

**KOMUNIKASI LINGKUNGAN BANK SAMPAH TUAN DI BANGARNA
DALAM MENGAJAK MASYARAKAT PEDULI LINGKUNGAN MELALUI
KEGIATAN MENABUNG SAMPAH DI PEKANBARU**

Oleh : Dwi Ayu Annisa

Email: dwiyuanns@gmail.com

Pembimbing : Dr. Muhammad Firdaus, M.Si

Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Tuan Di Bangarna rubbish bank (TDB) is one of non-government rubbish banks in Pekanbaru City which has been operating since 2018. The TDB rubbish bank is a dry waste management system that involves the public to play an active role as a customer by collecting, sorting and distributing rubbish to the market to be converted into money so that it will has economic value and benefits to the community. As a business entity that operates as a rubbish bank itself is active in educating new knowledge about waste and fostering a sense of responsibility to protect the environment for the community. The purpose of this research was to determine the forms of environmental communication, environmental communication media and the environmental communication barriers of the Tuan Di Bangarna rubbish bank in inviting people to care about the environment through saving activities in Pekanbaru.

This study used qualitative research methods. The research informants totaling of nine people according to the criteria selected using a purposive technique. Data collection techniques consist of interviews, observation and documentation. While the data analysis technique uses descriptive analysis according to Miles and Huberman. The data validity checking technique uses an extension of participation and triangulation.

The result of this study indicate that environmental communication conducted by the TDB rubbish bank implements a form of interpersonal communication, group communication, public communication and mass media communication. TDB rubbish bank also uses communication media in printed media in the form of banners and brochures, visual media using photos and images, audio media in the form of telephone and has its own official jingle, and audio visual media using internet media such as websites and social media. The barriers experienced by TDB in carrying out its environmental communication activities are in the form of obstacles from the delivery process, physical barriers, semantic barriers, social barriers and other barriers in the form of barriers in procedural and time barriers.

Keyword: Environmental Communication, Rubbish Bank, Environment Care

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang besar dan dinobatkan sebagai negara dengan jumlah penduduk keempat terbesar di dunia, hal ini dapat dibuktikan dengan adanya data dari Badan Pusat Statistik Indonesia (2018: 85) yang menunjukkan bahwa populasi di Indonesia menduduki jumlah 270.054.853 juta jiwa pada tahun 2018. Padatnya populasi ini menjadikan Indonesia memiliki permasalahan-permasalahan tersendiri di berbagai aspek sebagai sebuah negara.

Salah satu permasalahan paling signifikan adalah sampah yang tidak terkelola dengan baik. Sampah merupakan permasalahan lingkungan yang krusial dan di Indonesia sendiri telah memasuki fase darurat. Tingginya kepadatan penduduk membuat tingkat konsumsi di daerah tersebut menjadi tinggi namun di sisi lain, lahan untuk menampung sisa konsumsi tersebut pun terbatas. Alhasil, terjadilah tumpukan-tumpukan sampah dalam jumlah besar dan berakhir pada pencemaran lingkungan. Ditambah lagi sampah konsumsi masyarakat ternyata banyak yang mengandung bahan sulit terurai, terutama plastik.

Menurut riset Greeneration (2018), di Indonesia setiap orangnya rata-rata menghasilkan 700 kantong plastik per tahun. Menurut laporan yang dikeluarkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada 1 toko/gerai menghasilkan lebih kurang 300 lembar kantong plastik perhari yang mana sebagian besarnya hanya akan menjadi sampah, terlebih 50% diantaranya hanya akan digunakan sekali pakai saja dan kemudian dibuang. (Sumber: <http://www.greeneration.org/6-hal-ini-hanya-ada-di-indonesia>). Pada tahun 2015, Jenna Jambeck pada jurnal yang berjudul *Plastic Waste Inputs From Land Into The Ocean* menyatakan bahwa Indonesia menempati posisi kedua sebagai penyumbang sampah plastik terbanyak ke

lautan dunia sebanyak 187,2 juta ton. Selain itu, sampah plastik di lautan tidak saja bersumber dari sampah domestik, namun 20% juga berasal dari sektor pelayaran dan perikanan dan 80% berasal dari daratan (Sumber: <https://www.antaraneews.com/berita/661096/80-persen-sampah-laut-berasal-dari-darat>).

Pemerintah telah menyadari dilema sulitnya pengadaan lahan TPA ini sehingga pada tahun 2014 KLHK telah menggagas komitmen “Indonesia Bersih Sampah 2020” sebagai upaya pengurangan timbulan sampah tanpa menghilangkan nilai guna dan nilai ekonominya. Sesuai Amanat UU No. 18 tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah, paradigma pengelolaan sampah harus dirubah dari kumpul-angkut-buang menjadi pengurangan di sumber dan daur ulang sumberdaya. Pendekatan *end of pipe* diganti dengan prinsip 3R (*reduce, reuse, recycle*), tanggung jawab produsen atau *extended producer responsibility* (EPR), daur ulang material (*material recovery*), daur ulang energi (*energy recovery*), pemanfaatan sampah (*waste utilisation*), dan pemrosesan akhir sampah di TPA berwawasan lingkungan. (Sumber:

<http://www.menlh.go.id/rangkaian-hlh-2015-dialog-penanganan-sampah-plastik/>).

Pola pikir masyarakat diarahkan pada kegiatan pengurangan dan penanganan sampah. Pengurangan meliputi kegiatan 3R, sedangkan penanganan sampah meliputi pemilahan, pengangkutan, pengolahan dan proses akhir. Sucipto (2012: 15) mengemukakan bahwa sosialisasi terkait kegiatan pengurangan dan penanganan sampah telah banyak dilakukan yaitu dengan kegiatan pelatihan pengelolaan sampah melalui sekolah, pemerintah, daerah dan organisasi-organisasi berbasis lingkungan lainnya, salah satunya adalah melalui pembentukan bank sampah.

Bank sampah merupakan kegiatan bersifat *social engineering* yang

mengajarkan masyarakat untuk memilah sampah dengan menerapkan sistem 3R yang kemudian penyetoran sampah dilakukan ke bank yang dibentuk dan disepakati bersama masyarakat setempat untuk menampung sampah yang memiliki nilai ekonomi, ditabung sampai pada jumlah dan waktu tertentu, lalu ditukar dengan sejumlah uang dan pada gilirannya akan mengurangi sampah yang diangkut ke TPA. Sistem pengelolaan di bank sampah yang mengutamakan kegiatan pengurangan dan penanganan sampah secara nyata inilah yang dinilai mampu mengatasi masalah sampah.

Pada dasarnya, pelaksanaan bank sampah merupakan salah satu rekayasa sosial untuk mengajak masyarakat memilah sampah. Namun sayangnya, membangun perilaku dan persepsi masyarakat memilah sampah ini adalah pekerjaan yang sulit karena menyangkut kebiasaan, budaya dan kepedulian masyarakat yang hingga kini masih sangat rendah akan hal ini.

Perilaku pemilahan sampah di Kota Pekanbaru juga belum dilaksanakan dengan baik oleh masyarakatnya. Survey SUSENAS BPS tahun 2017 yang diolah oleh Lokadata Beritagar.id menunjukkan seberapa besar persentase rumah tangga yang memilah sampah. Dilihat dari persentase rumah tangga yang memilah sampah di Provinsi Riau sendiri hanya sekitar 6,3% masyarakat yang rutin memilah sampah, 15,8% kadang-kadang dan 77,9% bahkan tidak pernah. Ini menunjukkan bahkan setengah dari masyarakat Riau tidak menyadari usaha pemilahan sampah. (Sumber: <https://beritagar.id/artikel/berita/memilah-sampah-sulit-dilakukan>)

Berdasarkan keterangan dari Kepala Seksi Pengurangan dan Pemanfaatan Sampah DLHK Kota Pekanbaru, Ibu Rima Septisia, di Pekanbaru sendiri telah berdiri 4 bank sampah induk. Dua diantaranya berada langsung dibawah DLHK yakni bank sampah Bukit Hijau Berlian dan bank

sampah Berlian Labuai sedangkan dua lainnya bersifat swasta atau berdiri sendiri yakni bank sampah Dalang Collection dan bank sampah Tuan Di Bangarna.

Tidak seperti bank sampah pada umumnya, TDB menggunakan teknologi yang dapat menunjang para penggunanya untuk lebih terpacu dalam pengumpulan sampah. Sebagai salah satu badan usaha yang bergerak sebagai Bank Sampah, TDB tidak hanya menjalankan fungsinya sebagai penampung sampah saja. Bank Sampah TDB sendiri aktif dalam mengedukasi pengetahuan yang baru tentang sampah dan menumbuhkan rasa tanggung jawab untuk menjaga lingkungan bagi masyarakat. Hingga kini, TDB aktif melakukan inovasi-inovasi dalam memaparkan pesan-pesan lingkungan melalui program-programnya.

Dilihat dari media sosial yang dimilikinya, bank sampah TDB mengelola media sosialnya dengan baik. Sebagai bank sampah induk yang baru berdiri kurang lebih setahun, TDB konsisten mengelola media sosial bahkan *website* resminya secara menarik. Tidak hanya itu, melalui media sosialnya ini, TDB turut menyebarkan pesan-pesan lingkungan. Ini menunjukkan bahwa Bank Sampah TDB telah menjalankan komunikasi lingkungan.

Komunikasi lingkungan merupakan cabang dari disiplin ilmu komunikasi. Komunikasi lingkungan Komunikasi Lingkungan adalah suatu proses komunikasi yang mendukung suatu kebijakan dan dalam prosesnya penggunaan media dilakukan secara terencana dan strategis untuk membuat masyarakat berpartisipasi, dan dalam pelaksanaan proyek tersebut komunikasi diarahkan pada kelestarian lingkungan. Komunikasi lingkungan adalah upaya meningkatkan peran ilmu komunikasi dalam melestarikan lingkungan. Komunikasi lingkungan bertujuan untuk menyadarkan khalayak untuk menjaga lingkungan melalui berbagai saluran komunikasi. Tujuan lain

dari komunikasi lingkungan adalah mengkomunikasikan berbagai bentuk kerusakan lingkungan dan bagaimana upaya penyelamatannya.

Persoalan lingkungan yang telah memburuk merupakan persoalan besar yang membutuhkan partisipasi seluruh umat manusia. Seperti realita yang terjadi dan sesuai dengan persoalan sampah yang telah dipaparkan diatas, sampah merupakan masalah yang begitu kompleks untuk diatasi. Peran pemerintah saja atau organisasi seperti TDB saja tidak cukup untuk menyelamatkan lingkungan dari sampah. Butuh kerjasama besar diantara seluruh lapisan masyarakat. Untuk itu komunikasi lingkungan begitu penting dilakukan sebagai alat menyadarkan masyarakat untuk menyelamatkan lingkungan. Pemahaman dan kesadaran masyarakat yang awam atau bahkan tidak peduli lingkungan ini perlu dirubah. Hal inilah yang dilakukan oleh Bank Sampah TDB. Melalui sistem Bank Sampah yang dijelankannya, TDB menyebarkan pesan-pesan komunikasi sebagai bentuk upaya nya mengajak masyarakat lebih peduli terhadap lingkungan melalui kegiatan menabung sampah.

Dari fenomena tersebut, penelitian mengenai komunikasi yang dilakukan oleh bank sampah TDB ini menarik untuk ditelaah mengingat memang dibutuhkannya komunikasi lingkungan seperti yang dilakukan TDB ini bagi keselamatan lingkungan. Konsep komunikasi efektif dalam penyelamatan lingkungan diperlukan terlebih jika itu menyangkut gerakan perubahan terhadap pola perilaku masyarakat. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh Bank Sampah TDB dalam mengajak masyarakat peduli lingkungan melalui program bank sampah.

TINAJAUAN PUSTAKA

Model Komunikasi Shannon dan Weaver

Model komunikasi ini dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver dalam buku *The Mathematical Theory of Communication*. Model komunikasi ini sering juga disebut model matematis dan model informasi. Model ini melukiskan suatu sumber yang menyandi atau menciptakan pesan dan meyanmpaikannya melalui saluran kepada penerima yang menyandi balik atau mencipta ulang pesan tersebut. Dengan kata lain, model ini mengasumsian bahwa sumber informasi menghasilkan suatu pesan untuk dikomunikasikan dari seperangkat pesan yang dimungkinkan. (Yasir, 2009: 67)

Model komunikasi Shannon dan Weaver melibatkan komponen-komponen komunikasi, yakni sumber informasi (*information source*), pesan (*message*), *transmitter*, sinyal atau tanda (*signal*) yang disampaikan melalui saluran (*channel*), penerima (*receiver*), sasaran penerima pesan (*destination*) dan gangguan (*noise*). Model komunikasi ini menjelaskan bahwa proses komunikasi dimulai dengan adanya sumber informasi. Sumber informasi itu kemudian mementuk pesann atau serangkaian pesan untuk dikomunikasikan melalui alat/saluran penyampaian pesan tersebut. Pesan yang disampaikan berbentuk sinyal atau tanda berupa kata-kata verbal lisan maupun tulisan, gambar dan lainnya. Tahap berikutnya, sinyal kemudian diterima oleh penerima pesan dan sasaran penerima. Dalam prakteknya, proses penyampaian pesan tidak terlepas dari adanya gangguan atau hambatan yang timbul. (Yasir, 2009: 67)

Komunikasi

Secara etimologis kata komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama *communis* paling sering

disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2014:46).

Beberapa konsep dan teori dalam komunikasi: Awalnya Berlo (1960) membuat komunikasi dengan lebih sederhana. Formula itu dikenal dengan nama “ SMCR,” yakni: *source* (pengirim), *message* (pesan), *channel* (saluran – media) dan *receiver* (penerima). Selain Shannon dan Berlo, juga tercatat Osgood, Miller (dalam Cangara 2012) dan DeFleur (1982) menambahkan lagi unsur efek dan umpan balik (*feedback*) sebagai pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna. Kemudian munculnya pandangan dari Sereno (1970), Vora (dalam Cangara 2012) dan DeVito (2009), yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi. Selanjutnya, Seitel (1988), Kotler dan Keller (2007), DeVito (2009) menambahkan gangguan komunikasi pada model komunikasi nya. Beliau berpandangan gangguan komunikasi juga merupakan unsur penting yang harus diperhatikan dalam proses komunikasi (Nasution & Anuar, 2018:8 ; Nasution & Anuar, 2019a:21 ; Nasution & Anuar, 2019b:5 ; Nasution & Anuar, 2019c:148 ; Nasution & Anuar, 2019d:12 ; Rasyid *et.al.*, 2015a:3 ; Rasyid *et.al.* 2015b:33 ; Rasyid, 2017:41 ; Rasyid & Evawani, 2018:7 ; Rasyid, 2019:1; Yohana, *et.al.* 2019:2).

Menurut Effendy dalam Roudhonah (2019: 46) , bentuk-bentuk komunikasi adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi Personal (*personal communication*)
 - a. Komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*)
 - b. Komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*)

2. Komunikasi Kelompok (*group communication*)
 - a. Komunikasi kelompok kecil, seperti ceramah, diskusi panel, forum, seminad, dll
 - b. Komunikasi kelompok besar, seperti kampanye, konser, tabligh akbar, dll
 3. Komunikasi Massa (*mass communication*), seperti pers, radio televisi, film, dll
 4. Komunikasi Bermedia (*media communication*), seperti surat, telepon, poster, pamflet, dll
- Selanjutnya, Cangara (2010: 29-37) mengklasifikasikan tipe atau bentuk komunikasi menjadi empat macam tipe, yaitu:
1. Komunikasi dengan diri sendiri, merupakan proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu. Terjadinya proses komunikasi ini karena adanya seorang memberi arti terhadap suatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya.
 2. Komunikasi antarpribadi, yaitu proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Komunikasi ini dapat dibedakan menjadi dua macam, yakni komunikasi diadik dan komunikasi kelompok kecil.
 3. Komunikasi publik, yaitu proses komunikasi dimana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang besar. Sumber atau komunikan seringkali tidak dapat mengidentifikasi satu per satu pendengarnya.
 4. Komunikasi massa, merupakan proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio,

televisi, surat kabar dan film. Sifat pesannya terbuka dengan khalayak yang variatif, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan, maupun dari segi kebutuhan.

Media Komunikasi

Suranto AW (2005: 121) menyatakan bahwa media komunikasi ialah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusi atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Cangara (2010: 123) mengemukakan bahwa media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media komunikasi sangat diperlukan dalam operasional kerja suatu kantor karena media komunikasi dapat mempermudah penyampaian pesan, mengatasi hambatan-hambatan komunikasi baik dari segi ruang maupun waktu.

Menurut Suranto AW, (2005:122-123), berdasarkan bentuknya media komunikasi dapat dikelompokkan menjadi:

1. Media cetak, ialah segala barang cetak yang dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan seperti surat kabar, leaflet, brosur, bulletin dan sebagainya.
2. Media visual, atau media pandang, artinya untuk menerima pesan yang disampaikannya dipergunakan indera penglihatan. Misalnya lukisan, foto, pameran, dll.
3. Media audio, untuk menerima pesan yang disampaikan digunakan indera pendengaran seperti radio, telepon, tape, recorder, dsb.
4. Media audio-visual, ialah media komunikasi yang dapat dilihat sekaligus didengar, jadi untuk dapat mengakses informasi yang disampaikan, digunakan indera penglihatan dan pendengaran

sekaligus, termasuk jenis ini ialah televisi dan film.

Hambatan Komunikasi

Hambatan komunikasi adalah segala sesuatu yang menghalangi atau mengganggu tercapainya komunikasi yang efektif. Hambatan komunikasi dapat mempersulit dalam mengirim pesan yang jelas, mempersulit pemahaman terhadap pesan yang dikirimkan, serta mempersulit dalam memberikan umpan balik yang sesuai. Menurut Shannon dan Weaver dalam Cangara (2010: 153) gangguan atau hambatan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi yang mengganggu salah satu elemen komunikasi sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif. Sedangkan rintangan komunikasi adalah adanya hambatan yang membuat proses komunikasi tidak dapat berlangsung sebagaimana harapan komunikator dan penerima.

Gangguan atau hambatan komunikasi dapat dibedakan menjadi beberapa macam. Menurut Ruslan (2008:9-10) hambatan dalam komunikasi diantaranya:

1. Hambatan Dalam Proses Penyampaian (*Sender Barries*)

Hambatan di sini bisa datang dari komunikatornya yang mendapat kesulitan dalam menyampaikan pesan, tidak menguasai materi pesan dan belum memiliki kemampuan. Hambatan ini bisa juga berasal dari penerima pesan tersebut (*receiver barrier*) karena sulitnya komunikasi dalam memahami pesan itu dengan baik. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya tingkat penguasaan bahasa, pendidikan, intelektual dan sebagainya yang terdapat dalam diri komunikan. Kegagalan komunikasi dapat

pula terjadi dikarenakan faktor-faktor : *feed backnya* bahasa tidak tercapai, *medium barrier* (media atau alat yang dipergunaan kurang tepat) dan *decoding barrier* (hambatan untuk memahami pesan secara tepat).

2. Hambatan secara Fisik (*Physical Barries*)

Sarana fisik dapat menghambat komunikasi yang efektif, misalnya pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem pengeras suara (*sound system*) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah/seminar/pertemuan. Hal ini dapat membuat pesan – pesan itu tidak efektif sampai dengan tepat kepada komunikasi.

3. Hambatan Semantik (*Semantik Pers*)

Hambatan segi semantik (bahasa dan arti perkataan), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau lambang. Mungkin saja yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga menyulitkan pihak komunikan yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.

4. Hambatan Sosial (*Sychossial Noises*)

Hambatan adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi, dan nilai – nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan serta harapan – harapan kedua belah

pihak yang berkomunikasi juga berbeda.

Komunikasi Lingkungan

Sebagaimana menurut Mulyana (2014: 85) yang menyatakan bahwa komunikasi memiliki berbagai macam konteks komunikasi tergantung pada spesifikasinya. Komunikasi lingkungan merupakan salah satu konteks dari ilmu komunikasi. Robert Cox (2010: 20) menyatakan bahwa komunikasi lingkungan adalah sarana pragmatis dan konstitutif untuk memberikan pemahaman mengenai lingkungan kepada masyarakat, seperti halnya hubungan kita dengan alam semesta. Ini merupakan sebuah media simbolik yang digunakan untuk menciptakan masalah lingkungan dan negosiasi perbedaan respon terhadap permasalahan lingkungan yang terjadi. Dengan kata lain komunikasi lingkungan digunakan untuk menciptakan kesepakatan mengenai permasalahan lingkungan.

Komunikasi lingkungan didefinisikan sebagai penggunaan proses-proses komunikasi dan produk-produk media yang terencana dan strategis untuk mendukung pembuatan kebijakan yang efektif, mendorong partisipasi publik dan implementasi program yang ditunjukkan untuk mencapai keberlangsungan lingkungan, dan memiliki peran untuk mengkomunikasikan berbagai bentuk kerusakan lingkungan dan bagaimana upaya penyelamatannya. Dan jika dianalisis secara sederhana, maka faktor komunikator pesan, kemasan pesan, penerima pesan dan berbagai unsur yang ada dalam proses komunikasi sangat menunjang dalam proses tersebut. Pesan yang disampaikan pada komunikasi lingkungan bertujuan untuk memecahkan permasalahan yang ada di lingkungan serta membuat masyarakat lebih berpartisipasi dalam meningkatkan kelestarian lingkungan.

Komunikasi Persuasif

Kesadaran menurut Kamus Besar Bahasa Komunikasi persuasif bersifat mempengaruhi komunikan atau *audience* sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Tujuan pokok dari komunikasi persuasif adalah menguatkan atau mengubah sikap dan perilaku, sehingga penggunaan fakta, pendapat dan himbauan motivasional harus bersifat memperkuat tujuan persuasifnya (Mulyana, 2014:77)

Adapun tujuan komunikasi persuasif secara bertingkat ada dua, yaitu mengubah atau menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) *audiens* dan mendorong *audiens* melakukan sesuatu atau memiliki tingkah laku (*behavior*) tertentu yang diharapkan. Adapun unsur-unsur dalam suatu proses komunikasi persuasif adalah *Persuader*, *Persuadee*, Persepsi, Pesan persuasif, Saluran Persuasif, Umpan Balik. Komunikasi persuasif mempengaruhi opini, pendapat, sikap dan perilaku seseorang tentunya membutuhkan proses dan elemen.

Bank Sampah

Bank sampah adalah salah satu cara pengelolaan sampah skala rumah tangga, yang menitik beratkan pada pemberdayaan masyarakat dalam mengelola sampah rumah tangga. Bank sampah adalah suatu sistem pengelolaan sampah kering secara kolektif yang mendorong masyarakat ikut berperan aktif didalamnya, dimana sistem ini akan menampung, memilah dan menyalurkan sampah bernilai ekonomi pada pasar sehingga masyarakat mendapat keuntungan ekonomi dari menabung sampah (Yayasan Unilever Indonesia, 2013: 3). Cara kerja bank sampah pada umumnya hampir sama dengan bank konvensional lainnya, ada nasabah, pencatatan pembukuan dan manajemen pengelolannya namun apabila dalam bank konvensional yang biasa kita

kenal yang disetorkan nasabah adalah uang akan tetapi dalam bank sampah yang disetorkan adalah sampah yang mempunyai nilai ekonomis, sedangkan pengelola bank sampah harus orang kreatif dan inovatif serta memiliki jiwa kewirausahaan agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Sampah yang memiliki nilai ekonomis yang dapat disetorkan berupa sampah non organik seperti sampah kaca, sampah metal, sampah kertas dan terutama sampah plastik. (Yayasan Unilever Indonesia, 2013: 4-5)

Peduli Lingkungan

Menurut Asmani, nilai karakter peduli lingkungan berupa sikap dan tindakan yang selalu berupaya mencegah kerusakan pada lingkungan alam sekitarnya, selain itu mengembangkan upaya-upaya untuk memperbaiki kerusakan alam yang sudah terjadi (Asmani, 2013:40). Peduli lingkungan adalah sikap dan tindakan yang selalu berupaya mencegah kerusakan pada lingkungan alam di sekitarnya, dan mengembangkan upaya-upaya untuk memperbaiki kerusakan alam yang sudah terjadi (Zuchdi 2011:169).

Pada dasarnya, peduli lingkungan adalah perilaku atau perubahan manusia yang secara sadar terhadap lingkungan dengan dilandasi sikap tanggung jawab karena kerusakan lingkungan oleh mental manusia. Untuk membangun nilai peduli lingkungan sebagai dasar kesadaran merupakan hal yang sangat vital, diperlukan pribadi yang mampu mendorong meningkatkan kesadaran, yang akan timbul dengan adanya pembelajaran konsep pendidikan berkarakter.

Badan Pusat Statistik (2014: 19) membagi indikator perilaku peduli lingkungan hidup dalam 6 indikator antara lain pengelolaan air, pengelolaan energi, penggunaan transportasi, pengelolaan sampah, peduli lingkungan sekitar, dan mitigasi bencana.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Teknik menentukan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive*. Informan dalam penelitian ini adalah *Founder/Direktur Utama Bank Sampah TDB, Sekretaris Direksi dan Administratif Bank Sampah TDB, dua orang Anggota Tim Marketing Bank Sampah TDB, Anggota Tim Programmer Bank Sampah TDB, dua orang Nasabah perorangan Bank Sampah TDB dan dua orang koordinator Nasabah instansi Bank Sampah TDB*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data interaktif Miles dan Huberman. Untuk mencapai keabsahan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan perpanjangan keikutsertaan dan triangulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan teori atau model komunikasi Shannon dan Weaver. Pada model komunikasi Shannon dan Weaver ini jalannya komunikasi digambarkan dengan adanya komponen-komponen komunikasi, yakni sumber informasi, *transmitter*, pesan, sinyal, media atau *channel*, penerima pesan, tujuan pesan dan hambatan atau gangguan. Dalam konteks komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh Bank Sampah TDB, yang berperan sebagai sumber informasi yang mentransmisikan pesan komunikasinya adalah Bank Sampah TDB sendiri. Adapun pesan yang disampaikan adalah tentang informasi seputar permasalahan lingkungan, khususnya permasalahan sampah dimana pesan ini bertujuan untuk mengajak masyarakat agar dapat peduli lingkungan melalui kegiatan menabung sampah.

Pesan yang berbentuk sinyal yang disampaikan menggunakan saluran komunikasi baik secara langsung maupun menggunakan media. Pemilihan saluran ini dilakukan Bank Sampah TDB secara

langsung dengan tatap muka dan menggunakan media, baik dengan media massa maupun media yang mereka kelola sendiri. Selanjutnya, sinyal dan pesan tersebut diterima oleh penerima yakni melalui mekanisme pendengaran dengan merekonstruksi dari sinyal yang diterima oleh pihak sasaran penerima. Dimana yang berperan sebagai penerima dan sasaran penerima ini adalah masyarakat Kota Pekanbaru yang menjadi sasaran ajakan peduli lingkungan melalui kegiatan menabung sampah. Satu konsep penting dalam Model Shannon dan Weaver ini adalah terdapat gangguan (*noise*), yakni rangsangan tambahan yang tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Dalam komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh Bank Sampah TDB terdapat beberapa hambatan baik dalam proses komunikasinya maupun hambatan dalam prosedurnya.

Bentuk Komunikasi Lingkungan yang Dilakukan Oleh Bank Sampah Tuan Di Bangarna dalam Mengajak Masyarakat Peduli Lingkungan Melalui Kegiatan Menabung Sampah Di Pekanbaru

Bank Sampah TDB dalam komunikasi lingkungannya kepada masyarakat, menerapkan tiga dari bentuk komunikasi yang telah dikemukakan oleh Cangara (2010) yakni komunikasi antarpribadi, komunikasi publik dan komunikasi massa. Disamping bentuk komunikasi dari konsep tersebut, penulis juga menemukan bahwa Bank Sampah TDB juga menerapkan bentuk komunikasi kelompok. Selanjutnya pembahasan mengenai bentuk komunikasi dijelaskan sebagai berikut:

1. Bentuk Komunikasi Antarpribadi

Dari hasil penelitian, penerapan komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Bank Sampah TDB adalah kepada nasabah dan calon nasabah perorangan maupun instansi dengan beberapa situasi.

Pertama, mereka mendatangi dan menghubungi langsung Bank Sampah TDB karna merasa tertarik dan penasaran tentang Bank Sampah TDB dan bagaimana cara kerjanya. Kedua, komunikasi interpersonal juga terjadi ketika nasabah perorangan datang ke kantor TDB untuk menyetorkan sampahnya. Ketiga, selain dengan perorangan yang datang, Bank Sampah TDB juga menarik dan mendatangi masyarakat secara personal. Biasanya TDB lebih mencoba menarik kerabat dan keluarga yang mereka kenal terlebih dahulu. Keempat, komunikasi interpersonal kepada nasabah instansi terjadi pada awal kerjasama dengan sekolah/nasabah instansi tersebut. Bank Sampah TDB dan instansi bekerjasama dengan terikat pada MoU sehingga diperlukan komunikasi dengan pimpinan atau pembuat keputusan dari sekolah/instansi tersebut. Bank Sampah TDB meyakinkan mereka dengan cara menyampaikan bagaimana manfaat dan keuntungan yang didapat serta fasilitas apa yang instansi dapatkan jika menabung sampah di Bank Sampah TDB.

2. Bentuk Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok yang Bank Sampah TDB lakukan yaitu berupa program atau kegiatan mereka sendiri yang melibatkan komunikasi secara kelompok. Selain itu Bank Sampah TDB juga menjadi pengisi atau pembicara di beberapa acara.

Program TDB Mengajar sendiri merupakan program kelas belajar tentang lingkungan dan persampahan yang bersifat non formal tanpa biaya dengan ketentuan para peserta kelas diharuskan membawa sampah yang bisa disetor sebagai imbalannya. Biasanya kelas ini juga diikuti oleh siswa sekolah dan mahasiswa. Kelas ini dibuka dengan tujuan agar masyarakat khususnya anak muda dapat lebih memahami tentang lingkungan dan dunia persampahan serta memotivasi mereka untuk mulai menabung sampah. Pemateri

dari kelas ini biasanya diisi oleh tim Bank Sampah TDB, selain itu kelas ini juga mendatangkan pemateri yang berpengalaman dibidang lingkungan.

Kegiatan diskusi bersama mahasiswa UIN dan UR yang dilakukan sebenarnya bukan merupakan program kegiatan inti dari Bank Sampah TDB, namun TDB merasa bahwa mereka harus mencoba masuk lebih dekat ke kalangan mahasiswa dan TDB juga merasa optimis bahwa sebenarnya banyak pula mahasiswa yang merasa tertarik dengan TDB dan peduli terhadap lingkungan. Kegiatan ini diikuti oleh kelompok mahasiswa dimana pembicara dari kegiatan ini langsung dari tim Bank Sampah TDB.

Sebagai pembicara dan pengisi acara, Bank Sampah TDB pernah beberapa kali diundang ke beberapa acara yang mengangkat tema lingkungan khususnya bank sampah. Biasanya dalam memenuhi undangan ini, selain tim, *Founder* dan Direktur Utama Bank Sampah TDB, Bu Nora juga turun langsung menjadi pembicara di acara tersebut. Undangan ini biasanya datang dari perkumpulan atau komunitas-komunitas yang ada di Pekanbaru.

3. Bentuk Komunikasi Publik

Bentuk komunikasi publik merupakan bentuk komunikasi yang sering diterapkan oleh Bank Sampah TDB. Penerapannya biasa dilakukan melalui sosialisasi yang diadakan di sekolah-sekolah Kota Pekanbaru. Seperti yang diketahui, Bank Sampah TDB memiliki nasabah instansi yang terdiri dari sekolah-sekolah di Pekanbaru, baik swasta, negeri bahkan pondok pesantren. Kegiatan sosialisasi ini merupakan salah satu keuntungan kerjasama keduabelah pihak. Sosialisasi ini sendiri selain merupakan undangan atau permintaan dari pihak sekolah, juga merupakan tawaran dari Bank Sampah TDB sendiri.

Pada sosialisasi ini apa yang disampaikan Bank Sampah TDB ialah

seputar persampahan dan perilaku menabung sampah. TDB biasanya akan menyampaikan tentang sulitnya sampah terurai dan bagaimana dampaknya. Bank Sampah TDB mencoba memperkenalkan dirinya kepada siswa sekolah yang menjadi nasabahnya dan juga memberikan pemahaman langsung tentang jenis-jenis sampah yang bisa ditabung. Biasanya, yang menjadi pembicara dalam kegiatan sosialisasinya adalah anggota dari Tim Marketing TDB.

4. Bentuk Komunikasi Media Massa

Bank Sampah TDB belum memiliki *media partner*. Hubungan kepada media massa masih sekedar peliputan berita dan belum terjalin kerjasama yang lebih lanjut. Bank Sampah TDB sudah pernah masuk ke beberapa media massa lokal baik cetak, elektronik maupun situs media *online*. Media massa lokal ini diantaranya adalah Riau Pos dan Kompas TV Riau.

Dari hasil penelitian, hubungan media massa Bank Sampah TDB terbentuk ketika media massa tersebut datang untuk mendapatkan beritanya. Media siaran Kompas TV Riau pernah mengundang *Founder* dari Bank Sampah TDB dalam salah satu program siarannya, selain itu Kompas TV Riau pernah mengadakan liputan ke kantor TDB. Media harian Riau Pos pernah memuat berita Bank Sampah TDB didalam korannya, dimana kala itu Riau Pos menawarkan kepada TDB slot beritanya, rilis berita pun dibuat oleh tim dari Bank Sampah TDB sendiri. Selain itu TDB juga pernah dimuat dalam situs berita *online* RiauPos.co yang berisikan hasil wawancara dengan Sekretaris Direksi Bank Sampah TDB.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, penulis akhirnya menarik kesimpulan dari penelitian

mengenai Komunikasi Lingkungan Bank Sampah Tuan Di Bangarna dalam Mengajak Masyarakat Peduli Lingkungan Melalui Kegiatan Menabung Sampah di Pekanbaru.

Bentuk komunikasi lingkungan yang dilakukan oleh Bank Sampah Tuan Di Bangarna dalam mengajak masyarakat peduli lingkungan melalui kegiatan menabung sampah di Pekanbaru adalah melalui bentuk komunikasi antarpribadi atau interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi publik dan komunikasi massa. Dimana untuk bentuk komunikasi antarpribadi dilakukan kepada nasabah dan calon nasabah baik perorangan maupun instansi dimana komunikatornya merupakan seluruh anggota Bank Sampah TDB, bentuk komunikasi kelompok yang dilakukan adalah berupa undangan untuk menjadi pembicara dan berupa kegiatan atau program yang Bank Sampah TDB miliki sendiri, bentuk komunikasi publik yang dilakukan berupa kegiatan sosialisasi, dan bentuk komunikasi massa adalah berupa peliputan yang dilakukan media massa.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka dapat dirumuskan saran-saran sebagai berikut:

1. Dalam melakukan komunikasi, Bank Sampah TDB sudah menjalankannya dengan baik, namun akan lebih bagus jika kegiatan komunikasi dari bentuk komunikasi yang dijalankan lebih dimaksimalkan dengan melakukannya secara lebih rutin terkhusus pada bentuk komunikasi antarpribadi, kelompok, dan melalui media massa. Dalam berkomunikasi melalui media massa, Bank Sampah TDB hendaknya lebih memanfaatkan bentuk komunikasi ini karena media massa merupakan sarana efektif sebagai perantara antara TDB dengan masyarakat.

2. Dalam penggunaan media yang Bank Sampah TDB miliki, hendaknya juga memaksimalkan media *offline* disamping media *online* seperti media cetak. Selain itu sebaiknya media sosial selain instagram dan *website* yang TDB miliki lebih diaktifkan kembali penggunaannya.
3. Kepada masyarakat atau nasabah, hendaknya lebih bisa memanfaatkan sistem *online* yang dimiliki Bank Sampah TDB sehingga jalannya komunikasi dan proses transaksi menabung bisa dilakukan secara efisien, terlebih lagi jika aplikasi PEMOL (Pemulung Online) yang tengah dikembangkan TDB telah rampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara News. Oktober 2017. *80 Persen Sampah Laut Berasal dari Darat* dalam <https://www.antaranews.com/berita/661096/80-persen-sampah-laut-berasal-dari-darat> diakses tanggal 14 Maret 2019
- Asmani, Jamal Ma'mur. 2013. *Buku Panduan Internalisasi Pendidikan Karakter di Sekolah*. Jogjakarta: DIVA Press
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Statistik Indonesia: Statistical Yearbook of Indonesia 2018*. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru. Desember 2014. *Jumlah penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kota Pekanbaru Tahun 2014* dalam <https://pekanbarukota.bps.go.id/dynamic/mictable/2015/12/01/11/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin-di-kota-pekanbaru-2014.html> diakses tanggal 10 Juni 2019
- Beritagar. April 2018. *Memilah Sampah Sepele, Tapi Sulit Dilakukan Rumah Tangga* dalam <https://beritagar.id/artikel/berita/memilah-sampah-sepele-tapi-sulit-dilakukan-rumah-tangga> diakses tanggal 20 Maret 2019
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Cox, Robert. 2010. *Environment Communication and Public Sphere, Second Edition*. Sage Publications, USA
- Greeneration Foundation. Mei 2018. *Enam Hal Ini Hanya Ada di Indonesia* dalam <http://www.greeneration.org/6-hal-ini-hanya-ada-di-indonesia/> diakses tanggal 15 Maret 2019
- Jambeck, dkk. 2015. *Plastic Waste Inputs From Land Into The Ocean. Marine Pollution. Sciencemag.org*. Vol 347, 768–771
- Kementrian Lingkungan Hidup RI. Juni 2015. *Dialog Penanganan Sampah Plastik* dalam <http://www.menlh.go.id/rangkaian-hlh-2015-dialog-penanganan-sampah-plastik/> diakses tanggal 15 Maret 2019
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Belli. Anuar Rasyid. 2018. *Implementation Of CSR*

- Communication In Community Empowerment at PT. Energi Mega Persada. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 27. No.1. http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2018/10/IJRSS_Vol27_P2_Sep18_Belli_Nasution.pdf
- Nasution, Belli. Anuar Rasyid. 2019a Analyzing Communication Between Government and Community In The Flow Of Cross-Border Goods In The Regency of Meranti Island. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 31. No.1. http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2019/07/IJRSS_Vol31_P3_July19_Belli_Nasution.pdf
- Nasution, Belli. Anuar Rasyid. 2019b. *Komunikasi sosial Pembangunan*. Taman karya: Pekanbaru.
- Nasution, Belli. Anuar Rasyid. 2019c. *Komunikasi sosial*. UR Press: Pekanbaru.
- Nasution, Belli. Anuar Rasyid. 2019d. *Komunikasi Konflik: Analisis model dan resolusi komunikasi konflik perjalanan arus barang lintas negara di Kabupaten Kepulauan Meranti*. Taman karya: Pekanbaru.
- Rasyid, Anuar, Amiruddin Saleh, Hafied Cangara, Budi Wahyu Priatna. 2015a. The Role Of Communication In Corporate Social Responsibility. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 5, No.7 <http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2015/04/1-ROLE-OF-COMMUNICATION.pdf>
- Rasyid, Anuar, Amiruddin Saleh, Hafied Cangara, Budi Wahyu Priatna. 2015b. *Komunikasi Dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan : Pemberdayaan Masyarakat Dan Membangun Citra Positif*. *Mimbar*, Vol. 31, No. 2. <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mimbar/article/view/1564>
- Rasyid, Anuar. 2017. *Komunikasi Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Pemberdayaan Masyarakat untuk Membangun Citra dan Reputasi PTPN V di Pekanbaru*. *Disertasi*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Rasyid, Anuar. 2019a. *Komunikasi CSR dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Taman karya: Pekanbaru
- Rasyid, Anuar 2019b. *Metode Penelitian Komunikasi*. UR Press: Pekanbaru.
- Rasyid, Anuar. Evawani Elysa Lubis. 2018. Correlation Among Communication Noise Corporate Social Responsibility Program With Community Empowerment And PTPN V Image In Pekanbaru. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 20 No. 1. http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2018/03/IJRSS_vol20_p2_Feb18_Anuar-Rasyid.pdf
- Roudhonah, 2019. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sucipto, C. D. S. 2012. *Teknologi Pengolahan Daur Ulang Sampah*. Yogyakarta: Gosyen publishing

Suranto AW. 2005. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

Yayasan Unilever Indonesia. 2013. *Buku Panduan Sistem Bank Sampah dan 10 Kisah Sukses*. Jakarta: Yayasan unilever Indonesia.

Yasir. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan.

Yohana, Nova. Anuar Rasyid, Evawani Elysa Lubis, Nita Rimayanti. 2019. Communication of Community Participation in Implementation of Policy in Child-Friendly Regency(KLA) in Siak District. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 33. No.1. http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2019/11/IJRSS_Vol33_P1_Nov19_Nova-Yohana.pdf

Zuchdi, Darmiyati. 2011. *Pendidikan Karakter dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: UNY Press.