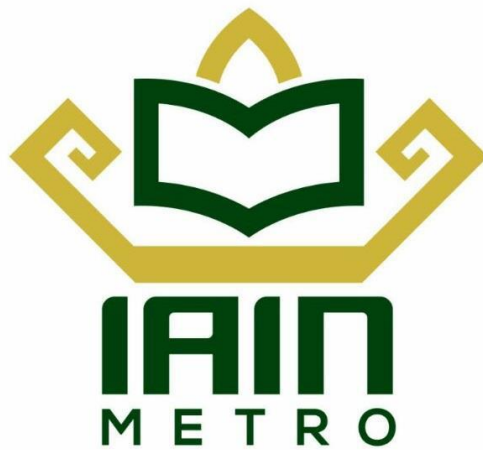


SKRIPSI

**KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLA BANK SAMPAH INDUK
NUSA DALAM MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT
BERPRILAKU HIDUP BERSIH DI KOTA METRO**

Oleh:

**ZAKINUL FIKRI
NPM. 2004010023**



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1446 H/ 2024 M

**KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLA BANK SAMPAH INDUK NUSA
DALAM MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT BERPRILAKU
HIDUP BERSIH DI KOTA METRO**

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana (S.Sos.)**

Oleh:

**ZAKINUL FIKRI
NPM. 2004010023**

**Pembimbing: Agam Anantama, M.I.Kom.
NIP. 199203202023211020**

**Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1446 H/2024 M**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.metrouniv.ac.id; *E-mail*: iainmetro@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : Pengajuan Munaqosyah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

IAIN Metro

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka Skripsi yang telah disusun oleh:

Nama : Zakinul Fikri
NPM : 2004010023
Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLA BANK SAMPAH
INDUK NUSA DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER
MASYARAKAT BERPRILAKU HIDUP BERSIH DI KOTA
METRO

Sudah kami setuju dan dapat dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.


Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 27 Desember 2024

Mengetahui,
Ketua Jurusan KPI


Dr. Astuti Patmaningsih, S.Ag., M.Sos.I
NIP.197702182000032001

Dosen Pembimbing


Agam Anantama, M.I.Kom
NIP.199203202023211020

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLA BANK SAMPAH
INDUK NUSA DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER
MASYARAKAT BERPRILAKU HIDUP BERSIH DI KOTA METRO

Nama : Zakinul Fikri

NPM : 2004010023

Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

MENYETUJUI

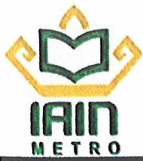
Untuk dimunaqosahkan dalam Sidang Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab, dan
Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 27 Desember 2024

Dosen Pembimbing



Agam Anantama, M.I.Kom
NIP.199203202023211020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725); Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iaim@metrouniv.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Nomor: B-0009/ln. 38.4/D/PP.00.9/01/2025

Skripsi dengan judul : KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLA BANK SAMPAH INDUK NUSA DALAM MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT BERPRILAKU HIDUP BERSIH DI KOTA METRO disusun oleh : Zakinul Fikri, Npm 2004010023, Jurusan: Komunikasi Dan Penyiaran Islam telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah pada hari/tanggal : Senin/ 30 Desember 2024

TIM PENGUJI :

Ketua Sidang : Agam Anantama, M.I.Kom

Pembahas I : Dr. Astuti Patminingsih, S.Ag., M.Sos.I

Pembahas II : Dewi Mustika, M.Kom.I

Sekretaris : Dede Mercy Rolando, M.Sos



Mengetahui

Dekan, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dekan, Khotibul Umam, S. Ag., MA
NIP. 197308011999031001

ABSTRAK

KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLA BANK SAMPAH INDUK NUSA DALAM MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT BERPRILAKU HIDUP BERSIH DI KOTA METRO

**Oleh:
ZAKINUL FIKRI**

This research aims to analyze the role of persuasive communication implemented by the management of the Nusa Utama Waste Bank in building public awareness to implement clean living behavior in Metro City.

This research uses a qualitative descriptive approach, with data collection techniques in the form of interviews, observation and documentation. Research findings show that persuasive communication carried out by the management of the Tejosari Waste Bank Unit involves methods of attention, interest, desires, decisions and actions. This strategy has succeeded in increasing public awareness of independent and sustainable waste management. Apart from that, this approach has a positive impact on developing the values of environmental care, responsibility and active community participation in supporting environmental cleanliness. Thus, persuasive communication is a crucial element in the success of waste management programs that are oriented towards environmental sustainability and community welfare.

Keywords: Persuasive Communication, Waste Bank, Character, Clean Living Behavior.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zakinul Fikri
NPM : 2004010023
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 23 Desember 2024
Yang menyatakan,



Zakinul Fikri
NPM. 2004010023

MOTTO

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ (رواه الطبرني والبيهقي)

“Dari Aisyah r.a., sesungguhnya Rasulullah s.a.w. bersabda: “Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila bekerja, mengerjakannya secara profesional”. (HR. Thabrani, No: 891, Baihaqi, No: 334).

“Tidak peduli betapa sulit atau tidak mungkin hal itu, jangan pernah melupakan tujuanmu.”

-Monkey D. Luffy

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT Yang Maha Kuasa, sumber dari segala kehidupan, kekuatan, dan petunjuk yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya. Sholawat yang tak pernah terlupakan saya sampaikan Kepada baginda Rasulullah SAW, yang ajarannya menjadi inspirasi dalam menjalani kehidupan dengan penuh kesabaran, keikhlasan, dan ketekunan. Semoga karya ini dapat menjadi amal ibadah yang membawa keberkahan. sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Perjalanan panjang ini penuh dengan tantangan, pengorbanan, dan pelajaran yang tak ternilai. Untuk itu, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Muslim S.Ag dan Ibu Istiqomah yang menjadi sumber motivasi bagi saya untuk menjadi insan yang berilmu.
2. Kedua kakak saya yang telah memberikan *support* terbaiknya.
3. Kepada Bapak Agam Anantama M.I.Kom, yang senantiasa membimbing dan memberikan arahan agar skripsi ini tersusun bukan hanya sekadar menjadi tulisan di atas kertas, melainkan nilai yang berharga di dalamnya.
4. Kepada sahabat-sahabat saya, yang telah banyak menularkan energi positif pada diri saya.
5. Almamater kebanggaan saya, Institut Agama Islam Negeri Metro.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti haturkan ke hadirat Allah Swt, karena atas taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Komunikasi Persuasif Pengelola Bank Sampah Induk Nusa dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Berprilaku Hidup Bersih di Kota Metro”.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan, motivasi, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Sehingga dalam hal ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak kampus. Di antaranya Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M. Ag. PIA selaku Rektor IAIN Metro, kemudian Ibu Dr. Astuti Patminingsih, S.Ag., M.Sos.I selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam serta yang paling utama yaitu Bapak Agam Anantama, M.I.Kom. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif yang dapat membantu memperbaiki skripsi ini. Dan tidak lupa peneliti selalu berharap semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Metro, 23 Desember 2024
Peneliti



Zakinul Fikri
NPM. 2004010023

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Komunikasi Persuasif	11
B. Bank Sampah.....	21
C. Perilaku Hidup Bersih.....	26
D. Komunikasi Persuasif dalam Membangun Kesadaran Masyarakat	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Jenis dan Sifat Penelitian	33
B. Sumber Data.....	33

C. Teknik Pengumpulan Data.....	35
D. Teknik Keabsahan Data.....	37
E. Teknis Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan	60
BAB V PENUTUP	69
A. Simpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tahapan Komunikasi Persuasif Teori Pengembangan Effendy.....	64
Table 4.2 Teknik Komunikasi Persuasif Teori Albert Bandura.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Bank Sampah Unit Tejosari	41
Gambar 4.2 Struktur Pengurus Bank Sampah Unit Tejosari	42
Gambar 4.3 Dokumentasi Setelah Sosialisasi	45
Gambar 4.4 Kegiatan Sosialisasi Oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari.	51
Gambar 4.5 Kerjasama dengan BNI.....	53
Gambar 4.6 Kegiatan Bersama Nasabah.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

1. Penunjukan Pembimbing Skripsi
2. Jadwal Pelaksanaan Penelitian Skripsi
3. Outline
4. Alat Pengumpul Data
5. Surat Izin Prasurey
6. Surat Izin Research
7. Surat Tugas Mengadakan Observasi/Survey di Bank Sampah Unit Tejosari
8. Surat Keterangan Turnitin Skripsi
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Surat Keterangan Bebas Pustaka
11. Dokumentasi Penelitian
12. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya dalam menjalani kehidupan sehari-hari. baik dengan sesama manusia lainnya, maupun dengan alam sekitar. Dalam ajaran agama islam terdapat istilah *hablum minal alam*. Yakni sebuah keharusan bagi umat muslim selain sebagai makhluk sosial adalah sebagai hamba Allah yang diwajibkan menjaga alam sekitarnya.

Hablul minal alam, Nugi Nugraha Al-Mu'min mendefinisikan sebagai berikut:

“hablum minal alamien adalah bagaimana kita menjaga hubungan kita dengan alam itu sendiri. Oleh sebab itu, manusia sebagai makhluk yang tinggal di bumi dan bumi sebagai alam/lingkungan, maka kita harus menjaganya dengan baik”.¹

Berbagai aktivitas manusia kini sangat berdampak pada kondisi lingkungannya, banyaknya kebutuhan hidup menciptakan kemajuan teknologi yang sangat canggih guna memenuhi segala kebutuhan, namun semakin modernnya teknologi saat ini sangat sedikit sekali yang memperhatikan efek maupun dampak yang ditimbulkan sehingga berdampak buruk pada lingkungan sekitar. Salah satu hasil dari kemajuan teknologi saat ini yang berdampak buruk

¹ M Bintang Irata Artha, dan Widyastuti Nurjayanti, "Analisis Penerapan Nilai-nilai Islam pada Fasilitas Perumahan Griya Sakinah," *SIAR IV* 2023: 458-459.

pada lingkungan adalah sampah, sampah yang tidak dikelola dengan baik dan benar akan mencemari lingkungan. Banyaknya pencemaran lingkungan akan berdampak pada pemanasan global sehingga menyebabkan menipisnya lapisan ozon dan mempercepat pencairan es yang berada di kutub utara dan selatan, akibatnya permukaan air laut kian hari kian meningkat.

Hal ini senada dengan pendapat dari pakar lingkungan dari Undip, Prof. Dr. Sudharto P. Hadi menyatakan:

Setidaknya terdapat enam dampak dari pemanasan global. Dampak yang pertama adalah meningkatnya volume permukaan laut yang berkemungkinan akan menenggelamkan pulau-pulau di tepi pantai. Dampak kedua adalah kenaikan temperatur air laut yang mengancam populasi ikan, dan pada akhirnya berdampak pada penghasilan nelayan. Dampak ketiga yaitu tingginya temperatur udara sehingga dapat memicu berbagai penyakit seperti malaria serta penyakit lain yang penyebarannya bisa melalui faktor nyamuk. Dampak yang keempat adalah pola curah hujan yang berubah disebabkan perubahan iklim hingga dapat berdampak pada pola tanam sehingga menurunkan produktifitas pertanian. Dampak kelima adalah meningkatnya evaporasi/penguapan akibat kenaikan suhu udara sehingga berpotensi menimbulkan kekeringan dan akan merusak komoditas pertanian sehingga menimbulkan langkanya bahan pangan. Dampak yang terakhir adalah meningkatnya badai tropis dan berpotensi terjadinya kelangkaan air.²

² Ismail, "Pemanasan Global, Ancaman Nyata di Depan Mata," dalam *magelangkab.go.id*.

Peristiwa bencana yang disebabkan oleh pencemaran lingkungan terkhususnya sampah juga pernah terjadi di Indonesia. Yakni pada saat sembilan belas tahun lalu, tepatnya Senin, 21 Februari 2005, sekitar pukul 02.00 WIB, ledakan keras yang sangat kuat terjadi di wilayah Leuwigajah Kota Cimahi, Jawa Barat. Ledakan kuat itu diikuti dengan longsor sampah yang terjadi di TPA Leuwigajah.

Hujan deras sepanjang malam terus mengguyur gunung sampah sepanjang 200 meter dan setinggi 60 meter. Akibat curah hujan tersebut akhirnya memicu konsentrasi gas metan yang ditemukan di tumpukan sampah. Hal itu diduga menjadi sumber suara ledakan. Akibat peristiwa tersebut, dua pemukiman, Kampung Cilimus dan Kampung Pojok yang terletak sekitar 1 km dari TPA Leuwigajah, langsung terkena longsor sampah dan menewaskan 157 orang.

Kini permasalahan sampah bukanlah masalah kecil yang mudah diselesaikan, masalah sampah sudah menjadi masalah utama dalam pencemaran lingkungan di Indonesia. Seperti di Kota Metro yang menjadi kota terbesar kedua di provinsi Lampung. Banyaknya warga yang selalu membuang sampah sembarangan, membakar sampah dan minimnya pengelolaan sampah menjadi faktor utama di Kota Metro dalam upaya menanggulangi polusi sampah.

Kondisi pengelolaan sampah di Kota Metro saat ini masih menggunakan sistem terbuka (*open dumping*) yang dikelola di TPAS Karangrejo. Sistem *open dumping* adalah sistem pengolahan sampah di tanah cekungan yang terbuka tanpa ditutup atau dilapisi dengan tanah. Cara ini dianggap sederhana karena

memanfaatkan topografi lahan.³ Sistem pengelolaan *open dumping* ini dinilai lebih banyak memberikan dampak negatif dan membahayakan, dengan sistem ini bisa terjadi sebuah ledakan sampai kebakaran yang dihasilkan dari reaksi biokimia dari tumpukan sampah. Maka dari itu sejak tahun 2013, sistem terbuka atau *open dumping* ini dilarang penggunaannya.⁴

Sedangkan manusia hidup tidak bisa terlepas dari sampah, mulai dari lahir hingga saat ini. Ketika kita lahir kita menghasilkan sampah seperti sampah medis yang digunakan saat proses persalinan kita, dan kini kita beraktifitas selalu menghasilkan sampah. Saat berbelanja di minimarket kita menghasilkan sampah plastik, ketika memasak kita menghasilkan sampah organik.

*“kini sampah yang masuk ke TPAS Karangrejo berkisar 100 – 120 ton perhari, jika dihitung maka setiap penduduk menghasilkan 0,45-0,7 kg sampah perharinya. Dari total sampah tersebut hanya 80-84 ton sampah yang dapat dikelola dan sekitar 16-20% sampah yang tidak tertangani.”*⁵

Penanganan permasalahan sampah harus segera dilaksanakan secara terus menerus. Sebab permasalahan ini jika dibiarkan terus-menerus akan sangat berdampak pada kehidupan. Permasalahan sampah bukan hanya tanggung jawab pemerintah, ataupun masyarakatnya saja, melainkan tanggung jawab semua

³ Mita Defitri, “Bahaya Pengelolaan Sampah Open Dumping,” dalam *waste4change.com* diupdate pada 3 oktober 2022.

⁴ *Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Persampahan* Pasal 44 dan 45.

⁵ Wawancara dengan Yerri Noer Kartiko sebagai Sekertaris Dinas Lingkungan Hidup Kota Metro, pada tanggal 5 Desember, 2022.

lapisan masyarakat baik itu pemerintah, masyarakat, maupun seluruh stakeholder yang ada.

Dalam upaya penyelesaian masalah sampah di Kota Metro, Pemerintah Kota Metro mendirikan satu Bank Sampah Induk (BSI) yang dimana pengelola Bank Sampah Induk Nusa terbagi di setiap kelurahan dan mengelola Bank Sampah Unit. Maka, selain ada satu Bank Sampah Induk terdapat juga dua puluh dua bank sampah unit (BSU) yang ada di Kota Metro. Bank sampah yang diciptakan akan mendorong masyarakat untuk selalu bertanggung jawab atas sampah yang mereka hasilkan dalam kegiatan sehari-hari. Masyarakat diminta untuk mengurangi, memilah, dan mengolah sampah hingga memiliki nilai kreativitas dan nilai jual. Selain mengurangi sampah, hadirnya bank sampah akan berdampak pada penghasilan tambahan keluarga sebab bank sampah memiliki sistem seperti jual-beli.

Akan tetapi, walaupun sudah memiliki Bank Sampah Induk dan Bank Sampah Unit disetiap kelurahan, permasalahan sampah di Kota Metro masih belum terselesaikan. Masih banyak masyarakat yang belum tersadarkan dan masih melakukan kebiasaan membuang sampah sembarangan, membakar sampah sembarangan. Permasalahan sampah yang berasal dari teknologi manusia seharusnya di selesaikan oleh teknologi manusia juga, bukan dibuang sembarangan ataupun dibakar, seolah-olah sampah adalah tanggung jawab alam semesta.

Dalam kegiatannya, pengelola Bank Sampah akan selalu bersosialisasi dan berinteraksi dengan para calon nasabahnya. Pengelola Bank Sampah akan

membujuk, mengajak para calon nasabah untuk hidup bersih. Namun, tanpa adanya komunikasi persuasif yang baik dan benar, maka akan sulit untuk mengajak para calon nasabah untuk hidup bersih yang notabennya perilaku membuang sampah sembarangan dan membakar sampah sudah menjadi suatu kebiasaan. Pengelola Bank Sampah memerlukan komunikasi persuasif agar dapat melakukan pendekatan secara emosional terhadap para nasabahnya guna untuk mencapai tujuan hadirnya Bank Sampah. Dalam hal ini pengelola Bank Sampah bisa memasukan unsur dakwah dalam penyampaian sosialisasi terkait permasalahan sampah. Sebab, mayoritas penduduk di Kota Metro beragama islam yang tentunya dalam ajaran agama islam sangat menganjurkan bagi umatnya untuk selalu hidup bersih dan sehat. Sebagaimana salah satu hadist yang menganjurkan untuk selalu hidup bersih :

الْوُضُوءُ شَطْرُ الْإِيمَانِ

Artinya: "*Bersuci itu merupakan sebagian dari iman.*" (HR Tirmidzi).

Komunikasi persuasif adalah salah satu faktor utama yang memiliki pengaruh besar, memiliki definisi komunikasi yang dilakukan dengan tujuan untuk mengajak, mempersuasi, mempengaruhi keyakinan orang lain agar melakukan sebuah tindakan tertentu. Sejalan dengan tujuan dari komunikasi persuasif, adanya bank sampah juga bertujuan untuk mempengaruhi sikap dan tindakan masyarakat agar tergerak hatinya untuk selalu peduli dengan lingkungannya dan berperilaku hidup bersih.

Maka dari itu, penelitian tentang komunikasi persuasif pengelola Bank Sampah sangatlah harus dilakukan, sebab salah satu kunci untuk mencapai tujuan hadirnya Bank Sampah adalah komunikasi persuasif. Sebagaimana pengelola Bank Sampah yang akan selalu bersosialisasi dan berharap dapat mengajak masyarakat untuk memulai mengurangi sampah, memilah sampah, mengolah sampah.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di atas inilah yang pada akhirnya melatarbelakangi penulis untuk mengkaji lebih lanjut dengan memilih judul: “Komunikasi Persuasif Pengelola Bank Sampah Induk Nusa dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Berprilaku Hidup Bersih di Kota Metro”. Dalam hal ini peneliti akan berfokus dalam penelitiannya di salah satu Bank Sampah yang paling produktif dilakukan pengelola Bank Sampah Induk di kelurahan Tejosari. Yakni Bank Sampah Unit Nusa Perintis Tejosari.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan deskripsi masalah dalam latar belakang, terdapat permasalahan yang akan di kaji dalam penelitian ini, yakni :

Bagaimana komunikasi persuasif pengelola Bank Sampah Unit Tejosari dalam membangun kesadaran masyarakat untuk berperilaku hidup bersih?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui komunikasi persuasif pengelola Bank Sampah Unit Tejosari dalam membangun kesadaran masyarakat untuk berperilaku hidup bersih.

2. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mengharapkan agar hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi peneliti secara pribadi, bidang akademisi, pemerintah, masyarakat, secara teoritik maupun praktis. Manfaat praktis yang diharapkan peneliti adalah:

- a. Diharapkan penelitian ini digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan lebih lanjut oleh pemerintah, masyarakat, bank sampah induk nusa dalam upaya penanganan permasalahan sampah.
- b. Diharapkan melalui penelitian ini akan berdampak yang sangat signifikan untuk mengurangi timbulan sampah, dan penyelesaian sampah dari sumbernya.
- c. Diharapkan melalui penelitian ini dapat mempermudah penelitian selanjutnya yang berfokus dalam penyelesaian masalah sampah.

D. Penelitian Relevan

1. Diiya Najmah Salsabil (2020) dalam skripsi yang berjudul “Komunikasi Persuasif dalam Membangun Kesadaran Bersedekah melalui Instagram (Studi pada Komunitas Ketimbang Ngemis Bekasi)”. Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena pengemis atau meminta-minta yang dilakukan oleh warga bekasi yang notabennya masih gagah dan bisa bekerja namun lebih memilih mengemis dan mengandalkan bantuan orang lain. Terdapat kemiripan antara penilaian Diiya Najmah Salsabil dengan peneliti sehingga menjadi objek penelitian, yaitu komunikasi persuasif. Selain itu metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis deskriptif.

Antara penulis dengan penilaian Diiya Najmah Salsabil juga memiliki perbedaan, penulis berfokus pada objek bank sampah induk nusa sedangkan penyelidikan Diiya Najmah Salsabil menjadikan komunitas ketimbang ngemis bekasi sebagai objek.

2. Muhammad Habibi (2020) melakukan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Peranan Bank Sampah dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Barang Bekas Daur Ulang di Kelurahan Rejosari Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan bank sampah dalam meningkatkan pendapatan pengrajin barang bekas. Relevansinya dengan penelitian ini adalah keduanya mengangkat bank sampah sebagai objek penelitian. Muhammad Habibi pada penelitiannya berkonsentrasi pada dampak terhadap pendapatan pengrajin barang bekas, sedangkan peneliti berkonsentrasi pada pembentukan karakter masyarakat berperilaku hidup bersih. Metode penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Habibi sama dengan metode yang digunakan oleh peneliti yaitu kualitatif dengan analisis deskriptif.
3. Nurfadillah Bahar (2021) dalam spekulasi berjudul “Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan pada Ikatan Remaja Masjid Al-Ikhlas Desa Polewali Kec. Libureng Kab. Bone”. Nurfadillah Bahar dengan penelitiannya bertujuan untuk mengetahui proses komunikasi persuasif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan pada ikatan remaja masjid Al-Ikhlas. Relevansi dengan peneliti adalah keduanya memiliki tujuan yang sama yaitu bertujuan untuk mengetahui proses

komunikasi persuasifnya. Bagaimana komunikasi persuasif dapat meningkatkan pemahaman keagamaan dan bagaimana komunikasi persuasif bisa membentuk karakter masyarakat hidup bersih. Nurfadillah Bahar dalam penelitiannya menggunakan metode *field research* yang bersifat lapangan yaitu wawancara serta dokumentasi dengan pendekatan teologis normatif.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Persuasif

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman pesan dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan disampaikan bisa dipahami.⁶ Komunikasi dipandang sebagai hubungan antarpribadi secara bersama melalui dialog.⁷

Banyaknya makna dan definisi komunikasi semakin menambah kompleksitas permasalahan pendefinisian komunikasi dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Tingkat pendidikan seseorang menentukan arah terjalannya komunikasi. Fenomena ini ditandai dengan lahirnya tokoh-tokoh atau pakar komunikasi yang pelatihannya bukan dari ilmu komunikasi namun telah memberikan kontribusi terhadap perkembangan dan pertumbuhan ilmu komunikasi. Ambil contoh Harold. D. Lasswell adalah pakar politik, Shanon Weaver adalah ahli matematika, dan begitu pula yang lainnya.⁸

Secara etimologis, kata “komunikasi” berasal dari bahasa Inggris *communications*. Biasanya kata “komunikasi” dipahami dan disebut

⁶ Mochamad Azam & Sudono Syueb, “Pola Komunikasi dalam IPNU Kota Surabaya 2014-2016 dalam Membangun Jaringan”, dalam *Jurnal Komunikasi Profesional*, Vol. 1, No. 2, (Desember 2017), 124

⁷ O. Hasbiansyah, “Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi”, dalam *Mediator*, Vol. 9, No. 1, (Juni 2008), 166

⁸ Ali Nurdin et al., *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Surabaya: IAIN SA Press, 2013), 5

“komunikasi” begitu saja, dan orang-orang telah mampu mendeskripsikannya, meskipun tidak semuanya benar.⁹ Sedangkan secara terminologis, komunikasi memiliki arti sebuah proses penyampaian sebuah pernyataan dari seseorang terhadap orang lain.¹⁰

Menurut Olson dan Zanna salah satu bentuk komunikasi paling mendasar adalah persuasi. Persuasi didefinisikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain¹¹. Menurut Deddy Mulyana, komunikasi persuasif adalah suatu proses komunikasi di mana terdapat usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan membujuk tanpa memaksa.¹² Komunikasi bisa terjadi pada lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat. Interaksi dan komunikasi antar individu dalam ketiga lingkungan tersebut mempunyai pengaruh terhadap perilaku dan aktivitas belajar anak.¹³

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa komunikasi merupakan hubungan interaksi antara dua pihak yang menciptakan dialog. Komunikasi tersebut terjadi di beberapa lingkungan baik lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, ataupun lingkungan masyarakat.

⁹ Muhammad Fahrudin Yusuf, *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi untuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) dan Umum* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2021), 6

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *dinamika komunikasi*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2004), 4.

¹¹ Werner J. Severin, *Teori Komunikasi Sejarah Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2008), 177.

¹² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), 115.

¹³ Denti Novia Sari, et al., “Komunikasi Bimbingan Orang Tua pada Anak dalam Upaya Meningkatkan Prestasi Belajar Matematika”, dalam *Jurnal Professional FIS Unived*, Vol. 3, No. 1, (Juni 2016), 58.

Selanjutnya, komunikasi persuasif memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari. Dalam kehidupan sehari-hari, seseorang seringkali menghadapi situasi dimana ia harus mempengaruhi atau membujuk orang lain agar setuju dengannya atau ingin melakukan sesuatu sesuai keinginannya. Situasi tersebut bisa berupa proses kegiatan belajar mengajar oleh dosen dan mahasiswa, membujuk anak untuk tidur siang, melarang seseorang untuk membuang sampah sembarangan.

Istilah persuasi berasal dari bahasa latin *persuasio* yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Pengertian persuasi adalah suatu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi dan membujuk orang lain. Dalam persuasi, seorang pembujuk dianggap berhasil bila ia mampu mempengaruhi keyakinan dan harapan orang lain setelah melakukan ajakan dengan menjelaskan berbagai alasan dan prospek baik bagi orang tersebut.¹⁴

Komunikasi persuasif dapat dilakukan secara langsung, tatap muka, atau tidak langsung, misalnya melalui media massa. Contoh paling nyata adalah komunikasi persuasif seperti periklanan. Iklan dinilai sebagai metode yang sangat cocok untuk melakukan proses komunikasi persuasif. Mereka dinilai memiliki kemampuan mempengaruhi aspek kognitif dan emosional manusia. Iklan yang berisi konten pengenalan produk seringkali dikomunikasikan melalui ikon-ikon yang berisi ajakan untuk

¹⁴ Febrian M dan Siahaan, *Modul Pelatihan: Komunikasi Persuasif*.

membeli produk tersebut. Termasuk di dalamnya komunikasi persuasif yang dilakukan media terhadap masyarakat.

2. Tujuan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan salah satu bentuk teknik komunikasi. Oleh karena itu, tujuan dari komunikasi persuasif ini antara lain:

- a) Perubahan Sikap (*attitude change*)¹⁵ komunikasi persuasif memerlukan perubahan keadaan psikologis, keadaan psikologis ini memaksa komunikan untuk mengubah sikapnya terhadap pesan yang diterimanya.
- b) Perubahan Cara Pandang (*opinion change*)¹⁶, komunikan tentu mempunyai pendapat atau hipotesis yang berbeda dengan komunikator. Oleh karena itu, diperlukan adanya komunikasi persuasif sebagai alat untuk mengubah pola pikir komunikan, yang mengharuskannya menyesuaikan diri dengan pendapat atau asumsi yang disampaikan komunikator.
- c) Perubahan Perilaku (*behavior change*)¹⁷ ini pada hakekatnya termasuk dalam kategori perubahan sikap. Namun, perilaku ini merupakan efek sikap. Ketika sikap berubah, maka perilaku seseorang atau komunikan pun ikut berubah tergantung mood pesan yang diterimanya.

¹⁵ Halimatus Sakdiah, "Komunikasi Interpersonal Sebagai Strategi Dakwah Rasulullah (Perspektif Psikologi)". *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 15. No. 30. Juli-Desember 2016. 40

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ibid.*

d) Perubahan Sosial (*social change*). Perubahan sosial ini merupakan salah satu dampak dari bahasa persuasif. Komunikator dengan bahasa persuasif akan membawa perubahan pada lingkungan masyarakat, pemikiran dan perilaku masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan seorang kepala desa yang menyampaikan informasi secara persuasif agar warga desa patuh terhadap program pemerintah. Dengan bahasa yang persuasif dan menarik tersebut dapat mengubah pola pikir masyarakat desa dalam mengikuti agenda pemerintah yang disampaikan oleh kepala desa sebagai komunikator.

3. Prinsip Komunikasi Persuasif

Menurut Robert Cialdini, ada enam prinsip utama persuasi, yaitu:¹⁸

- a) Timbal Balik (*Reciprocation*): Prinsip ini menunjukkan bahwa orang cenderung bersedia membantu atau menanggapi permintaan pembujuk jika mereka telah memberikan dukungan atau perlakuan tersebut. Misalnya tersenyum, memuji, atau memberikan hadiah sebagai tanda penghargaan.
- b) Komitmen dan Konsistensi (*Commitment and Consistency*): Prinsip ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak ingin menarik kembali kesepakatan. Mereka suka melakukan sesuatu setelah mendapat persetujuan, baik secara verbal maupun non-verbal.

¹⁸ Robert, B.Cialdini. "*Influence The Psychology Of Persuasion*", New York: Harper Business,2006.

Mereka juga cenderung menyesuaikan diri dan mengikuti sikap, nilai, dan tindakan yang sudah ada sebelumnya.

- c) Bukti Sosial (*Social Proof*): Prinsip ini menunjukkan bahwa orang cenderung menentukan perilaku yang benar berdasarkan apa yang dilakukan orang lain. Mereka menganggap tindakannya benar jika melihat orang lain melakukan hal yang sama.
- d) Suka (*Liking*): Prinsip ini menunjukkan bahwa orang suka setuju dengan orang yang mereka kenal dan sukai.
- e) Otoritas (*Authority*): Prinsip ini mewakili kekuatan untuk mempengaruhi orang lain. Orang cenderung bertindak berdasarkan pengaruh otoritas yang mereka kagumi.
- f) Kelangkaan (*Scarcity*): Prinsip ini mengisyaratkan bahwa keterbatasan membuat sesuatu menjadi penting. Dalam konteks persuasi, hal ini dapat berarti menjelaskan kepada audiens, sebagai orang yang dipengaruhi, apa ruginya jika mereka tidak mendengarkan presentasi dari orang yang ingin dipengaruhi.¹⁹

4. Teknik Dasar Komunikasi Persuasif

Teknik dasar komunikasi persuasif merupakan salah satu unsur dalam komunikasi persuasif. Teknik dasar komunikasi persuasif dapat digunakan oleh komunikator untuk mencapai komunikasi persuasif yang

¹⁹ Ni Putu Sinta Dewi et al., *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: PT Penamuda Media, 2024), 171.

sukses. Komunikasi persuasif menjadi suatu proses dimana komunikator berusaha mempengaruhi keyakinan, sikap, dan perilaku komunikan melalui pesan-pesan verbal dan nonverbal, agar komunikan bertindak sesuai dengan maksud yang diinginkan komunikator. Dalam konteks ini, komunikator berusaha mempengaruhi penerima pesan agar memberikan tanggapan sesuai tujuan yang diinginkan. Berikut beberapa teknik dasar komunikasi persuasif:²⁰

a) Yakin

Berbicara persuasif bukan berarti berteriak atau memaksakan diri untuk menjadi motivator seperti yang sering dilihat orang di televisi. Berbicara dengan percaya diri dimulai dari Anda, sebagai komunikator dan persuader. Teknik dasar pertama sebagai seorang persuader itu adalah Anda harus yakin dengan pesan yang Anda sampaikan sebelum mencoba meyakinkan orang lain.

b) Teknik *Priming*

Teori komunikasi massa sering disamakan dengan teori framing dan agenda setting. Berdasarkan teori terakhir, teori Agenda Setting pada dasarnya adalah “Mengkomunikasikan kepada publik bagaimana cara berpikir mengenai isu-isu tertentu”. Atau dengan kata lain media mengarahkan (mengendalikan secara terselubung) agar masyarakat melihat

²⁰ Febrian M dan Siahaan, *Modul Pelatihan: Komunikasi Persuasif*, 16

suatu isu atau seseorang mempunyai pola pikir tertentu seperti yang diidentifikasi oleh media. Bagaimana? Dengan "membangkai" suatu peristiwa sedemikian rupa sehingga terfokus pada satu bagian saja. Prinsip ini cocok untuk permainan kata di mana ketika satu orang mengucapkan sebuah kata, pasangan lainnya merespons dengan kata pertama yang keluar. dalam pikiran. Misalnya seseorang membaca kata "merah" maka jawaban yang didapatnya adalah "putih". Priming memiliki dua perspektif. Pertama, priming dapat terjadi ketika seseorang membaca atau menonton sebuah cerita di media, mengaktifkan pikiran atau emosi yang sebelumnya tersimpan dalam pikiran karena pengaruh pembelajaran dan pengalaman masa lalu.

Kedua, priming diartikan sebagai paparan media yang mempengaruhi seseorang. tingkah laku seseorang sehingga ia melakukan perbuatan yang tidak dikehendaki, misalnya dengan meniru suatu tindak pidana. Dalam psikologi, beginilah cara kerja priming. Saat Anda terkena suatu stimulus, hal itu memengaruhi cara Anda bereaksi terhadapnya. Hal ini dilakukan agar ketika konsumen melihat warna, benda atau benda tertentu, yang pertama kali terlintas di benak mereka adalah produk atau jasa Anda.

Teknik priming halus sering kali digunakan untuk membuat pengunjung situs web Anda mengingat informasi penting tentang produk dan layanan yang ditawarkan. Anda dapat mempengaruhinya dengan terus-menerus menyajikan informasi tentang produk dan layanan Anda agar idenya tertanam di benak konsumen. Cara lainnya adalah dengan menciptakan sesuatu yang sederhana, bahkan mencolok, yang mudah diingat konsumen.

c) Menggunakan Pendekatan Sosial Budaya

Dalam konteks komunikasi persuasif, kita menerapkan pepatah lama: di mana tanah diinjak, di situlah langit dijunjung. Artinya, ketika hendak mengajukan suatu gagasan, bingkai terlebih dahulu pesan tersebut dalam nilai-nilai sosial budaya masyarakat atau kelompok masyarakat.

Perlu dipahami bahwa persoalan sosial budaya tidak hanya terkait dengan geografi atau batas wilayah. Namun ada juga kepercayaan dan nilai-nilai kelompok masyarakat tertentu.²¹

d) Kekuatan Audio Visual

Komunikasi audio visual (AV) merupakan bentuk komunikasi yang efektif. Penggunaan peralatan suara dan pencahayaan meningkatkan komunikasi dengan meningkatkan kesadaran visual dan pendengaran audiens. Audiens

²¹ *Ibid.*, 17

menggunakan lebih banyak indra untuk berpartisipasi dalam sesi Komunikasi dan akan mengingat konten yang disediakan lebih lama. Mereka 6 kali lebih mungkin untuk mempertahankan konten jika informasi disajikan dengan elemen audio-visual yang kreatif.

Peralatan audio-visual memungkinkan penyaji untuk melibatkan audiens, memberikan informasi tambahan untuk memperkuat poin-poin penting, untuk menekankan apa yang dikatakan, untuk memperjelas poin dan menciptakan antusiasme. AV juga membantu audiens lebih mudah mengakses informasi dan mengingatnya secara psikologis ketika audiens meninggalkan acara.

e) Argumentatif

Komunikasi tidak akan mudah memercayai suatu gagasan yang tidak didukung fakta atau alasan yang jelas. Ingat, berdebat bukan berarti ngotot. Berdebat berarti mampu mengemukakan alasan, bukti, dan alasan obyektif terhadap suatu gagasan. Alasan sering kali datang dalam bentuk data, fakta, dan perbandingan yang valid. Gagasan berdebat sering kali memunculkan gambaran dua orang yang sedang marah sambil berteriak dan menjerit. Namun dalam teks, argumennya sangat berbeda. Argumen adalah pendapat yang masuk akal yang didukung dan dijelaskan oleh bukti. Berdebat secara tertulis

berarti memajukan ilmu pengetahuan dan gagasan secara positif. Argumen tertulis seringkali gagal karena komunikator menggunakan kata-kata kasar dibandingkan mengemukakan alasan.

B. Bank Sampah

1. Pengertian Bank Sampah

Bank pada umumnya adalah sebuah organisasi keuangan yang mengelola perputaran uang yang ada di masyarakat, sedangkan pengertian sampah secara umum adalah barang sisa habis pakai. Sehingga bank sampah adalah suatu tempat menyimpan atau menabung uang yang dikonversikan dari sampah oleh masyarakat.

Sampah adalah bahan yang tidak mempunyai nilai atau tidak berharga untuk digunakan secara biasa atau khusus dalam produksi atau pemakaian; barang rusak atau cacat selama manufaktur; atau materi berlebihan atau buangan. Sampah adalah suatu bahan yang terbuang atau dibuang dari sumber hasil aktivitas manusia maupun proses alam yang belum memiliki nilai ekonomis. Sedangkan menurut Tanjung, sampah adalah sesuatu yang tidak berguna lagi, dibuang oleh pemiliknya atau pemakai semula.²²

Sampah adalah bahan yang tidak berguna, tidak digunakan atau bahan yang terbuang sebagai sisa dari suatu proses. Permasalahan sampah

²² Sri Nurhayati Qodriyatun, "Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat melalui Pengelolaan Sampah Berdasarkan UU No. 18 Tahun 2008", *Aspirasi*, Vol. 5, No. 1, Juni 2019, 22.

di Indonesia merupakan jenis permasalahan sangat serius yang dihadapi masyarakat Indonesia. Setidaknya sampah dibedakan menjadi dua macam yaitu sampah organik dan sampah anorganik. Sampah organik berasal dari sisa-sisa organisme hidup baik manusia, hewan, atau tumbuhan yang mudah terurai, seperti daun, sisa makanan, sisa buah-buahan, kertas dan dahan pohon. Sedangkan sampah anorganik berasal dari organisme tidak hidup yang tidak mudah terurai, seperti plastik, botol, kaleng, kaca, besi, potongan kawat.²³

Bank sampah merupakan fasilitas untuk mengelola sampah dengan prinsip 3R (*Reduce, Reuce, Recyle*), sebagai sarana edukasi, perubahan perilaku dalam pengelolaan sampah, dan pelaksanaan ekonomi sirkular, yang dibentuk dan dikelola oleh masyarakat, badan usaha dan atau pemerintah daerah.²⁴

2. Konsep Bank Sampah

Strategi nasional kebijakan pengelolaan sampah berbasis bank sampah meliputi:²⁵

- a) Pengurangan sampah: pengurangan sampah yang dimaksud adalah kegiatan pemanfaatan kembali sampah. Pemanfaatan kembali sampah dapat dilakukan dengan cara menggunakan

²³ Wildan Arya Wicaksana, Fauzatul Laily Nisa, Marseto, "Pemanfaatan Limbah Plastik Menjadi Ekonomi Kreatif di Desa Banjarsari", *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 2, No. 1, 2022, 43.

²⁴ Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2021 tentang *Pengelolaan Sampah Pada Bank Sampah* Pasal 1 ayat 6.

²⁵ Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2021 tentang *Pengelolaan Sampah Pada Bank Sampah* Pasal 4 ayat 1-3.

ulang seluruh atau sebagian sampah sesuai fungsi yang sama atau fungsi yang berbeda, tanpa melalui proses pengolahan dahulu.

- b) Penanganan sampah: penanganan sampah yang dimaksud meliputi;
- 1) Pemilahan sampah
 - 2) Pengumpulan sampah
 - 3) Pengolahan sampah.²⁶

Paradigma baru dalam pengelolaan sampah, yaitu pengelolaan sampah tidak lagi bertumpu pada pendekatan akhir karena sampah merupakan sumber daya yang mempunyai nilai ekonomi dan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.²⁷

Pengelolaan sampah berdasarkan Undang-undang Nomor 18 Tahun 2008 dilakukan secara sistematis dari hulu (sejak sebelum dihasilkan suatu produk yang berpotensi menjadi sampah) hingga ke hilir (fase produk sudah digunakan), sehingga menjadi sampah yang dikembalikan ke media lingkungan secara aman.

Pengelolaan sampah dilakukan melalui kegiatan pengurangan dan penanganan sampah (Pasal 19-23), serta setiap orang wajib melakukan pengurangan dan penanganan sampah dengan cara yang berwawasan lingkungan (Pasal 12 Ayat (1). Pengurangan sampah dilakukan melalui

²⁶ Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2021 tentang *Pengelolaan Sampah Pada Bank Sampah* Pasal 4 ayat 1-3

²⁷ Sri Nurhayati Qodriyatun, “*Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*”, 22.

kegiatan 3R yaitu pembatasan timbulan sampah (*reduce*), pendauran ulang sampah (*recycle*), dan pemanfaatan kembali sampah (*reuse*) (Pasal 20 ayat (1) UU No. 18 Tahun 2008). Prinsip 3R dalam pengelolaan sampah adalah:

- a) Dari awal proses produksi sudah dilakukan pembatasan sampah yang dihasilkan dari suatu produk (*reduce*). Caranya dengan mengimbau para produsen agar menggunakan bahan produksi yang sesedikit mungkin menimbulkan sampah, mudah di daur ulang, atau mudah diurai oleh proses alam dan untuk masyarakat mengonsumsi produk yang sesedikit mungkin menimbulkan sampah, mudah di daur ulang atau mudah diurai oleh proses alam;
- b) Pada proses dikonsumsi, masyarakat dan produsen diharapkan memanfaatkan kembali sampahnya, baik dengan menggunakan ulang (*reuse*) atau mendaur ulang (*recycle*) menjadi produk-produk tertentu;
- c) Setelah proses konsumsi, sisa sampah yang dibuang diangkut ke TPA dan diolah dengan metode pengolahan sampah yang berwawasan lingkungan yaitu dengan metode sanitary landfill;
- d) Proses pengolahan sampah di TPA dapat didaur ulang menjadi sebagai material recovery atau menjadi energi (*energy recovery*).²⁸

²⁸ Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang *Pengelolaan Sampah* Pasal 20.

3. Mekanisme Bank Sampah

Mekanisme kerja bank sampah sebagai tempat pengelolaan sampah adalah sebagai berikut:²⁹

a) Pemilahan Sampah Rumah Tangga

Setiap nasabah bank sampah diharuskan memilah sampah sesuai jenis bahannya sebelum dibawa dan disetorkan ke bank sampah. Mulai dari plastik, besi, kertas, kaca, dan lain-lainnya.

b) Penyetoran Sampah ke Bank Sampah

Setelah nasabah memilah sampah sesuai jenisnya, maka selanjutnya nasabah menyetorkan sampahnya ke bank sampah pada jadwal yang telah disepakati.

c) Pencatatan

Sampah yang disetorkan akan dicatat oleh petugas sesuai dengan jenis dan bobot sampah. Hasil ini akan dikonversikan ke dalam nilai rupiah dan kemudian di catat dalam buku tabungan.

d) Pengangkutan

Pada proses ini, sampah yang sudah terkumpul dalam jumlah besar dibank sampah akan di angkut ke tempat pemrosesan/pendaurulangan sampah selanjutnya. Pada umumnya bank sampah akan bekerja sama dengan para pengepul ataupun perusahaan swasta pendaur ulangan sampah.

²⁹ Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2021 tentang *Pengelolaan Sampah Pada Bank Sampah* Pasal 12 ayat 2

C. Perilaku Hidup Bersih

1. Pengertian Perilaku Hidup Bersih

Perilaku hidup bersih adalah sekumpulan perilaku yang dipraktikkan atas dasar kesadaran sebagai hasil pembelajaran dan merupakan wujud pengungkapan orientasi gaya hidup sehat dalam budaya pribadi, keluarga, dan masyarakat, yang bertujuan untuk meningkatkan, memelihara, dan melindungi kesehatan jasmani, rohani, mental, dan sosial. Dengan demikian perilaku hidup bersih mencakup beratus-ratus bahkan lebih perilaku yang harus dipraktikkan dalam rangka mencapai derajat kesehatan masyarakat yang tinggi.³⁰

Perilaku hidup bersih di masyarakat mencerminkan kesadaran kolektif untuk menjaga kesehatan dan kebersihan lingkungan. Hal ini terlihat dari kebiasaan masyarakat dalam menjaga kebersihan diri, seperti mencuci tangan sebelum makan dan setelah beraktivitas, serta menjaga kebersihan lingkungan dengan membuang sampah pada tempatnya.

Perilaku hidup bersih tentu berkaitan dengan pengelolaan sampah sebab sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang sehat dan berkelanjutan. Masyarakat yang memiliki kesadaran tinggi terhadap kebersihan akan secara aktif memisahkan sampah menjadi kategori organik dan anorganik, serta membuangnya pada tempat yang telah disediakan. Selain itu, mereka juga berpartisipasi dalam program daur

³⁰ Lili S. Sulistyowati, *Pedoman Pembinaan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS)* (Jakarta: Kementerian Kesehatan RI, 2011), 7

ulang dan pengurangan sampah, seperti menggunakan kembali barang-barang yang masih dapat dimanfaatkan dan mengurangi penggunaan plastik sekali pakai.³¹

2. Anjuran Berprilaku Hidup Bersih

Ajaran hidup bersih dalam agama islam berpangkal atau merupakan konsekuensi daripada iman kepada Allah swt. Setiap mukmin harus berupaya menjadikan dirinya suci/bersih, sebab dalam hal ibadah ke pada Allah swt. tentu faktor utama yang perlu diperhatikan adalah kesuciannya, bukan hanya sekedar suci badannya saja melalui wudhu dan mandi besar, melainkan kesucian pakaiannya, kesucian tempatnya juga perlu diperhatikan.³² Hal ini dapat difahami dari beberapa hadist sebagai berikut:

النَّظَافَةُ مِنَ الْإِيمَانِ . رواه احمد

Artinya: "*Kebersihan itu sebagian dari iman.*" (HR. Ahmad)

تَنْظِفُوا بِكُلِّ مَا اسْتَطَعْتُمْ فَإِنَّ اللَّهَ تَعَالَى بَنَى الْإِسْلَامَ عَلَيَّ النَّظَافَةِ وَلَنْ يَدْخُلَ

الْجَنَّةَ إِلَّا كُنَّ نَظِيفٍ

Artinya: "*Bersihkanlah segala sesuatu semampu kamu. Sesungguhnya Allah Ta'ala membangun Islam ini di atas dasar kebersihan dan tidak akan masuk surga kecuali setiap yang bersih.*" (HR. Ath-Thabrani).

³¹ Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, "Pedoman Pengelolaan Sampah," dalam www.menlhk.go.id diunduh pada 2021

³² Hayu S. Prabowo, dst., Air, Kebersihan, Sanitasi dan Kesehatan Lingkungan Menurut Agama Islam, cet.ke-2 (Jakarta: Sekolah Pascasarjana Universitas Nasional, 2015), 40.

إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ يُحِبُّ الطَّيِّبَ , نَظِيفٌ يُحِبُّ النَّظَافَةَ , كَرِيمٌ يُحِبُّ الْكَرَمَ , جَوَادٌ
يُحِبُّ الْجُودَ , فَنَظِّفُوا أَفْنِيَّتَكُمْ

Artinya: *“Dari Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam: Sesungguhnya Allah SWT itu suci yang menyukai hal-hal yang suci, Dia Maha Bersih yang menyukai kebersihan, Dia Maha Mulia yang menyukai kemuliaan, Dia Maha Indah yang menyukai keindahan, karena itu bersihkanlah tempat-tempatmu.”(HR.Tirmizi).*

hadist tersebut memberi petunjuk bahwa kebersihan itu bersumber dari iman dan merupakan bagian dari iman. Dengan demikian hidup bersih dalam ajaran islam sangat dianjurkan bahkan mempunyai aspek ibadah dan aspek moral.

3. Manfaat Hidup Bersih dalam Persepektif Islam

Hidup bersih dalam perspektif Islam memiliki banyak manfaat, antara lain meningkatkan kualitas ibadah, menjaga kebersihan jiwa dan raga, serta mencegah penyakit. Kebersihan dianggap sebagai bagian dari iman dan merupakan kunci untuk menjaga kesehatan tubuh dan lingkungan. Kebersihan adalah syarat penting dalam melaksanakan ibadah, seperti shalat. Umat Islam diwajibkan untuk berwudhu sebelum shalat, yang menunjukkan bahwa menjaga kebersihan adalah bagian dari kewajiban ibadah. Umat Islam juga memiliki tanggung jawab untuk menjaga alam dan lingkungan. Dengan tidak membuang sampah sembarangan dan merawat lingkungan, kita dapat menjaga keindahan dan kelestarian bumi sebagai amanah dari Allah SWT.

Selain itu, Manfaat perilaku hidup bersih adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar mau dan mampu hidup bersih dan sehat. Hal ini penting dilakukan agar masyarakat sadar dan dapat mencegah, mengantisipasi atau mengatasi gangguan kesehatan yang mungkin timbul. Selain itu, dengan menerapkan dan mempraktekkan perilaku hidup bersih, diharapkan masyarakat mampu menciptakan lingkungan yang sehat untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Setelah diterapkan, manfaat perilaku hidup bersih dapat diterapkan di berbagai bidang seperti sekolah, tempat kerja, rumah tangga, dan masyarakat.

D. Komunikasi Persuasif dalam Membangun Kesadaran Masyarakat

Komunikasi persuasif dapat memainkan peran penting dalam membangun sebuah kesadaran seseorang, baik dalam konteks pribadi maupun sosial. Menurut Deddy Mulyana, komunikasi persuasif adalah suatu proses komunikasi di mana terdapat usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan membujuk tanpa memaksa.³³

1. Cara Komunikasi Persuasif dapat Membangun Kesadaran Masyarakat

a) Mempengaruhi Nilai dan Keyakinan

Dengan menggunakan komunikasi persuasif yang baik, seseorang dapat memperkenalkan dan mengkomunikasikan nilai-nilai seperti kejujuran, integritas, kerja keras, atau empati.

³³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 115

Pesan persuasif yang disampaikan dengan cara yang meyakinkan dan bijaksana dapat menanamkan pemahaman dan keyakinan baru pada seseorang, yang pada akhirnya membentuk perilaku dan kepribadian mereka.³⁴ Misalnya sosialisasi mengenai nilai kepedulian terhadap lingkungan dapat membangun kesadaran seseorang untuk menjadi lebih peduli terhadap lingkungannya.

b) Memotivasi Perubahan Perilaku

Komunikasi persuasif yang efektif bisa merangsang perubahan dalam kebiasaan atau pola pikir seseorang. Sebagai contoh, sosialisasi yang mengedukasi tentang pentingnya menjaga kebersihan atau pola makan sehat dapat memotivasi individu untuk mengubah kebiasaan buruk menjadi lebih baik, yang pada akhirnya mereka tersadarkan untuk menjadi lebih bersih, sehat dan bijaksana.

c) Membangun Kesadaran Diri

Salah satu aspek penting dalam komunikasi persuasif adalah mengajak individu untuk merenung dan mengevaluasi dirinya sendiri. Dengan menggunakan teknik seperti pertanyaan reflektif atau narasi yang mengajak seseorang untuk berpikir lebih dalam tentang tindakan dan keputusan mereka, komunikasi persuasif dapat membantu seseorang mengembangkan kesadaran diri yang

³⁴ *Ibid.*, 116

lebih tinggi, yang kemudian membentuk karakter mereka untuk menjadi lebih bijak, bertanggung jawab, dan reflektif.

d) Mendorong Kepemimpinan yang Positif

Pesan persuasif yang disampaikan dengan cara yang baik dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kepemimpinan dalam diri seseorang. Pemimpin yang persuasif bisa menginspirasi dan membimbing orang lain untuk berperilaku dengan cara yang sesuai dengan nilai-nilai positif, seperti kebersamaan, saling mendukung, dan bekerja keras untuk mencapai tujuan bersama.

e) Mengurangi Persepsi Negatif

Komunikasi persuasif juga dapat digunakan untuk mengurangi atau mengubah pandangan negatif seseorang terhadap situasi atau kelompok tertentu. Ketika seseorang diajak untuk melihat sesuatu dari sudut pandang yang berbeda, ini dapat membentuk kesadaran mereka menjadi lebih terbuka, toleran, dan berpikiran positif.

2. Dasar dan Tujuan Membangun Kesadaran Masyarakat dalam Hal Kebaikan

Segala sesuatu perbuatan manusia yang mengarah kepada kebaikan sudahlah tentu mempunyai dasar yang menjadi pegangan sebagai sumber dasar yang dilakukan, sebagai umat Islam sesuai dengan tuntunan Rasulullah SAW, tentu saja kita harus memakai Al- Qur'an dan Al- Hadist yang menjadi warisan Nabi Muhammad SAW.

Di antara ayat al-qur`an yang menjadi sumber ajaran akhlak adalah:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرُودَ

كَرَّ اللَّهُ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya: “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri tauladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmad) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.*”³⁵ (Q.S. Al-Ahzab: 21).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَنَاجَيْتُمْ فَلَا تَتَنَاجَوْا بِالْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَمَعْصِيَةِ الرَّسُولِ

وَتَنَاجَوْا بِالْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ ﴿٩﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu mengadakan pembicaraan rahasia, janganlah kamu membicarakan tentang membuat dosa, permusuhan dan durhaka kepada rosul. Dan bicarakanlah tentang membuat kebajikan dan taqwa. Dan bertaqwalah kepada allah yang kepada-Nya kamu akan dikembalikan* (Q.S. Al-Mujadilah/58:9)³⁶

Jadi jelaslah bahwa dasar yang harus dikerjakan manusia dalam bertingkah laku adalah Al-Qur`an dan Al-Sunnah serta pemikiran para ahli yang didasari Taqwa Kepada Allah SWT. Dan tujuan dalam bertingkah laku adalah mendapatkan ridho dari Allah SWT.

³⁵ Al-Quran (33): 21.

³⁶ Al-Quran (58): 9.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian ini terfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan.³⁷

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Jenis penelitian ini digunakan untuk mengetahui komunikasi persuasif Bank Sampah Induk Nusa dalam pembentukan karakter masyarakat berperilaku hidup bersih di Kota Metro.

B. Sumber Data

Sumber data merupakan bagian paling urgen dalam penelitian, karena dengan data inilah seseorang dapat menganalisis suatu masalah, menarik

³⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed. rev., cet Ke-14 (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 3

kesimpulan dan mencari solusi dari permasalahan yang diteliti. Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.³⁸ Penelitian ini menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang hendak diungkapkan, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data utama yang diperlukan dalam penelitian. Adapun data utamanya adalah informasi yang didapatkan dari responden dalam bentuk catatan tertulis dan rekaman suara yang berkaitan dengan hasil wawancara dengan subyek penelitian. Data primer yang diperoleh dari responden yaitu masyarakat Kota Metro yang berperilaku hidup bersih mengenai komunikasi persuasif Bank Sampah Induk Nusa dalam pembentukan karakter masyarakat berperilaku hidup bersih di Kota Metro.

Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini diantaranya:

- a) Pihak Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari
- b) Masyarakat Kota Metro yang menggunakan jasa Bank Sampah Unit Tejosari.

³⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 3

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap atau penunjang dalam sebuah penelitian. Sumber data sekunder itu merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.³⁹ Sumber data sekunder pada penelitian ini adalah dokumen-dokumen penunjang yang berasal dari lokasi penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Menurut Marshall dalam Sutrisno (1995), observasi adalah: *"through observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior"*. Berdasarkan penegasan tersebut bahwa melalui observasi, penelitian dapat memperoleh data dengan cara mempelajari dan memahami secara langsung perilaku.⁴⁰ Metode observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara melihat dan mengamati secara langsung di lapangan supaya peneliti dapat memperoleh gambaran yang luas tentang fokus permasalahan yang diteliti. Dalam kegiatan penelitian ini, hal yang diamati adalah perilaku Audience pada kehidupan sehari-hari.⁴¹ Pengamatan dan pencatatan

³⁹ Eri Barlian, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Padang: Sukabina Press, 2016), 29.

⁴⁰ Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian* (Depok: Rajawali Pers, 2020), 81

⁴¹ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 137.

yang dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsung peristiwa, sehingga observasi berada bersama objek yang diteliti.

Adapun hal-hal yang diobservasi yaitu kegiatan yang dilakukan Bank Sampah Unit Tejosari, lokasi kerja Bank Sampah Unit Tejosari, pendekatan yang dilakukan pihak Bank Sampah Unit Tejosari kepada masyarakat.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk saling bertukar informasi dan ide dengan tanya jawab antara pengumpul data dengan sumber data atau yang biasa disebut dengan narasumber.⁴²

Adapun informan yang diwawancara dalam penelitian ini yaitu peneliti melakukan wawancara langsung dengan pengelola Bank Sampah Unit Tejosari mulai dari ketua, sekretaris, bendahara. Selain itu peneliti juga mewawancarai para nasabah Bank Sampah Unit Tejosari.

3. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis, dengan melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.⁴³

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa masa lalu. Dokumen dapat

⁴² *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 137.

⁴³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 201

berupa tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang. Dokumentasi yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah berupa foto hasil dari pengamatan.

D. Teknik Keabsahan Data

Peneliti memilih teknik triangulasi untuk menguji kredibilitas data. Teknik triangulasi diartikan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dengan sumber daya yang telah ada.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dapat dipelajari serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁴⁴

Peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif dan deskriptif. “Berpikir induktif berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus, kemudian diteliti dan akhirnya ditemui pemecahan persoalan yang bersifat umum.”⁴⁵ Deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Setelah data terkumpul, maka data tersebut dianalisa untuk

⁴⁴ Lexy J Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Ed. Revisi, Cet. ke-30, 248

⁴⁵ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, 26

mendapatkan konklusi. Adapun metode yang peneliti gunakan untuk menganalisis data adalah:

1. Pengumpulan Data (*data collection*)

Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua aspek, yaitu deskripsi dan refleksi. Catatan deskripsi merupakan data alami yang berisi tentang apa yang dilihat, didengar, dirasakan dan dialami sendiri oleh penelitian tanpa adanya pendapat dan penafsiran dari peneliti tentang fenomena yang dijumpai. Sedangkan catatan refleksi yaitu catatan yang memuat kesan, komentar tafsiran peneliti tentang temuan yang dijumpai dan merupakan bahan rencana pengumpulan data untuk tahap berikutnya. Untuk mendapatkan catatan ini peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan.

2. Reduksi Data (*data reduction*)

Reduksi data adalah proses pemilihan dan pemusatan perhatian penelitian melalui seleksi yang ketat terhadap fokus yang akan dikaji lebih lanjut, penajaman fokus, pembuatan ringkasan hasil pengumpulan data pengorganisasian data sehingga siap untuk dianalisis lebih lanjut begitu selesai melakukan pengumpulan data secara keseluruhan.⁴⁶ Peneliti mereduksi data dengan melakukan seleksi, membuat ringkasan atau uraian singkat, menggolong-golongkan ke pola-pola dengan

⁴⁶ A. Maical Huberman and B Miles Mathaw, *Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, penerjemah; Tjetjep Rohandi Rohidi, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2012), 171

membuat transkrip, penelitian untuk mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuat bagian yang tidak penting dan mengatur agar dapat ditarik kesimpulan. Data yang berasal dari hasil wawancara dengan subjek penelitian dan dokumentasi yang didapat akan diseleksi oleh peneliti. Kumpulan data dipilih dan dikategorikan sebagai data yang relevan dan data yang mentah. Data yang mentah dipilih kembali dan data yang relevan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian akan disiapkan untuk proses penyajian data

3. Validasi Data atau Keabsahan Data

Maksud dan tujuan dari validasi data ini adalah untuk mengecek apakah laporan atau temuan yang diperoleh dalam penelitian tersebut betul-betul sesuai dengan data. Untuk menjamin keabsahan data digunakan teknik kriteria derajat kepercayaan. Derajat kepercayaan yang direncanakan untuk digunakan dalam penelitian ini adalah 3 cara dari 9 cara yang dikembangkan oleh Moleong,⁴⁷ yaitu (1) ketekunan pengamatan, (2) triangulasi, (3) pemeriksaan sejawat (4) *review informan*.

4. Penyajian Data

Display data adalah penyajian dan pengorganisasian data kedalam satu bentuk tertentu sehingga terlihat sosoknya secara utuh. Dalam penyajian data dilakukan secara induktif yakni menguraikan setiap

⁴⁷ Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2000), 175

permasalahan dalam permasalahan penelitian dengan memaparkan secara umum kemudian menjelaskan secara spesifik.

5. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif dilakukan melalui dua tahap, yakni menyusun simpulan pertama dan menarik simpulan akhir setelah kegiatan pertama selesai.⁴⁸ Penarikan kesimpulan/verifikasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Pertama, menyusun simpulan sementara. Dikatakan sementara karena selama penelitian masih berlangsung, akan diperoleh data tambahan, maka perlu dilakukan verifikasi data, yaitu dengan cara mempelajari data-data yang ada dan melakukan diskusi dengan teman sejawat dengan tujuan agar data yang diperoleh lebih tepat dan objektif. Demikian seterusnya sampai proses penelitian selesai.
- b) Kedua, menarik kesimpulan akhir setelah kegiatan pertama selesai. Penarikan kesimpulan ini dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan responden dengan makna yang terkandung dalam masalah penelitian secara konseptual.⁴⁹

⁴⁸ Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 332

⁴⁹ A. Maical Huberman and B Miles Mathaw, *Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, penerjemah; Tjetjep Rohandi Rohidi, 173

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Bank Sampah Unit Tejosari

Bank Sampah Unit Tejosari memiliki nama: Bank Sampah Unit Nusa Perintis Tejosari dan telah di SK kan oleh Lurah Tejosari, dengan Sk Nomor: 28 / KPTS / C.4.4 / 2022 tanggal 18 Mei 2022 Tentang Penetapan Susunan Pengurus Bank Sampah Nusa Perintis Kelurahan Tejosari Kecamatan Metro Timur Kota Metro Tahun 2022.

Motto : Dulu Sampah Sekarang Berkah

Penanggung Jawab : Lurah Tejosari

Tempat : Jln. Inspeksi Pinggir Ledeng RT.04 RW. 01 Kel.
Tejosari, Kec. Metro Timur, Kota Metro.

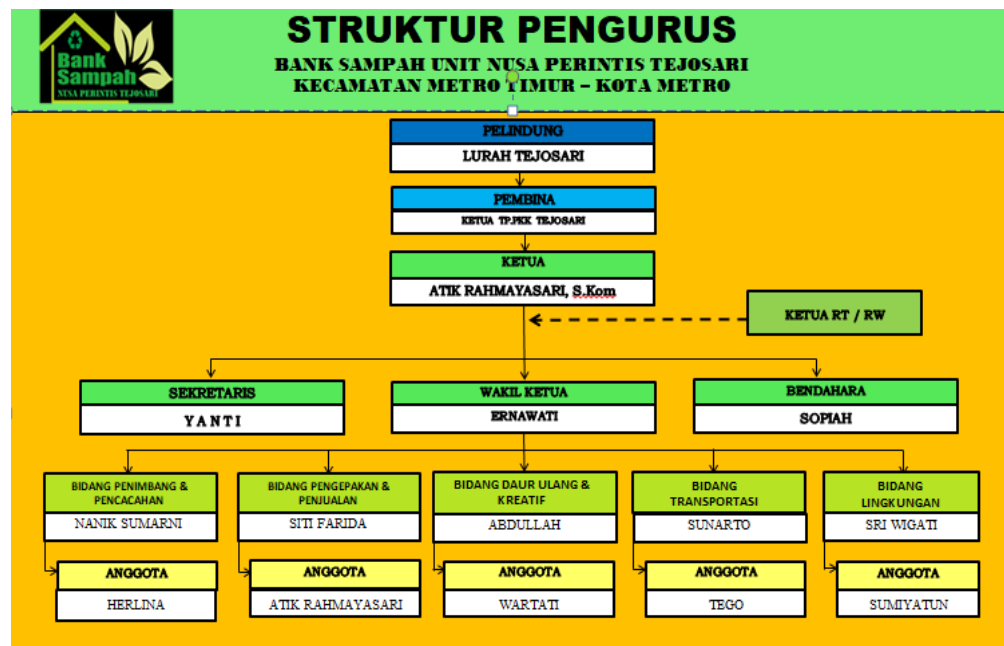
Logo :



Gambar 4.1 Logo Bank Sampah

Struktur Kepengurusan:

- a) Pelindung : Lurah Tejosari
- b) Pembina : Ketua TP PKK Tejosari
- c) Ketua : Atik Rahmayasari, S.kom
- d) Wakil ketua : Ernawati
- e) Sekertaris : Yanti
- f) Bendahara : Sopiah
- g) Bidang-bidang
- h) Anggota



Gambar 4.2 Struktur Pengurus Bank Sampah Unit Tejosari

2. Visi Misi Bank Sampah Unit Tejosari

a) Visi

Membangun Bank Sampah untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

b) Misi

Memanfaatkan sampah untuk:

- 1) Meningkatkan pendapatan masyarakat dari sampah menjadi rupiah,
- 2) Meningkatkan pemanfaatan sampah plastik menjadi ekonomi kreatif yang mempunyai nilai ekonomis,
- 3) Merubah perilaku masyarakat agar lebih memahami akan pentingnya pilah sampah,

- 4) Menjadikan Bank Sampah sebagai tempat edukasi ke masyarakat tentang cara memanfaatkan dan pilah sampah dari rumah.

3. Komunikasi Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan Teori Komunikasi Persuasif untuk menganalisis. Komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi perilaku dan tindakan seorang komunikan dengan pendekatan manipulasi psikologis. Dalam hal ini, komunikasi persuasif mengajak masyarakat untuk sadar dan menumbuhkan karakter hidup bersih di lingkungannya.

Komunikasi yang selalu digunakan oleh pengelola Bank Sampah Unit Tejosari dalam melakukan kegiatan adalah komunikasi persuasif. Hal ini diungkapkan oleh Ketua Bank Sampah Unit Tejosari Berikut Ini:

“...setiap kami melaksanakan proses bank sampah (menimbang, mencatat, menjemput sampah) kami selalu menyisipkan kalimat ajakan/persuasif kepada para nasabah dan calon nasabah untuk mengelola sampah, setidaknya sampah yang mereka hasilkan sendiri”⁵⁰

Dalam kutipan wawancara tersebut menjelaskan bahwa komunikasi yang digunakan oleh pengelola Bank Sampah Unit Tejosari adalah komunikasi persuasif. Dengan komunikasi persuasif pengelola Bank

⁵⁰ Wawancara dengan Ibu Atik Rahmayasari sebagai Ketua BSU Tejosari, pada tanggal 8 Desember 2024

Sampah Unit Tejosari mempersuasi masyarakat agar mempunyai kesadaran untuk berperilaku hidup bersih khususnya dalam mengelola sampah yang mereka hasilkan.

4. Komunikasi Persuasif Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari

a) Cara komunikasi persuasif pengelola Bank Sampah Unit Tejosari

Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari dalam upaya mempersuasi masyarakat adalah dengan secara langsung seperti penyuluhan dan sosialisasi. secara tidak langsung seperti melalui media sosial, secara verbal ketika bersosialisasi maupun non-verbal dengan menggunakan poster dan banner. Seperti yang telah di sampaikan oleh Ibu Atik dalam wawancara:

“ketika ada kegiatan masyarakat seperti dasawisma, arisan. Kami pasti akan melakukan sosialisasi tentang Bank Sampah disana, atau kita mengadakan kegiatan sendiri dan mengundang masyarakat sebagai audiens. Dalam kegiatan bersosialisasi tentu kami akan langsung berkomunikasi dengan masyarakat. Kalau tentang non-verbal kami biasanya melakukan dengan cara membagikan poster, banner, atau juga melalui story whatsapp.”⁵¹

⁵¹ Wawancara dengan Ibu Atik Rahmayasari sebagai Ketua BSU Tejosari, pada tanggal 8 Desember 2024



Gambar 4.3 Dokumentasi Setelah Sosialisasi

Dari pernyataan tersebut, dapat dinyatakan bahwa pengelola Bank Sampah Unit Tejosari aktif dalam berkomunikasi oleh masyarakat guna dapat mempersuainya. Baik secara langsung dengan cara bersosialisasi maupun secara tidak langsung melalui banner, poster, dan story whatsapp.

b) Dasar dan tujuan komunikasi persuasif pengelola Bank Sampah Unit Tejosari

Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari dalam melaksanakan kegiatan tentu ada dasar dan tujuannya. Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari bergerak atas dasar SK yang telah di terbitkan oleh Lurah Tejosari. dengan SK Nomor : 28 / KPTS / C.4.4 / 2022 tanggal 18 Mei 2022 tentang Penetapan Susunan Pengurus Bank Sampah Nusa Perintis Kelurahan Tejosari Kecamatan Metro Tiimur Kota Metro Tahun 2022.

Sedangkan tujuannya adalah guna bisa mempersuasi masyarakat untuk mau memulai mengelola sampah. Agar terciptanya

lingkungan yang bersih, nyaman dan indah. Selama berjalan dua tahun Bank Sampah Unit Tejosari telah berhasil mempersuasi sebanyak 105 nasabah yang aktif, dan hasil ini menjadikan Bank Sampah Unit Tejosari salah satu Bank Sampah Unit yang paling produktif di Kota Metro. Hal ini dipertegas dari hasil wawancara oleh ketua Bank Sampah Unit:

“dari 22 BSU ini ada beberapa BSU yang paling aktif, kaya BSU tempat pak mul, itu aktif dalam kerajinannya, kalau BSU Tejosari ini paling banyak nasabahnya dari BSU yang lain, totalnya ada 105 nasabah.”⁵²

c) Tahapan komunikasi persuasif pengelola Bank Sampah Unit Tejosari

Dalam menyampaikan sebuah pesan, seorang komunikator harus menyusun pesan yang ingin disampaikan secara sistematis, karna penyampaian pesan secara sistematis menentukan bagaimana keberhasilan dari komunikasi persuasif. Terdapat formula yang bisa dijadikan sebagai landasan tahapan komunikasi persuasif yakni formula AIDDA. Formula AIDDA merupakan singkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif yaitu *Attention* (perhatian), *Interest*

⁵² Wawancara dengan Ibu Atik Rahmayasari sebagai Ketua BSU Tejosari, pada tanggal 8 Desember 2024

(minat), *Desire* (hastrat), *Decision* (keputusan), dan *Action* (kegiatan).⁵³

Dalam mengajak masyarakat berperilaku hidup bersih, Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari melakukan komunikasi persuasif. Peneliti menemukan sebuah data komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari ini, yakni dengan menggunakan beberapa tahapan, di antaranya: memunculkan perhatian (*attention*), minat (*interest*), keinginan (*desire*) masyarakat untuk mengelola sampah, sehingga membuat keputusan (*decision*) untuk mengelola sampah bersama Bank Sampah Unit Tejosari dan pada akhirnya menjadi kebiasaan yang dilakukan (*action*) secara rutin oleh masyarakat.

1) *Attention* (Perhatian)

Dalam menarik perhatian masyarakat untuk berperilaku hidup bersih dan mengelola sampah, Bank Sampah Unit Tejosari ini memiliki perbedaan dengan pegiat lingkungan lainnya seperti pemulung/tukang rongsok karena Bank Sampah Unit Tejosari memiliki tujuan yang spesifik. Sesuai dengan namanya “Bank Sampah” lembaga ini memiliki sistem seperti bank pada umumnya yakni menabung. Dalam pengaplikasiannya seorang nasabah menabung sampah yang

⁵³ Dwi Arini Yuliarti, Tantan Hermansyah, dan Fita Fathurahman. “Pola Komunikasi Persuasif Pemrosesan Informasi dalam Fenomena Aktivitas Dakwah Komunitas Terang Jakarta.” *VIRTU: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya dan Islam* Vol.2 No.1 (2022): 52

bernilai untuk ditukar dengan uang dan uang tersebut masuk ke dalam tabungan. tujuan spesifik dari Bank Sampah ini adalah mengajak seluruh pengelola dan nasabah bank sampah untuk mengelola seluruh sampah, baik sampah yang memiliki *value* untuk di tukar dengan uang maupun sampah yang tidak memiliki *value*. Berbeda dengan para pemulung/tukang rongsokan yang hanya berfokus pada sampah yang ber *value*. Hal ini bisa dilihat dari hasil wawancara sebagai berikut:

“Hadirnya Bank Sampah bukanlah untuk menyaingi para pemulung/tukang rongsokan, Bank Sampah Unit Tejosari ini sama dengan seluruh Bank Sampah yang ada di Kota Metro, semua memiliki tujuan yang spesifik memiliki tujuan yang sama, Yakni membantu pemerintah untuk mengelola sampah yang ada dimasyarakat, mulai dari sampah yang memiliki nilai jual yang dimana sampah tersebut akan kami konversikan menjadi tabungan, dan sampah yang tidak memiliki nilai jual yang dimana sampah tersebut akan kami olah menjadi kerajinan tangan.”⁵⁴

⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Ernawati sebagai Wakil Ketua BSU Tejosari, pada tanggal 15 Desember 2024

Dari pernyataan diatas, Bank Sampah Unit Tejosari mempunyai tujuan spesifik untuk membantu pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan sampah di Kota Metro. Bank Sampah Unit Tejosari hadir untuk mengedukasi masyarakat untuk hidup bersih dan mau untuk bertanggung jawab atas sampahnya sendiri.

Selain menjadi tempat mengelola sampah, Bank Sampah Unit Tejosari juga sebagai sarana untuk bersilaturahmi, sarana untuk peduli terhadap sesama, sarana saling bertukar informasi kepada masyarakat bahwa walaupun hanya dengan mengelola sampah namun secara tidak langsung sudah membantu banyak orang dan tentunya menjadi amal baik serta menjadikan kegiatan ini ibadah. Hal ini disampaikan oleh Ibu Herlina Sebagai nasabah Bank Sampah Unit Tejosari:

“dengan adanya bank sampah ini kita bisa tau bagaimana caranya mengelola sampah yang baik dan benar, dan menurut pendapat saya, selain mendapat benefit tabungan dari sampah yang saya kelola secara tidak langsung saya sudah membantu banyak orang dari bencana yang ditimbulkan dari sampah yang tidak

terkelola. Mudah-mudahan dengan langkah kecil ini menjadikan ladang pahala bagi saya.”⁵⁵

2) *Interest* (Minat)

Pada tahap kedua, Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari menumbuhkan minat masyarakat untuk mengelola sampahnya dengan cara memberi informasi terkait permasalahan sampah mulai dari hulu ke hilir melalui kegiatan masyarakat yang di bersamai oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari, seperti disaat kegiatan Dasawisma.

*“...dengan cara bersosialisasi. kami berupaya untuk mengetuk pintu hati para calon nasabah untuk ikut bersama kami mengelola sampahnya. Kami edukasi tentang masalah sampah, dampaknya, serta cara penanganannya. Dan kami juga memberikan informasi benefit yang diterima ketika masyarakat mau memulai mengelola sampahnya bersama Bank Sampah Unit Nusa Perintis Tejosari”.*⁵⁶

⁵⁵ Wawancara dengan Ibu Yanti sebagai Sekertaris BSU Tejosari, pada tanggal 15 Desember 2024

⁵⁶ Wawancara dengan Ibu Yanti sebagai Sekertaris BSU Tejosari, pada tanggal 15 Desember 2024



Gambar 4.4 Kegiatan Sosialisasi Oleh Pengelola

Bank Sampah Unit Tejosari

Dari pernyataan diatas menjelaskan bahwa cara Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari dalam menumbuhkan minat masyarakat untuk mengelola sampah yaitu dengan mengetuk hati dan memberitahu kepada masyarakat melalui kegiatan sosialisasi untuk selalu peduli terhadap lingkungannya dan selalu melihat di sekelilingnya bahwa banyak sekali dampak buruk yang muncul berawal dari sampah yang tidak dikelola.

3) *Desire* (Keinginan)

Pada tahap ketiga dalam komunikasi persuasif, Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari berupaya untuk memunculkan keinginan masyarakat untuk mengelola sampahnya dengan cara memberikan benefit berupa

tabungan uang ketika masyarakat mulai mengelola sampahnya bersama Bank Sampah Unit Tejosari.

“dengan memberikan benefit berupa uang yang dimasukan kedalam tabungan ketika masyarakat menabung sampah di sini (BSU), saya harap itu bisa menjadi penyemangat bagi masyarakat untuk terus mengelola sampahnya. Jadi kami tidak hanya mengajak masyarakat untuk peduli terhadap lingkungan tanpa apa-apa, tentu jika seperti itu sangat sulit dilakukan. Namun, berbeda ketika ada yang di dapat (uang) pasti mindsetnya peduli lingkungan sama dengan mendapat uang, tentu yang awalnya adalah sampah bisa menjadi berkah Hehehe...”⁵⁷

Dari benefit yang didapat oleh masyarakat ketika menabung sampah di Bank Sampah Unit Tejosari membuat masyarakat menyadari bahwa sampah yang sebelumnya dinilai tak berharga dan hanya sekedar barang yang tak berguna lagi bisa menjadi barang yang bernilai rupiah bahkan bukan hanya mendapatkan rupiahnya melainkan lingkungan yang bersih pastinya berkah dalam kehidupan

⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Sopiah sebagai Bendahara BSU Tejosari, pada tanggal 15 Desember 2024

sebab kita menjaga lingkungan yang telah diberikan oleh Allah SWT.

4) *Decision* (Keputusan)

Setelah berhasil memunculkan minat dan rasa ingin masyarakat untuk mengelola sampah, kemudian Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari Mengajak masyarakat agar membuat keputusan untuk mengelola sampahnya dengan cara memberikan bukti-bukti melalui buku tabungan dari sampah yang dikonversikan dengan uang.



Gambar 4.5 Kerjasama Dengan BNI

Dari foto diatas merupakan bukti bahwa sampah yang ditabung ke Bank Sampah Unit Tejosari benar-benar dapat dikonversikan menjadi uang, sebab Bank Sampah Unit Tejosari sudah bekerjasama dengan agen BNI. Hal tersebut dapat dilihat dari bukti wawancara peneliti kepada Ibu Atik selaku ketua Bank Sampah Unit Tejosari:

“sebenarnya masih banyak masyarakat yang ragu apakah benar sampah bisa jadi tabungan? Jadi

banyak yang engga mengelola sampahnya atau memberi ke tukang rongsok. Cuma, kalau ke tukang rongsok tidak apa-apa karna mungkin ia butuh uang cash, sedangkan kalau di BSU uangnya akan ditabung dan bisa diambil ketika seperti saat menjelang hari raya atau sebagainya. Itu salah satu bedanya kami dengan tukang rongsok. Yang pasti untuk masyarakat yang menabung di BSU kami itu akan mendapat buku tabungan, sudah ada beberapa nasabah kami yang mengambil uang tabungan tersebut.”⁵⁸

5) *Action* (Melakukan)

Keberhasilan Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari dalam mengarahkan masyarakat agar membuat keputusan mengelola sampah dapat terlihat dari bagaimana masyarakat aktif menabung sampah di Bank Sampah Unit Tejosari dan saling bertukar informasi tentang pengelolaan sampah ini sehingga nasabah Bank Sampah Unit Tejosari kian waktu terus bertambah dan kini mencapai 105 nasabah yang dimana jumlah tersebut adalah jumlah nasabah terbanyak Bank Sampah Unit yang ada di Kota Metro.

⁵⁸ Wawancara dengan Ibu Atik Rahmayasari sebagai Ketua BSU Tejosari, pada tanggal 15 Desember 2024



Gambar 4.6 Kegiatan Bersama Nasabah

Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari juga berusaha menghadirkan dan menjaga rasa kepercayaan masyarakat dengan selalu melakukan transparansi dana yang diterima oleh masyarakat dari sampah yang di tabung dengan sesuai jenis dan ketentuannya.

“tentu kami sangat terbuka apalagi kalau masalah uang pasti sangat sensitif, jadi walaupun ada buku tabungan kami tetap ada pencatatan dari sampah apa dan berapa beratnya yang dihasil hingga di konversi menjadi uang. Ini demi keterbukaan dan kenyamanan bersama. Dan allhamdulillahnya masyarakat banyak yang teredukasi, banyak yang mensupport kegiatan ini, ketika kita ada kegiatan pasti ada yang bersedekah makanan atau minum dan itu

sangat membantu sekali. Sekali lagi saya katakan dari sampah menjadi berkah.”⁵⁹

Pernyataan diatas adalah usaha dan bukti bahwa Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari sudah diterima dan dipercayai oleh masyarakat sebagai tempat pengelolaan sampah yang mengedukasi dan tentunya yang menguntungkan.

d) Teknik komunikasi persuasif oleh pengelola Bank Sampah Unit Tejosari

Dalam menyampaikan sebuah informasi, komunikasi persuasif memiliki beberapa teknik yang dapat digunakan. Dengan menggunakan teknik yang baik, maka proses persuasif akan lebih mudah. Untuk mengetahui beberapa teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengelola Bank Sampah Unit Tejosari peneliti mencoba menganalisis beberapa teknik komunikasi persuasif yang digunakan Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari, adalah sebagai berikut:

i. Teknik Ganjaran

Teknik ganjaran adalah teknik dimana komunikator dapat mempengaruhi komunikan dengan iming-iming hal yang menguntungkan atau menjanjikan harapan yang bagus,

⁵⁹ Wawancara dengan Ibu Yanti sebagai Sekertaris BSU Tejosari, pada tanggal 15 Desember 2024

hingga menumbuhkan kegairahan emosional. Teknik ganjaran yang dilakukan oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari adalah dengan mengkonversikan sampah yang telah dikelola nasabah menjadi uang yang ditabung. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai berikut:

“dengan mengkonversi sampah menjadi uang itu akan menjadi semangat masyarakat, semangat para nasabah untuk terus mengelola sampahnya”.⁶⁰

Dari teknik ganjaran yang dilakukan Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari bertujuan agar para nasabah lebih bersemangat lagi untuk mengelola sampahnya dan harapannya semakin banyak lagi masyarakat yang tergerak hatinya untuk ikut bersama dalam menjaga lingkungannya dengan cara mengelola sampah.

ii. Teknik Tataan

Teknik tataan yang juga dikenal sebagai icing, adalah seni dalam menata pesan komunikasi dengan cara yang menarik emosional. Dengan menata pesan secara menarik, teknik ini bertujuan untuk membuat audiens lebih tertarik dan terlibat dengan informasi yang disampaikan.

⁶⁰ Wawancara dengan Ibu Atik Rahmayasari sebagai Ketua BSU Tejosari, pada tanggal 15 Desember 2024

Teknik ini dapat dibuktikan ketika Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari melakukan kegiatan sosialisasi. Pesan ini di sampaikan oleh Ibu Nanik Yang berbunyi:

*“enaknya menjadi superhero itu bisa dikenal banyak orang, dikenang, dan berjasa. Pasti kita semua ingin menjadi seperti superherokan? Gak perlu jadi batman, superman, gundala, wiro sableng untuk menjadi superhero. Cukup peduli dengan lingkungan, peduli dengan sampah saja sudah menjadikan kita superhero. Superhero bagi alam dan manusia. Gak perlu harus di kenal dengan orang lain, cukup dikenal dengan sang pencipta kita panen pahala”.*⁶¹

Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dalam penataan pesan mengandung makna emosional untuk mendorong empati masyarakat yang mendengarnya agar mau memulai peduli dengan kebersihan lingkungannya terutama dari sampah.

iii. Teknik Integrasi

Teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari dalam menyampaikan pesan adalah teknik integrasi, dimana penyampaian pesan

⁶¹ Wawancara dengan Ibu Nanik sebagai Ketua Bidang Penimbangan dan Pencacahan BSU Tejosari, pada tanggal 22 Desember 2024

kepada masyarakat ketika Pengelola Bank Sampah bersosialisasi banyak menggunakan kata “kita” dengan tujuan untuk menyatukan diri dengan masyarakat, dengan demikian hal yang disampaikan dan diperjuangkan oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari bukanlah kepentingannya sendiri, melainkan juga kepentingan masyarakat. Hal ini berarti juga bahwa melalui kata-kata verbal atau non verbal, menggambarkan Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari sebagai komunikator “senasib” dengan masyarakat yang sebagai komunikan. Penggunaan kata “kita” dapat dilihat dari beberapa kalimat yang disampaikan Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari disaat kegiatan sosialisasi:

“banyaknya bencana yang ditimbulkan dari sampah. banjir, longsor, pemanasan global, meledaknya gas metan dari tumpukan sampah. Itu semua berawal dari sampah yang tidak terkelola, siapa yang bertanggung jawab? Ya, tentu kita semua. Bukan hanya pemerintah ataupun masyarakatnya saja. Melainkan ini kewajiban kita semua untuk menjaga bumi kita dari segala potensi bencana. Kita bisa

menanggulangi dengan mengelola sampah?! kita lakukan.”⁶²

Uraian diatas adalah teknik integrasi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari. Dengan demikian teknik integrasi yang dipakai dinilai berhasil dan mampu mempersuasi masyarakat.

B. Pembahasan

Setelah melakukan penelitian, peneliti akan mengumpulkan data penelitian yang selanjutnya akan di analisis menggunakan analisis deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan fakta-fakta, sifat-sifat dan objek tertentu secara terpercaya, jelas dan sistematis. Pembahasan kali ini peneliti berpedoman pada teori teknik dari Albert Bandura dan teori tahapan komunikasi AIDDA yang dikembangkan oleh Effendy. Teori AIDDA adalah pengembangan dari model AIDA yang pertama kali diperkenalkan oleh Elias St. Elmo Lewis pada tahun 1898. Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) teori ini digunakan untuk menggambarkan tahapan yang dilalui konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Seiring berjalannya waktu, para ahli komunikasi dan pemasaran mulai menyadari bahwa ada tahap tambahan yang penting dalam proses ini, yaitu "Decision" (Keputusan). Oleh karena itu, Onong Uchjana Effendy mengembangkan model ini menjadi AIDDA.

⁶² Wawancara dengan Ibu Atik Rahmayasari sebagai Ketua BSU Tejosari, pada tanggal 15 Desember 2024

1. Tahapan komunikasi persuasif pengelola bank sampah unit tejosari

Pada tahapan komunikasi persuasif yang digunakan oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari adalah model AIDDA. Yakni *Attention, Interest, Desire, Decision, Action*.

a) *Attention* (perhatian)

Pada tahapan pertama ini yakni bagaimana cara membangkitkan perhatian masyarakat terhadap lingkungannya melalui Bank Sampah Unit Tejosari. Tujuan spesifik dari Bank Sampah Unit Tejosari adalah untuk membantu pemerintah Kota Metro dalam menyelesaikan permasalahan lingkungan terutama dalam penanggulangan masalah sampah. Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari menyebarkan informasi terkait setiap acaranya melalui kegiatan sosialisasi. Komunikasi yang dibangun adalah komunikasi verbal dan non-verbal. Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari mempunyai hal-hal yang harus diperhatikan dalam menyampaikan pesan disaat bersosialisasi terutama terhadap masyarakat yang masih menjadi calon nasabah, seperti menjelaskan secara rinci definisi sampah, bahayanya sampah ketika di biarkan, dampak bagi masyarakat dan solusi yang bisa dilakukan oleh masyarakat. Selain itu Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari Menjadikan para nasabahnya sebagai keluarga dengan cara saling tolong menolong, menyapa dan memberi rasa nyaman agar para nasabah tidak merasa sendiri dan terkucilkan.

b) *Interest* (minat)

Tahapan minat itu menyangkut pada sikap dan perasaan masyarakat. Agar bisa menumbuhkan minat masyarakat dalam mengelola sampah diperlukannya informasi mengenai berbagai hal tentang sampah, dari hulu ke hilir, dari sampah itu tercipta sampai berhentinya sampah apakah ke TPA atau dikelola. Dengan begitu, melalui kegiatan sosialisasi dan pendekatan secara emosional, Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari bisa mengetuk hati masyarakat untuk mulai mengelola sampahnya, memilah, mengolah, mengurangi penggunaan barang yang berpotensi menjadi sampah.

c) *Desire* (keinginan)

Tahapan selanjutnya adalah memunculkan hasrat atau keinginan dengan melalui ajakan, bujukan serta rayuan yang disampaikan oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari. Pada tahapan ini Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari menginformasikan tentang benefi yang akan di terima masyarakat ketika memulai mengelola sampahnya dan disetorkan pada Bank Sampah Unit Tejosari. Yakni dengan konversian rupiah yang dibukukan dalam buku tabungan. Dari benefit tersebut membuat masyarakat menyadari bahwa sampah yang tidak ada harganya masih bisa dimanfaatkan dan ditukar menjadi rupiah sehingga masyarakat mempunyai keinginan untuk mengelola sampahnya.

d) *Decision* (keputusan)

Tahapan komunikasi persuasif berikutnya yang dilakukan Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari adalah keputusan. Keputusan adalah proses emosional dari tahap-tahap sebelumnya. Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari mengajak masyarakat agar membuat keputusan untuk memulai mengelola sampahnya dan ditabung di Bank Sampah Unit Tejosari agar dikonversikan dengan rupiah. Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari mengajak masyarakat dengan cara memberikan bukti-bukti buku tabungan bahwa sampah memang benar bisa ditukar dengan rupiah. Agar masyarakat percaya dan memutuskan untuk mulai mengelola sampah dan disetor di Bank Sampah Unit Tejosari.

e) *Action* (Tindakan)

Tahapan yang terakhir yang dilakukan oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari adalah tindakan (Action). Tahapan ini adalah hasil dari tahapan komunikasi persuasif sebelumnya. Ketika komunikasi persuasif berhasil maka masyarakat akan bertindak atau melakukan suatu kegiatan seperti yang diharapkan komunikator. Pada tahap ini masyarakat mulai mengelola sampah dari memilah, mengolah, mengurangi sampah. Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari juga berusaha menjaga rasa kepercayaan masyarakat dengan selalu melakukan transparansi dana atau hasil rupiah yang diterima nasabah ketika mengkonversikan sampahnya, agar masyarakat dapat terus

berkelanjutan dalam mengelola sampahnya bersama Bank Sampah Unit Tejosari.

Table 4.1:

**Tahapan Komunikasi Persuasif Teori Pengembangan
Effendy Oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari**

No.	Tahapan Komunikasi Persuasif	Implementasi
1.	<i>Attention</i> (perhatian)	Tujuan spesifik dari Bank Sampah Unit Tejosari adalah untuk membantu pemerintah dalam menanggulangi permasalahan sampah yang terjadi di Kota Metro.
2.	<i>Interest</i> (minat)	Untuk menumbuhkan minat masyarakat untuk mengelola sampahnya, Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari memberitahu kepada masyarakat informasi terkait permasalahan sampah yang ada, mulai dari hulu ke hilir.
3.	<i>Desire</i> (keinginan)	Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari memberikan informasi

		berupa benefit yang didapat ketika masyarakat memulai mengelola sampahnya.
4.	<i>Decision</i> (keputusan)	Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari mengajak masyarakat untuk mengambil keputusan. Untuk lebih memperkusi masyarakat, Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari memberikan bukti-bukti berupa buku tabungan.
5.	<i>Action</i> (tindakan)	Pada tahap ini masyarakat mulai menjadi nasabah Bank Sampah Unit Tejosari dan mengelola sampah yang ada dirumahnya dan ditukarkan dengan uang di Bank Sampah Unit Tejosari.

2. Teknik-teknik komunikasi persuasif pengelola bank sampah unit tejosari

a) Teknik Ganjaran

Teknik ganjaran ini merujuk pada strategi untuk memotivasi komunikan agar merespon tindakan tertentu. Teknik ini berfokus pada insentif atau penghargaan guna mendorong perilaku yang

diinginkan. Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari menggunakan teknik ganjaran ini dengan cara memberikan reward berupa penukaran rupiah dari sampah yang telah di kelola oleh masyarakat. Dari teknik ganjaran yang dilakukan oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari bertujuan agar para nasabah merasa lebih yakin dan percaya karena adanya transparansi dari dana yang diperoleh oleh nasabah.

b) Teknik Tataan

Kata lain dari tataan adalah icing yang memiliki arti upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga mudah dimengerti oleh komunikan dan dapat termotivasikan untuk melakukan apa yang diharapkan oleh komunikator. Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari menerapkan teknik ini ketika bersosialisasi kepada masyarakat. Pengelola Bank Sampah mengkiaskan kata “superhero” pada umumnya seperti batman, superman dengan kegiatan peduli lingkungan yang berdampak baik bagi seluruh umat bagaikan superhero yang menyelamatkan bumi.

c) Teknik Integrasi

Teknik integrasi bertujuan untuk menyatukan dari komunikator dengan komunikan. Dengan cara menyamakan kata, simbol, dan identitas, sehingga komunikan merasa memiliki kesamaan dengan komunikator. Dalam hal ini, Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari Menggunakan kata “kita” dalam

penyampaian pesan-pesan persuasifnya. Kata “kita” ini mengandung unsur bahwa apa yang ingin dicapai apa yang ingin diperjuangkan oleh komunikator bukanlah hanya kepentingan pribadi, melainkan juga kepentingan bersama, kepentingan komunikasi juga. Penggunaan kata “kita” dapat dilihat dari ucapan yang disampaikan oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari ketika melakukan kegiatan Sosialisasi.

Table 4.2:
Teknik Komunikasi Persuasif Teori Albert Bandura Oleh
Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari

No.	Teknik Komunikasi Persuasif	Implementasi
1.	Teknik Ganjaran	Teknik ganjaran yang dilakukan oleh Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari adalah dengan memberikan reward berupa penukaran sampah yang menjadi rupiah dan di masukan kedalam buku tabungan. Selain itu Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari memberikan layanan transparasi dana yang diterima oleh nasabah guna mendapat kepercayaan dari para nasabah dan harapannya dapat menjadi daya tarik

		bagi masyarakat yang belum menjadi nasabah Bank Sampah Unit Tejosari.
2.	Teknik Tataan	Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari menerapkan teknik ini dengan mengajak masyarakat untuk menjadi superhero. Yang dimana kata “superhero” ini dikiaskan oleh superhero pada umumnya yakni batman, superman, gundala, wiro sableng. Dengan peduli terhadap lingkungan, peduli terhadap sampah maka, secara tidak langsung sudah menjadi superhero yang menyelamatkan bumi dan penghuninya.
3.	Teknik Integrasi	Dalam hal ini, Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari menggunakan kata “kita” dalam penyampaian pesan-pesan persuasifnya. Kata “kita” mengandung makna bahwa yang ingin dicapai komunikator bukanlah hanya kepentingan pribadi, melainkan kepentingan masyarakat juga yang dimana sebagai komunikan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penemuan data, analisis serta pembahasan yang dilakukan, Peneliti dapat menyimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang diterapkan oleh pengelola Bank Sampah Induk Nusa, khususnya pada Bank Sampah Unit Tejosari, berperan penting dan sedikit demi sedikit bisa membangun kesadaran masyarakat Kota Metro untuk berperilaku hidup bersih. Komunikasi persuasif dilakukan melalui strategi yang terstruktur berdasarkan tahapan AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*). Pengelola Bank Sampah Unit menggunakan komunikasi persuasif pada kegiatan penyuluhan dan sosialisasi kepada masyarakat. Tahapan ini melibatkan pendekatan emosional, pemberian informasi yang edukatif, serta insentif berupa tabungan sampah yang diubah menjadi nilai ekonomis.

Adapun keberhasilan komunikasi persuasif ini dapat dilihat dari:

1. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mengelola sampah dari rumah tangga.
2. Perubahan pola pikir masyarakat yang mulai melihat sampah sebagai sumber daya yang dapat dimanfaatkan.
3. Terciptanya perilaku kolektif untuk mendukung lingkungan yang bersih dan sehat melalui program Bank Sampah.

Meski demikian, masih terdapat tantangan dalam mengubah kebiasaan masyarakat yang sudah terbentuk lama, seperti membuang sampah

sembarangan atau membakar sampah. Oleh karena itu, diperlukan konsistensi dan inovasi dalam komunikasi persuasif serta dukungan yang lebih luas dari pemerintah, komunitas, dan tokoh masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memiliki saran kepada beberapa pihak terkait:

1. Pengelola Bank Sampah

- a) Pengelola Bank Sampah perlu meningkatkan intensitas dan cakupan sosialisasi terkait manfaat pengelolaan sampah serta dampak buruk dari sampah yang tidak dikelola dengan baik.
- b) Memanfaatkan media sosial atau teknologi digital untuk memperluas jangkauan komunikasi persuasif, terutama kepada generasi muda.
- c) Menyediakan pelatihan dan workshop bagi masyarakat untuk mengolah sampah menjadi produk kreatif yang bernilai ekonomis.

2. Pemerintah Daerah

- a) Pemerintah Kota Metro diharapkan mendukung pengelolaan sampah dengan menyediakan fasilitas dan infrastruktur yang memadai, seperti pusat daur ulang atau tempat penampungan sementara.

- b) Memberikan penghargaan kepada masyarakat atau komunitas yang aktif dalam pengelolaan sampah untuk meningkatkan motivasi dan partisipasi.
- c) Mengintegrasikan program Bank Sampah dengan kebijakan lingkungan kota, seperti regulasi pembuangan sampah dan insentif bagi masyarakat yang mendukung keberlanjutan lingkungan.

3. Untuk Masyarakat

- a) Masyarakat diharapkan lebih proaktif dalam mendukung program Bank Sampah dengan mulai mengelola sampah rumah tangga secara mandiri, seperti memilah sampah organik dan anorganik.
- b) Mengubah pola pikir bahwa sampah adalah tanggung jawab bersama, bukan hanya tanggung jawab pemerintah atau pengelola Bank Sampah.

4. Untuk Penelitian Selanjutnya

- a) Penelitian di masa depan dapat berfokus pada efektivitas metode komunikasi persuasif melalui media digital dalam pengelolaan sampah.
- b) Perlu ada studi yang lebih mendalam terkait dampak ekonomi langsung dari program Bank Sampah terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bintang, M, dan Widyastuti Nurjayanti. "Analisis Penerapan Nilai-nilai Islam pada Fasilitas Perumahan Griya Sakinah," *SIAR IV* 2023: 458-459.
- Ismail, "Pemanasan Global, Ancaman Nyata di Depan Mata," dalam *magelangkab.go.id*.
- Defitri, Mita. "Bahaya Pengelolaan Sampah Open Dumping," dalam *waste4change.com* diupdate pada 3 oktober 2022.
- Nurdin, Ali, Agoes Moh. Moefad, Advan Navis Zubaidi, Rahmad Harianto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: IAIN SA Press, 2013.
- Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Persampahan.
- B.Cialdini, Robert. "*Influence The Psychology Of Persuasion*", New York: Harper Business, 2006.
- Sakdiah, Halimatus. "Komunikasi Interpersonal Sebagai Strategi Dakwah Rasulullah (Perspektif Psikologi)". *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 15. No. 30. Juli-Desember 2016. 40
- Febrian, M dan Siahaan, *Modul Pelatihan: Komunikasi Persuasif.*, 16
- Effendy, Onong Uchjana, *dinamika komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Azam, Mochamad, Sudono Syueb, Pola Komunikasi dalam IPNU Kota Surabaya 2014-2016 dalam Membangun Jaringan", dalam *Jurnal Komunikasi Profesional*, Vol. 1, No. 2, Desember 2017, 124.
- Hasbiansyah, O. "Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi", dalam *Mediator*, Vol. 9, No. 1, (juni 2008), 166.
- Dewi, Ni Putu Sinta, Ihsan Suri, Sari Monik Agustin, Indawan Seto Wahjuwibowo, dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi* Yogyakarta: PT Penamuda Media, 2024.
- Prabowo, S. Hayu, dst., *Air, Kebersihan, Sanitasi dan Kesehatan Lingkungan Menurut Agama Islam*, cet.ke-2. Jakarta: Sekolah Pascasarjana Universitas Nasional, 2015.
- Novia, Denti Sari, et al., "Komunikasi Bimbingan Orang Tua pada Anak dalam Upaya Meningkatkan Prestasi Belajar Matematika", dalam *Jurnal Professional FIS Unived*, Vol. 3, No. 1, 2016.
- Nurhayati, Sri Qodriyatun, "Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat melalui Pengelolaan Sampah Berdasarkan UU No. 18 Tahun 2008", *Aspirasi*, Vol. 5, No. 1, Juni 2019, 22.

- Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Sampah Pada Bank Sampah.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005, 115.
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, 26
- Wicaksana, Wildan Arya. Fauzatul Laily Nisa, Marseto, “Pemanfaatan Limbah Plastik Menjadi Ekonomi Kreatif di Desa Banjarsari”, *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 2, No. 1, 2022, 43.
- Samani, Muchlas, dan Hariyanto, *Konsep dan Model Pendidikan Karakter* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2012.
- Sulistiyowati, Lili S., *Pedoman Pembinaan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS)* Jakarta: Kementrian Kesehatan RI, 2011.
- Nasution, Abdul Fattah, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Harfa Creative, 2023.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- A. Maical Huberman and B Miles Mathaw, *Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, penerjemah; Tjetjep Rohandi Rohidi.
- Moelong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2000.
- Hikmawati, Fenti, *Metodologi Penelitian*, Depok: Rajawali Pers, 2020.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed. rev., cet Ke-14 (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 3
- Barlian, Eri, *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* Padang: Sukabina Press, 2016, 29.
- Yuliarti, Dwi Arini, Tantan Hermansyah, dan Fita Fathurahman. “Pola Komunikasi Persuasif Pemrosesan Informasi dalam Fenomena Aktivitas Dakwah Komunitas Terang Jakarta.” *VIRTU: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya dan Islam* Vol.2 No.1 2022: 52

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Penunjukan Pembimbing Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0473/In.28.4/D.1/PP.00.9/05/2023
Lampiran : -
Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

15 Mei 2023

Yth.

Agam Anantama, M.I.Kom

di -

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut di atas, ditunjuk sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa :

Nama : Zakinul Fikri
NPM : 2004010023
Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Komunikasi Persuasif Bank Sampah Induk Nusa dalam Pembentukan Karakter Masyarakat Berprilaku Hidup Bersih di Kota Metro.

Dengan ketentuan :

1 Pembimbing

Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD)

Mahasiswa

Mahasiswa melakukan bimbingan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a Pasca seminar Proposal mahasiswa wajib melakukan pendalaman BAB I, II dan III kepada pembimbing
 - b Mahasiswa mengajukan surat research setelah mendapat persetujuan (ACC) BAB I,II dan III dari Pembimbing
 - c Pengajuan Ujian Skripsi (Munaqasyah) minimal 1 bulan setelah surat research dikeluarkan.
- 2 Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Bimbingan/Surat Penunjukan Pembimbing dikeluarkan.
- 3 Diwajibkan mengikuti Pedoman Penulisan Skripsi yang dikeluarkan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Tahun 2018.
- 4 Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
- a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b Isi ± 3/6 bagian.
 - c Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian surat ini disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan I
Bidang Akademik dan Kelembagaan

Khoirurrijal

Lampiran 3 Outline

KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLA BANK SAMPAH INDUK NUSA DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER MASYARAKAT BERPRILAKU HIDUP BERSIH DI KOTA METRO

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Persuasif

1. Pengertian Komunikasi Persuasif
2. Tujuan Komunikasi Persuasif
3. Prinsip Komunikasi Persuasif
4. Teknik Dasar Komunikasi Persuasif

B. Bank Sampah

1. Pengertian Bank Sampah
2. Konsep Bank Sampah
3. Mekanisme Bank Sampah

C. Perilaku Hidup Bersih

1. Pengertian Perilaku Hidup Bersih
2. Manfaat Hidup Bersih

D. Komunikasi Persuasif dalam Pembentukan Karakter

1. Cara Komunikasi Persuasif dapat Membentuk Karakter
2. Dasar dan Tujuan Pembentukan Karakter

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

B. Sumber Data

C. Teknik Pengumpulan Data

D. Teknik Keabsahan Data

E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Bank Sampah Unit Tejosari
2. Visi Misi Bank Sampah Unit Tejosari
3. Teori Komunikasi Persuasif Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari
4. Komunikasi Persuasif Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari
 - a. Cara Komunikasi Persuasif Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari
 - b. Dasar dan Tujuan Komunikasi Persuasif Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari
 - c. Tahapan Komunikasi Persuasif Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari
 - 1) Attention
 - 2) Interest

- 3) Desire
- 4) Decision
- 5) Action
- d. Teknik-teknik Komunikasi Persuasif Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari

B. Pembahasan

- 1. Tahapan Komunikasi Persuasif Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari
 - a. Attention
 - b. Interest
 - c. Desire
 - d. Decision
 - e. Action
- 2. Teknik-teknik Komunikasi Persuasif Pengelola Bank Sampah Unit Tejosari
 - a. Integrasi
 - b. Tatanan
 - c. Ganjaran

BAB V PENUTUP

- A. Simpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Metro, 26 November 2024

Pembimbing



Agam Anantama, M.I.Kom.
NIP. 199203202023211020

Peneliti



Zakinul Fikri
NPM 2004010023

Lampiran 4 Alat Pengumpul Data

ALAT PENGUMPUL DATA

**KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLA BANK SAMPAH INDUK NUSA DALAM
PEMBENTUKAN KARAKTER MASYARAKAT BERPRILAKU HIDUP BERSIH DI
KOTA METRO**

A. Observasi

1. Pengamatan dan kunjungan langsung ke Bank Sampah Unit Tejosari.
2. Pengamatan dan kunjungan disetiap kegiatan dan interaksi dengan masyarakat yang dilakukan oleh pengelola Bank Sampah Unit Tejosari.

B. Wawancara

1. Peneliti akan melakukan wawancarai langsung kepada pengelola Bank Sampah Unit Tejosari, mulai dari ketua, sekretaris, bendahara.
2. Peneliti akan melakukan wawancarai langsung kepada masyarakat yang menjadi nasabah di Bank Sampah Unit Tejosari.

C. Dokumentasi

Dokumentasi berupa catatan, foto, jurnal, skripsi atau tesis yang ditemukan saat melakukan penelitian.

Metro, 26 November 2024

Pembimbing



Agam Anantama, M.I.Kom.
NIP. 199203202023211020

Peneliti



Zakinul Fikri
NPM 2004010023

Lampiran 5 Surat Izin Prasurevy



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1114/In.28/J/TL.01/10/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRASUREVY**

Kepada Yth.,
KEPALA BANK SAMPAH UNIT
TEJOSARI
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Bapak/Ibu KEPALA BANK SAMPAH UNIT TEJOSARI berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **ZAKINUL FIKRI**
NPM : 2004010023
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : **KOMUNIKASI PERSUASIF BANK SAMPAH INDUK NUSA
DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER MASYARAKAT
BERPERILAKU HIDUP BERSIH DI KOTA METRO**

untuk melakukan prasurevy di BANK SAMPAH UNIT TEJOSARI, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu KEPALA BANK SAMPAH UNIT TEJOSARI untuk terselenggaranya prasurevy tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 31 Oktober 2024
Ketua Jurusan,



DR. Astuti Patminingsih M.Sos.I
NIP 197702182000032001

Lampiran 6 Surat Izin Research



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1220/In.28/D.1/TL.00/12/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN BANK SAMPAH UNIT
TEJOSARI
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1218/In.28/D.1/TL.01/12/2024,
tanggal 03 Desember 2024 atas nama saudara:

Nama : **ZAKINUL FIKRI**
NPM : 2004010023
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PIMPINAN BANK SAMPAH UNIT TEJOSARI bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BANK SAMPAH UNIT TEJOSARI, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLA BANK SAMPAH INDUK NUSA DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER MASYARAKAT BERPRILAKU HIDUP BERSIH DI KOTA METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 03 Desember 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Dr. H. Khoirurrijal S.Ag, MA
NIP 19730321 200312 1 002

Lampiran 7 Surat Tugas Mengadakan Observasi/Survey di Bank Sampah Unit
Tejosari



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1218/In.28/D.1/TL.01/12/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:


Nama : **ZAKINUL FIKRI**
NPM : 2004010023
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di **BANK SAMPAH UNIT TEJOSARI**, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLA BANK SAMPAH INDUK NUSA DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER MASYARAKAT BERPRILAKU HIDUP BERSIH DI KOTA METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 03 Desember 2024

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Atik Rahmayasaani

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Dr. H. Khoirurrijal S.Ag, MA
NIP 19730321 200312 1 002

Lampiran 8 Surat Keterangan Turnitin Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website www.fuad.metrouniv.ac.id, e-mail: fuadainmetro@gmail.com

SURAT KETERANGAN TURNITIN SKRIPSI

Nomor:1316 /ln.28.4/J.1/PP.00,9/12/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
NIP : 197702182000032001
Jabatan : Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menerangkan bahwa

Nama : Zakinul Fikri
NPM : 2004010023
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Proposal Skripsi : KOMUNIKASI PERSUASIF PENGELOLA BANK SAMPAH INDUK NUSA DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER MASYARAKAT BERPRILAKU HIDUP BERSIH DI KOTA METRO

Mahasiswa tersebut, telah melaksanakan uji plagiasi Skripsi melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan 20 %

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 27 Desember 2024
Ketua Program Studi KPI



Astuti Patminingsih

Tembusan :

1. Dekan FUAD IAIN Metro
2. Wakil Dekan I FUAD IAIN Metro
3. Kabag TU FUAD IAIN Metro
4. Arsip

Lampiran 9 Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Zakinul Fikri
NPM : 2004010023

Fakultas/Prodi : FUAD/KPI
Semester/TA : IX/2024/2025

No	Hari/Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	19/2024 /nov	Bimbingan APD Outline	
	21/2024 /nov	ACC APD Outline	

Dosen Pembimbing

Agam Alimatussalam, M.I.Kom.
NIP. 199203202023211020

Mahasiswa Ybs,

Zakinul Fikri
NPM. 2004010023



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Zakinul Fikri
NPM : 2004010023

Fakultas/Prodi : FUAD/KPI
Semester/TA : IX/2024/2025

No	Hari/Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	12/Des ✓2024	Bimbingan Bab 4.5	
	16/2024 Des	Revisi Bab 4 & 5	

Dosen Pembimbing

Agam Anantama, M.I.Kom.
NIP. 199203202023211020

Mahasiswa Ybs,

Zakinul Fikri
NPM. 2004010023



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Zakinul Fikri
NPM : 2004010023

Fakultas/Prodi : FUAD/KPI
Semester/TA : IX/2024/2025

No	Hari/Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	23/2024 Des	Acc Bab 4.5	

Dosen Pembimbing

Agam Anantama, M.I.Kom.
NIP. 199203202023211020

Mahasiswa Ybs,

Zakinul Fikri
NPM. 2004010023

Lampiran 10 Surat Keterangan Bebas Pustaka



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-04/In.28/S/U.1/OT.01/01/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : ZAKINUL FIKRI
NPM : 2004010023
Fakultas / Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2004010023

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 02 Januari 2025
Kepala Perpustakaan

Dr. Wisad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002

DOKUMENTASI PENELITIAN



Foto 1.
Kegiatan Pemilahan Sampah Plastik



Foto 2.
Kegiatan Penjemputan Sampah



Foto 7.

Kegiatan Sosialisasi Seluruh Pengelola Bank Sampah di Kota Metro



Foto 6.

Kegiatan Saat Observasi di Bank Sampah Unit Tejosari

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Zakinul Fikri. Ia lahir di Kota Metro, pada tanggal 16 Desember 2002. Zaki merupakan anak bungsu dari tiga bersaudara, oleh pasangan Bapak Muslim S.Ag dan Ibu Istiqomah. Saat ini, Zaki tinggal di Rawasari 4, Kelurahan Yosorejo, Kecamatan Metro Timur, Kota Metro, Lampung.

Perjalanan pendidikan Zaki dimulai sejak menduduki Sekolah Dasar di SDN 7 Metro Pusat sampai kelas 5 dan menamatkan pendidikan tingkat SD di Madrasah Ibtidaiyah Al-Yazier Mesuji. Kemudian, berlanjut pada jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Islam Al-Yazier Mesuji. Lalu, kemudian Pendidikan Menengah Atas selama 1 semester di SMA 01 Rawajitu Utara dan dilanjutkan hingga lulus di Madrasah Aliyah Darul A'mal, Metro. Pada tahun 2020, Zaki memilih IAIN Metro sebagai jembatan menuju cita-citanya memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selama duduk di bangku perkuliahan, Zaki aktif didalam beberapa bidang diantaranya: menjadi announcer Radio Shawtuna 90,5FM, Komunitas Mahasiswa *Cinematography* (KWACI), Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU) Kota Metro dan pernah menjabat sebagai Ketua Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama PAC Metro Timur. Selain itu Zaki juga kerap aktif dalam kegiatan volunteer diantara volunteer yang pernah diikuti adalah: Milenial Mengabdi (MM) 3.0 Bali, Milenial Mengabdi (MM) 4.0 Labuan Bajo, Global Youth Ambassador (GYA) #9 Messah, Labuan Bajo, Indonesia Youth Volunteer x World Youth Action Labuan Bajo (OWF).

Kalian bisa mengunjungi profil Zaki melalui:

- Instagram : Zakinlfkri_
- E-mail : zakinulfikri1612@gmail.com