuksesan program 3R. Melalui evaluasi ini, strategi perbaikan dan pengembangan program dapat disusun berdasarkan hasil nyata di lapangan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa program 3R berjalan sesuai rencana dan mencapai hasil yang diharapkan. Monitoring berkala memastikan program tetap berjalan dan berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Peningkatan infrastruktur dan fasilitas pendukung juga menjadi fokus utama Pemkot Depok dalam kampanye 3R. Pembangunan dan pemeliharaan fasilitas pengolahan sampah, Tempat Pembuangan Sementara (TPS) yang ramah lingkungan, serta pengadaan alat-alat daur ulang menjadi prioritas. Dengan adanya fasilitas yang memadai, proses pengelolaan sampah dapat berjalan lebih efektif dan efisien, mendukung tujuan akhir untuk mengurangi jumlah sampah yang dibuang ke TPA. Insentif dan penghargaan yang diberikan oleh Pemkot Depok juga memainkan peran penting dalam mendorong partisipasi masyarakat. Insentif seperti potongan biaya retribusi sampah atau token penghargaan yang bisa ditukar dengan barang kebutuhan sehari-hari telah meningkatkan motivasi masyarakat untuk mengelola sampah dengan baik. Penghargaan dalam bentuk sertifikat, piala, dan pengakuan publik memberikan apresiasi yang layak bagi mereka yang berhasil dalam pengelolaan sampah. Partisipasi aktif masyarakat menjadi kunci utama keberhasilan program 3R di Depok. Masyarakat yang terlibat dalam Bank Sampah merasa memiliki tanggung jawab dalam menjaga kebersihan lingkungan. Mereka tidak hanya menjadi peserta pasif tetapi juga aktif berkontribusi dalam setiap kegiatan yang mendukung kampanye 3R. Partisipasi aktif ini menunjukkan bahwa masyarakat Depok telah mulai memahami pentingnya pengelolaan sampah

yang baik dan benar.

Dukungan konsisten dari Pemkot Depok juga menjadi faktor penentu keberhasilan program 3R. Pemerintah tidak hanya memberikan dukungan dalam bentuk regulasi dan kebijakan tetapi juga terlibat secara aktif dalam pelaksanaan program. Komitmen pemerintah yang kuat menunjukkan bahwa keberhasilan program 3R membutuhkan dukungan dan komitmen dari semua pihak, terutama dari pemerintah sebagai penggerak utama. Keberlanjutan program 3R di Depok dapat terjamin melalui evaluasi dan monitoring berkala yang dilakukan oleh Pemkot Depok. Evaluasi dan monitoring ini memungkinkan pemerintah untuk menyusun strategi perbaikan dan pengembangan program di masa mendatang. Keberlanjutan program ini juga didukung oleh partisipasi aktif masyarakat, dukungan sektor swasta, dan peningkatan infrastruktur yang memadai. Dengan adanya dukungan dari berbagai pihak, program 3R di Depok tidak hanya bertujuan untuk mengurangi jumlah sampah tetapi juga untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Lingkungan yang bersih dan sehat adalah hasil akhir yang ingin dicapai. Program ini juga mengajarkan masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan dan memberikan mereka alat dan pengetahuan yang diperlukan untuk melakukannya.

Pemkot Depok terus berinovasi dalam menjalankan program 3R. Inovasi ini termasuk dalam pengembangan teknologi pengolahan sampah yang lebih modern dan efisien. Teknologi ini membantu dalam mengolah sampah dengan cara yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan, sejalan dengan tujuan untuk menciptakan kota yang lebih bersih dan hijau. Masyarakat yang terlibat dalam program 3R merasakan dampak positif tidak hanya dari sisi lingkungan tetapi juga ekonomi. Dengan mendaur ulang dan mengelola sampah rumah tangga, mereka dapat mengurangi pengeluaran dan bahkan mendapatkan tambahan penghasilan dari penjualan barang daur ulang. Hal ini menunjukkan bahwa program 3R juga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Keberhasilan program 3R di Depok juga menarik perhatian daerah lain yang ingin mengadopsi model serupa. Banyak pihak yang tertarik untuk belajar dari pengalaman Depok dalam menjalankan program ini. Hal ini menunjukkan bahwa Depok telah menjadi contoh yang baik dalam pengelolaan sampah dan dapat menjadi inspirasi bagi daerah lain.

Program 3R di Depok menunjukkan hasil yang sangat positif dan memberikan banyak manfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Kesadaran yang meningkat, partisipasi aktif masyarakat, dukungan dari berbagai pihak, dan peningkatan infrastruktur menjadi faktor-faktor kunci keberhasilan program ini. Dengan terus melakukan evaluasi dan pengembangan, program 3R di

Depok diharapkan dapat terus berjalan dan memberikan manfaat yang berkelanjutan. Dengan adanya komitmen yang kuat dari semua pihak, program 3R di Depok tidak hanya akan bertahan tetapi juga berkembang lebih baik lagi di masa depan. Masyarakat yang sadar akan pentingnya pengelolaan sampah yang baik dan benar akan terus mendukung program ini, menjadikan Depok sebagai kota yang bersih, sehat, dan ramah lingkungan. Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa dengan kerja sama dan komitmen yang kuat, tantangan dalam pengelolaan sampah dapat diatasi dengan baik.

Implikasi karya ini yaitu keberhasilan kampanye 3R (Reduce, Reuse, Recycle) di Depok menjadi bukti bahwa program ini dapat diterapkan secara berkelanjutan dengan dukungan kuat dari berbagai pihak. Pemerintah kota Depok telah menunjukkan komitmennya dengan menyediakan infrastruktur dan regulasi yang mendukung pengelolaan sampah yang efektif. Partisipasi aktif dari masyarakat juga memainkan peran kunci dalam kesuksesan ini, dengan banyak warga yang mulai sadar dan terlibat dalam praktik-praktik 3R di kehidupan sehari-hari. Selain itu, kerjasama dengan sektor swasta telah memungkinkan adanya inovasi dan solusi teknologi yang mempermudah proses pengolahan sampah. Dengan keberlanjutan program 3R ini, Depok dapat memastikan lingkungan kotanya tetap bersih dan sehat, sekaligus memberikan contoh nyata tentang bagaimana kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dapat membawa perubahan positif yang signifikan.

Keberhasilan di Depok tidak hanya berdampak lokal, tetapi juga memiliki potensi untuk dijadikan model bagi kota-kota lain yang ingin mengimplementasikan program serupa. Strategi komunikasi yang efektif dan pelaksanaan program yang terstruktur dapat ditiru oleh kota-kota lain untuk mencapai hasil yang sama. Dengan mengadopsi pendekatan yang sama, kota-kota lain dapat menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan sehat, serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah yang baik dan benar. Ini tidak hanya akan membawa manfaat lingkungan, tetapi juga sosial dan ekonomi, karena pengelolaan sampah yang efektif dapat menciptakan lapangan kerja baru dan mengurangi biaya yang terkait dengan pembuangan sampah yang tidak teratur. Dengan demikian, program 3R di Depok tidak hanya menjadi contoh keberhasilan lokal, tetapi juga sumber inspirasi bagi kota-kota lain untuk mewujudkan perubahan positif dalam pengelolaan sampah dan pelestarian lingkungan.

KESIMPULAN

Penelitian menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat Depok tentang pentingnya 3R

(Reduce, Reuse, Recycle) telah meningkat secara signifikan, terlihat dari partisipasi aktif dalam seminar, workshop, dan pelatihan yang diselenggarakan oleh Pemkot Depok. Efektivitas Bank Sampah di berbagai wilayah Depok juga berhasil mengurangi jumlah sampah yang berakhir di TPA, memberdayakan masyarakat untuk mengelola sampah rumah tangga dengan lebih baik. Penggunaan media sosial dan teknologi informasi oleh Pemkot Depok terbukti efektif dalam menyebarkan pesan kampanye 3R, termasuk melalui aplikasi mobile khusus Bank Sampah. Kolaborasi antara Pemkot Depok dengan sektor swasta dan komunitas lokal memberikan dampak positif melalui dukungan CSR dan partisipasi aktif komunitas lingkungan. Evaluasi dan monitoring berkala membantu Pemkot Depok menyusun strategi perbaikan dan pengembangan program, memastikan program 3R berjalan sesuai rencana dan mencapai hasil yang diharapkan. Peningkatan infrastruktur dan fasilitas pendukung kampanye 3R, seperti pembangunan TPS yang ramah lingkungan dan pengadaan alat-alat daur ulang, menjadi prioritas Pemkot Depok. Pemberian insentif dan penghargaan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam program 3R, meningkatkan motivasi mereka untuk mengelola sampah dengan baik. Partisipasi aktif masyarakat menjadi faktor kunci keberhasilan program, menunjukkan pemahaman mereka tentang pentingnya pengelolaan sampah. Dukungan konsisten dari Pemkot Depok menunjukkan komitmen dalam menciptakan lingkungan bersih dan sehat melalui regulasi, kebijakan, dan keterlibatan aktif. Keberlanjutan program 3R di Depok dijamin melalui evaluasi dan monitoring berkala, didukung oleh partisipasi aktif masyarakat, sektor swasta, dan peningkatan infrastruktur yang memadai.

Keberhasilan kampanye 3R di Depok menunjukkan potensi penerapan berkelanjutan program ini dengan dukungan pemerintah, partisipasi aktif masyarakat, dan kerjasama sektor swasta, yang akan memastikan lingkungan Depok tetap bersih dan sehat di masa mendatang. Selain itu, strategi komunikasi dan pelaksanaan program 3R di Depok dapat dijadikan model bagi kota-kota lain yang ingin mengimplementasikan program serupa, sehingga menciptakan lingkungan yang bersih, sehat, dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah yang baik dan benar.

Rekomendasi karya ini bahwa untuk meningkatkan keberhasilan program 3R di Depok, perlu dilakukan peningkatan edukasi masyarakat melalui kampanye yang lebih intensif dan berkelanjutan. Edukasi ini dapat mencakup tidak hanya seminar dan workshop, tetapi juga program pendidikan di sekolah-sekolah untuk menanamkan kesadaran sejak dini. Selain itu, pengembangan teknologi dan inovasi dalam pengelolaan sampah harus terus didorong, termasuk integrasi sistem

digital yang lebih baik untuk memantau dan mengelola sampah. Kolaborasi dengan sektor swasta perlu ditingkatkan, khususnya dalam mendukung CSR yang berfokus pada lingkungan. Pemkot Depok juga bisa memperluas insentif dan penghargaan kepada masyarakat yang aktif berpartisipasi dalam program 3R, untuk lebih memotivasi dan mengapresiasi usaha mereka. Terakhir, peningkatan infrastruktur seperti fasilitas pengolahan sampah yang lebih modern dan ramah lingkungan harus menjadi prioritas, guna mengurangi beban TPA dan meningkatkan efisiensi daur ulang.

Limitasinya yaitu salah satu limitasi utama adalah keterbatasan anggaran dan sumber daya yang tersedia untuk program 3R, yang bisa membatasi kemampuan Pemkot Depok untuk membangun infrastruktur baru dan memperluas program edukasi. Selain itu, meskipun partisipasi masyarakat sudah meningkat, masih ada sebagian masyarakat yang kurang terlibat atau kurang peduli terhadap pengelolaan sampah. Tantangan lain adalah koordinasi yang efektif antara berbagai pihak yang terlibat, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal, yang kadang kala bisa mengalami kendala komunikasi dan implementasi. Selain itu, evaluasi dan monitoring yang konsisten membutuhkan sumber daya manusia dan teknologi yang memadai, yang bisa menjadi tantangan tersendiri. Terakhir, meskipun penggunaan media sosial dan teknologi informasi sudah efektif, masih ada masyarakat yang kurang terjangkau oleh teknologi ini, terutama di kalangan warga yang kurang melek digital.

REFERENCES

- Aldino, Pravinska, and Antoni Reza Safitri. "Studi Komunikasi Lingkungan Melalui Komunikasi Kelompok Terhadap Edukasi Pengelolaan Lingkungan Dengan Pendekatan Teori Strukturasi Adaptif Pada Masyarakat Kota Malang." *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (2020): 46–56.
- Anandra, Qhori, Uljanatunnisa Uljanatunnisa, and Intan Putri Cahyani. "Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye 'Go Green, No Plastic' Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta." *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika* 9, no. 2 (2020): 96–104.
- Aziza, Dina Kholis. "Praktik Kampanye Sosial Pemerintah Kota Salatiga (Studi Kasus Strategi Kampanye Dinas Cipta Karya Dan Tata Ruang Dalam Upaya Membangun Kesadaran Masyarakat Peduli Lingkungan Melalui Gerakan Bank Sampah Periode 2013-2014)." *Jurnal Socia Logica* 2, no. 2 (2023): 158–72.
- Chandrabuwono, Achmad Bayu, and Atika Atika. "Komunikasi Lingkungan Masyarakat Sungai Tabuk Dalam Menjaga Kebersihan Sungai," 2019.
- Dewi, Wayan Weda Asmara, and Wifka Rahma Syauki. "Pesan Kampanye Non-Government Organization Terhadap Permasalahan Sampah Plastik." *Jurnal Riset Komunikasi* 5, no. 2 (2022): 159–71.
- Dwicahyani, Anindya Rachma, Arlini Dyah Radityaningrum, Eky Novianarenti, and Erlinda Ningsih. "Peningkatan Pengelolaan Bank Sampah Melalui Program Pengabdian Kepada Masyarakat Di Bank Sampah Wilayah Simojawat." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Aplikasi Teknologi (Adipati)* 1, no. 1 (2022): 22–29.
- Flor, Alexander G. *Komunikasi Lingkungan: Penanganan Kasus-Kasus Lingkungan Melalui Strategi Komunikasi*.

- Prenada Media, 2018.
- Jelita, Yeni. “Audit Komunikasi Kampanye Stop Narkoba Badan Narkotika Nasional Kabupaten Serdang Bedagai.” *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)* 7, no. 2 (2018).
- Kadarisman, Ade. “Peran Generasi Muda Dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mempromosikan Geopark Ciletuh.” *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 2 (2019): 92–108.
- Mahyudin, Rizqi Puteri, Nailul Ummah, and Muhammad Firmansyah. “Kajian Faktor Pendorong Keaktifan Organisasi Dan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Bank Sampah Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan.” *EnviroScientiae* 14, no. 3 (2018): 237–45.
- Nathania, Lila. “Studi Komunikasi Lingkungan Pelestarian Pulau Gili Melalui Pendekatan Teori Stukturasi Adaptif.” *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 2 (2023): 106–30.
- Prameswari, Ananda, and Mohamad Tohir. “Perancangan Kampanye Cegah Body Shaming Pada Remaja Perempuan.” *EProceedings of Art & Design* 5, no. 3 (2018).
- Pranawukir, Maria Jashinta Elisabet Hamboer1 Iswahyu. “Peran Komunikasi Lingkungan Dalam Aktivitas Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Bank Sampah ‘Berseri’ Kelurahan Ciganjur.” *Jurnal Kemarganegaraan* 6, no. 3 (2022).
- Purbasari, Nurul. “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kegiatan Daur Ulang Sampah Plastik (Studi Kasus Pada Komunitas Bank Sampah Poklili Perumahan Griya Lembah Depok Kecamatan Sukmajaya Kota Depok),” 2014.
- Ristya, Trisnawati Oky. “Penyuluhan Pengelolaan Sampah Dengan Konsep 3R Dalam Mengurangi Limbah Rumah Tangga.” *Cakrawala Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial* 4, no. 2 (2020): 30–41.
- Rosi, Bahrur. “Mencegah Hoaks Di Kampanye Pemilu 2024.” *Jurnal Bawaslu DKI* 8, no. 3 (2023): 137–56.
- Rozalena, Agustin. “Peningkatan Pengetahuan Dan Keterampilan Pengelola Bank Sampah Melalui Sistem Cerdas Komunikasi Pemasaran.” *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)* 7, no. 1 (2020): 89–100.
- Rukiah, Yayah, Khikmah Susanti, and Faisal Akbar. “Perancangan Infografis SOP Prosedur Pemilihan Sampah Pada Bank Sampah Sawo Kencana.” *Jurnal PkM (Pengabdian Kepada Masyarakat)* 7, no. 2 (2024).
- Shahreza, Mirza. “Strategi Komunikasi Lingkungan Yang Mendukung Keberlanjutan Komunitas Pengelolaan Sampah Di Kota Tangerang Selatan.” IPB University, 2022.
- Swarnawati, Aminah, Siska Yuningsih, Oktaviana Purnamasari, and Eti Sri Nurhayati. “Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Kampanye Minim Sampah.” *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis* 7, no. 1 (2023): 77–88.
- Wijaya, Muhammad Arif, and Pradipta Dirgantara. “Komunikasi Lingkungan Perumda Air Minum Tirta Ampere Dalam Mewujudkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.” *EProceedings of Management* 11, no. 2 (2024).