

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengelola bank sampah melalui sistem cerdas komunikasi pemasaran

Agustin Rozalena

Program Studi Administrasi Keuangan, Politeknik Piksi Ganesha,
Jalan Jend. Gatot Subroto No. 301, Bandung 40274 Bandung, Indonesia
* Corresponding Author. Email: alen.rozalena@gmail.com

Received: 24 June 2020; Revised: 28 July 2020; Accepted: 4 August 2020

Abstrak: Munculnya keraguan dari masyarakat dalam mengelola bank sampah di Desa Sumpersari, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung sejauh ini dikarenakan masih terbatasnya pengetahuan dan pemahaman pengelolaan bank sampah secara umum. Informasi pengolahan sampah masih belum dianggap sebagai “sahabat” dalam menjaga kebersihan, lebih bermanfaat dan memiliki dampak ekonomi bagi hidup masyarakat. Salah satu alternatif dalam mendukung program penguatan bank sampah melalui peningkatan pengetahuan, pemahaman serta dukungan keterampilan di bidang komunikasi pemasaran. Bagi pengelola bank sampah, kegiatan ini dapat meningkatkan kemampuan komunikasi pemasaran dalam upaya lebih kreatif menyampaikan manfaat bank sampah dan prospek pemasaran sampah. Metoda pelaksanaan dalam mewujudkan program peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengelola bank sampah melalui metode penyuluhan terintegrasi dan pelatihan secara sistematis. Hasil pengabdian menunjukkan pengelola semakin memahami dan terampil dalam menerapkan praktik komunikasi pemasaran bank sampah kepada calon nasabah. Pengelola bank sampah lebih percaya diri dalam mengemban program kebersihan dan manfaat sampah ini, sehingga harapan masyarakat yang “bersahabat” dengan sampah dan kepedulian terhadap desa berbasis ecovillage dapat terwujud.

Kata Kunci: pelatihan peningkatan pengetahuan, pengelola bank sampah, sistem cerdas komunikasi pemasaran

Improvement of knowledge and skill of waste bank officers through marketing communication smart systems

Abstract: The emergence of doubts from the community in managing the waste bank in Sumpersari Village, Ciparay District, Bandung Regency so far is due to the limited knowledge and understanding of waste bank management in general. Information about waste management is not yet considered as a “friend” in maintaining cleanliness, is more useful and has an economic impact on people’s lives. One alternative is to support the garbage bank strengthening program through increased knowledge, understanding and skills support in the field of marketing communication. For officers, this activity can improve marketing communication skills in a more creative effort to convey the benefits of waste banks and the prospects for waste marketing. Implementation method in realizing the program to improve the knowledge and skills of waste bank officers through integrated counselling methods and systematic training. The results of the dedication show that officers are increasingly understanding and skilled in applying the practice of marketing communications of the waste bank to prospective customers. The officers are more confident in carrying out the cleanliness program and the benefits of this waste so that the hope of people who are “friendly” to waste and concern for the village based on ecovillage can be realized.

Keywords: knowledge enhancement training, waste bank officers, marketing communication smart system

How to Cite: Rozalena, A. (2020). Peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengelola bank sampah melalui sistem cerdas komunikasi pemasaran. *JPPM (Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(1), 89-100.
[doi:https://doi.org/10.21831/jppm.v7i1.32647](https://doi.org/10.21831/jppm.v7i1.32647)



PENDAHULUAN

Desa Sumbersari, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat menjadi salah satu desa yang dialiri Sungai Citarum. Sungai terpanjang dan terbesar itu secara tidak langsung ambil bagian dalam penguatan program pemerintah pusat, yaitu Citarum Harum. Kondisi itulah yang secara tidak langsung menjadi perhatian para pemangku kepentingan untuk menyusun program strategis mengatasi masalah sampah.

Masalah sampah kerap dijadikan alasan untuk mewujudkan *smart village* hingga *smart city* sekalipun. Timbunan sampah, baik yang diproduksi dari pasar tradisional maupun limbah rumah tangga menjadi pemikiran bersama bahwa timbunan sampah tidak akan berkurang atau habis, bahkan akan terus bertambah seiring dengan pertumbuhan populasi manusia serta semakin tinggi dan kompleksnya kegiatan manusia (Saputro et al., 2015).

Pemerintah Kabupaten Bandung melalui Dinas Lingkungan Hidup (DLH) mengakui bahwa masalah sampah ini masih memerlukan dukungan semua pihak, sehingga dapat tertangani dengan baik. Selain itu, agar sampah tidak dibuang ke sungai Citarum, maka keberadaan bank sampah sangat diperlukan.

Seperti diketahui dalam pengertian umum, bank sampah merupakan pengelolaan sampah kering secara kolektif yang mendorong masyarakat untuk berperan serta aktif di dalamnya. Sistem ini menampung, memilah dan menyalurkan sampah bernilai ekonomi pada pasar, sehingga masyarakat dapat keuntungan ekonomi dari menabung sampah (Utami, 2013).

Kini, bank sampah di seluruh Indonesia adalah tempat fisik di mana orang dapat bertukar pemborosan mereka untuk uang. Mekanisme pengumpulan ini biasanya ditargetkan pada rumah tangga dan memiliki kesamaan fungsi sebagai bank reguler, seperti mengumpulkan, menabung, dan menghasilkan uang. Diketahui secara luas bahwa bank sampah membantu lingkungan yang lebih bersih. Instalasi bank sampah dapat dilakukan dengan murah; membutuhkan satu-satunya tempat terlindung, timbangan, dan alat sortasi dasar. (Rozalena et al., 2020).

Selain itu, adanya permasalahan dan hambatan yang terjadi di masyarakat memerlukan inovasi untuk meningkatkan kinerja pelayanan serta kerjasama dengan masyarakat itu sendiri (Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bandung, 2018). Bagi Desa Sumbersari dengan adanya Bank Sampah Dari Kita Untuk Kita Bersama (DKUKB) berarti ada kepercayaan dari pemerintah daerah, sehingga melalui Dinas Lingkungan Hidup, desa ini memiliki Tempat Pengolahan Sampah *Reuse, Reduce, Recycle* (TPS 3R) serta fasilitator untuk menyosialisasikan program *RW Zero Waste* untuk limbah organik. Selain itu, kepercayaan ini juga diberikan karena bank sampah sudah mulai menjalin mitra dengan perguruan tinggi termasuk Bintara Pembina Desa (Babinsa) dan Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban Masyarakat (Babinkamtibmas) Desa Sumbersari.

Peninjauan di lapangan menunjukkan, pengelola dan warga desa dirasakan masih belum saling seutuhnya memahami manfaat bank sampah di lingkungan mereka. Pesan yang disampaikan tampaknya belum sampai pada tujuan utama, sehingga kurang terbangunnya komunikasi dua arah dan seimbang. Hal ini semestinya tidak terjadi apabila organisasi bank sampah sendiri memiliki filosofi ideal dengan budaya organisasi melalui sejumlah peran strategis, yaitu menjadi “perekat” antar para pemangku kepentingan. Meskipun pada kenyataannya memiliki tujuan dan kepentingan yang berbeda-beda, namun tetap tujuan mulia dari pendirian bank sampah adalah menjaga lingkungan sekitar, memberdayakan diri dan masyarakat melalui aksi pilah pilih sampah menjadi lebih bermanfaat.

Sebagai sarana, bank sampah yang juga organisasi dapat membentuk *sense of belonging* (rasa ikut memiliki) dan kebanggaan sebagai bagian dari organisasi para pelaku organisasi. Pendapat ini sejalan dengan ekspektasi para warga terkait, bahwa budaya organisasi dapat menggerakkan para pengelola untuk senantiasa segar dengan ide-ide baru demi partisipasi warganya. Dengan menjiwai budaya para anggota akan senantiasa membangun kemampuan menanamkan iklim organisasi yang harmonis dengan komunikasi yang senantiasa mencari perbaikan bersama (Rozalena & Ngare, 2017).

Pada sisi lain, pengetahuan warga yang kurang tersosialisasikan dengan maksimal oleh pengelola, membuat warga kerap meragukan, bahkan sampah dapat mengatasi sampah sepenuhnya, alih-laih bisa “bersahabat” dengan sampah. Warga masih ragu akan potensi ekonomi yang dihasilkan, sehingga minat untuk mencari tahu dan mengenali lebih dekat juga kurang. Beberapa pernyataan yang menunjukkan keraguan warga ini kerap disampaikan dalam Bahasa Sunda sebagai bahasa perekat atau rukun. Pada aspek berbahasa inilah, makna yang dirasakan oleh pengelola beragam, mulai dari tidak mengetahui; mengetahui tetapi kurang memahami; mengetahui tetapi skeptis dan acuh; mengetahui tetapi malas serta ada juga yang sudah mengetahui, memahami dan ingin terlibat.

Dalam filosofi berbahasa ini, menyiratkan keluhuran berbudi pekerti. Salah satu yang menjadi dasar filosofi adalah bagaimana berbicara merupakan perumpamaan segala sesuatu yang akan terjadi untuk masa depan. Dengan demikian, alangkah baiknya saat berbicara tidak asal bicara, akan tetapi pada kesempatan berbicara, seyogyanya dipikirkan terlebih dahulu. Hal ini akan menyiratkan makna suatu manfaat dan terhindar dari kesia-siaan. Makna berbicara bagi orang Sunda merupakan landasan cara berpikir, merasakan dan bertindak mengenai apa pun yang disampaikan kepada pihak lain. Berbicara juga menjadi lentera demi mencari kebaikan dan bukanlah menyiarkan keburukan. Dalam konteks ini, penulis menemukan pernyataan yang menyiratkan keraguan dengan informasi yang ada sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Pernyataan Keraguan Warga Desa terhadap Keberadaan Bank Sampah

No.	Ragam Pernyataan (Bahasa Sunda)	Makna
1.	“ <i>Duka, teu apal</i> ” (Tidak tahu, tidak paham)	Belum banyak yang mengenal dan mengetahui apa itu bank sampah.
2.	“ <i>Kirang terang</i> ” (Kurang tahu)	Belum memahami manfaat ekonomi dan keberadaan bank sampah.
3.	“ <i>Atuh da, hoream</i> ” (Bagaimana, ya, malas, ah)	Sudah tahu dan paham, tapi enggan untuk bergerak karena malas.
4.	“ <i>Sakeudik hasil na</i> ” (Sedikit hasilnya)	Mengetahui, cukup memahami, tetapi meragukan hasilnya karena hanya melihat satu keuntungan materi yang sedikit.
5.	“ <i>Kumaha cara na?</i> ” (Bagaimana caranya?)	Cenderung ingin mengetahui, tetapi banyak hambatan untuk tahu dan kurangnya informasi untuk mengetahui manfaatnya.

Selain masalah dukungan komunikasi terhadap peningkatan pengetahuan pengelola dan warga, masalah juga tampak pada cara promosi bank sampah agar mudah dikenali sebagai objek organisasi yang produktif. Pentingnya hal ini berkaitan dengan pendapat Komalasari et al. (2019) yang menyatakan bahwa penyusunan tata kelola manajemen bank sampah, dari struktur organisasi yang ada telah dibuatkan struktur organisasi bank sampah mitra, sehingga setiap anggota mengetahui orang-orang yang bertanggung jawab dalam pengelolaan bank sampah.

Dalam konteks komunikasi pemasaran, pengelola bank sampah masih belum mampu mengomunikasikan arti penting dan nilai-nilai positif bagi kepedulian lingkungan dan sampah ekonomis yang dihasilkan melalui bank sampah. Hal ini tentu berkaitan dengan masih kurangnya pengetahuan untuk menggunakan media informasi lebih maksimal. Padahal komunikasi memerlukan keterampilan dalam praktiknya. Keterampilan komunikasi sendiri merupakan kegiatan yang didasarkan pada ide dan pemikiran baik secara lisan, tertulis, atau pesan nonverbal (Rozalena et al., 2020).

Aktualisasi yang ada pada masyarakat menunjukkan bahwa komunikasi memiliki fungsi komunikasi sosial. Bahkan, suatu program kegiatan akan berjalan lancar dan mencapai tujuan apabila masyarakat yang ikut berpartisipasi aktif dan memberikan persepsi dan partisipasi yang positif. Pertemuannya dengan orang lain di masyarakat memungkinkan pada diri seseorang terbangun konsep diri serta kemampuannya dalam menafsirkan situasi apapun yang dihadapi dapat lebih mudah. Adapun konsep diri yang dimaksud adalah bagaimana seseorang meman-

dang mengenai siapa dirinya dan itu hanya bisa diperoleh melalui informasi yang diberikan orang lain (Isti et al., 2017).

Senada dengan masalah tersebut, kurangnya pemahaman dan pengetahuan yang memadai tentang bank sampah dan metode operasionalnya mempengaruhi rendahnya tingkat partisipasi untuk menjadi nasabah bank sampah. Selain partisipasi, program bank sampah sebenarnya membutuhkan metode yang tepat kompatibel dengan kebiasaan dan budaya setempat. Bank sampah merupakan salah satu solusi dalam penanganan volume sampah yang masih timbul tidak dikelola secara menyeluruh (Widiyanto & Rahab, 2017).

Adapun masalah dalam komunikasi pemasaran secara umum berkaitan dengan hal-hal yang tertera pada Tabel 2.

Tabel 2. Masalah Komunikasi Pemasaran

No.	Masalah
1.	Informasi profil dan organisasi
2.	Promosi program
3.	Hubungan masyarakat

Berdasarkan uraian masalah dan hambatan yang dihadapi oleh bank sampah terutama pada pengelolaan manajemen pemasaran, maka tujuan dari kegiatan ini, yaitu (1) untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pengelola bank sampah; dan (2) memberikan pelatihan *public speaking* sebagai upaya penerapan komunikasi pemasaran.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini secara praktik berbasis penyuluhan dan pelatihan. Peserta yang notabene adalah pengelola bank sampah diberikan model penyuluhan dua arah dan partisipasi dalam mencapai target peningkatkan pengetahuan dan pemahaman sistem cerdas di bidang komunikasi pemasaran. Selanjutnya, dalam meningkatkan keterampilan berkomunikasi secara efektif, peserta diberikan pelatihan *public speaking* mengenai penerapan komunikasi pemasaran, yaitu promosi dan hubungan masyarakat.

Indikator Keberhasilan Kegiatan

Tabel 3. Target Indikator Keberhasilan Kegiatan

No.	Indikator	Kondisi Sebelum Pelatihan	Pencapaian Keberhasilan Pelatihan
1.	Pengetahuan mengenai prinsip dasar dalam sistem cerdas komunikasi pemasaran bank sampah.	Mengetahui sebatas informasi dari mulut ke mulut tanpa adanya penyebaran melalui media informasi. Belum mengetahui komponen promosi program bank sampah.	Pemahaman mengenai informasi melalui media informasi yang ada. Peningkatan pengetahuan program bank sampah secara terstruktur melalui media daring.
2.	Penerapan pemahaman melalui latihan.	Hubungan masyarakat sangat kurang dan bersifat siapa yang mau dan tertarik saja. Menggunakan jenis tindak tutur deskriptif. Belum memahami, sehingga tidak ada latihan untuk menerapkannya.	Peningkatan pengetahuan dalam berkomunikasi kepada warga menggunakan pola Gerakan Strategi Komunikasi, "Maju Terus Pantang Mundur" Latihan penerapan komunikasi pemasaran berbasis komunikasi persuasif efektif.

Pelaksanaan pelatihan diharapkan para karyawan dapat bekerja dengan baik dan benar sesuai bidangnya, semakin mampu memahami dan melaksanakan fungsinya dalam organisasi dan dapat ikut serta dalam memajukan perusahaan (Sartika, 2018). Pada tataran perencanaan, kegiatan peningkatan pengelolaan bank sampah melalui sistem cerdas komunikasi pemasaran ditekankan pada aspek peningkatan pengetahuan dari yang sudah tahu tetapi masih kurang memahami hingga mencapai pemahaman bagaimana menggerakkan dan mempersuasi warga melalui filosofi dasar pengelolaan bank sampah dengan Pola ABCD, pengetahuan pilar pengelolaan komunikasi pemasaran dan gerakan strategi komunikasi, "Maju Terus Pantang Mundur".

Pencapaian berikutnya adalah keterampilan berkomunikasi lisan, tulisan maupun non-verbal sesuai dengan konteks budaya Sunda. Pada pelaksanaannya, peserta diberikan pelatihan *public speaking* dan memberikan simulasi atau latihan mengomunikasikannya kepada calon nasabah.

Model Evaluasi

Model evaluasi yang digunakan adalah model evaluasi program pelatihan dari Kirkpatrick. Model ini diberi nama *Evaluating Training Programs: The Four Level*. Evaluasi keefektifan program pelatihan menurut model ini dilaksanakan dalam empat langkah: *reaction* (reaksi), *learning* (belajar), *behaviour* (tingkah laku), dan *result* (hasil) (Kirkpatrick, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi kegiatan ini berada di Desa Sumbersari, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Bank sampah yang bernama Dari Kita untuk Kita Bersama (DKUKB) ini didirikan pada tahun 2018 dengan dukungan perangkat desa sepenuhnya. Kepala desa memberikan nama bank sampah DKUKB dimaksudkan agar manfaat dan hasil bank sampah adalah untuk warga itu sendiri, tetapi kelak mampu memberikan dampak lebih luas bagi lingkungan rumah dan desa pada umumnya.

Bank sampah DKUKB Desa Sumbersari sejauh ini sudah memiliki perangkat organisasi secara mandiri melalui dukungan dari kepala desa. Beberapa peralatan administrasi dengan aplikasi sistem informasi pencatatan, namun masih terbatas pada pengelolaan informasi pemasaran, baik pengenalan, sosialisasi dan informasi mengenai bank sampah sendiri maupun program dan produk limbah yang diolah melalui bank sampah.

Dalam upaya meningkatkan pengetahuan pengelolaan bank sampah melalui sistem cerdas komunikasi pemasaran bank sampah, maka kegiatan pelatihan ini menitikberatkan pada pemahaman dan terampil dalam menerapkan konsep-konsep sistem cerdas yang ditawarkan. Kegiatan sendiri terdiri dari dua tahap, yaitu sosialisasi dan pelaksanaan pelatihan peningkatan pengetahuan secara sistematis.

Kegiatan sosialisasi ini berkaitan dengan pengenalan model kegiatan kepada para pengelola dan Ketua Rukun Warga Desa Sumbersari yang untuk mendengarkan penyampaian metode, audiensi dan aksi kerja saat kegiatan berlangsung. Kedua, tahap pelaksanaan, yaitu realisasi dari rencana yang disosialisasikan sebelumnya.

Tiga Sistem Cerdas

Pengelolaan bank sampah merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam penguatan strategi penerapan 3R (*reduce, reuse dan recycle*). Sistem 3R yaitu Reduce, reuse dan recycle adalah sistem pengelolaan sampah yang berorientasi pada pencegahan timbulnya sampah, meminimalisir sampah dengan memanfaatkan kembali barang yang masih dapat digunakan, mendaur ulang sampah menjadi sesuatu yang bermanfaat serta penerapan pembuangan sampah yang ramah lingkungan (Helmi et al., 2018). Menurut Dirjen Cipta Karya, bank sampah adalah salah satu strategi penerapan 3R (*reduce, reuse dan recycle*) dalam pengelolaan sampah pada sumbernya di tingkat masyarakat. Pelaksanaan bank sampah pada prinsipnya adalah salah satu rekayasa sosial untuk mengajak masyarakat memilah sampah. Dengan menukarkan sampah dengan uang atau barang berharga yang dapat ditabung, masyarakat akhirnya terdidik untuk

menghargai sampah sehingga mereka mau memilah sampah (Kementrian Pekerjaan Umum Republik Indonesia, 2011). Hal tersebut juga tidak terlepas dari konsep bank sampah sendiri yang mengadopsi manajemen bank pada umumnya. Selain bisa sebagai sarana untuk melakukan gerakan penghijauan, pengelolaan sampah juga bisa menjadi sarana pendidikan gemar menabung untuk masyarakat dan anak-anak (Santoso, 2020).

Hal ini senada dengan pendapat bahwa pengembangan bank sampah akan lebih terintegrasi dengan adanya dukungan dari pemerintah daerah setempat dan pihak pengusaha lokal menjadi sangat penting. Pada dasarnya intervensi pihak pemerintah daerah setempat diperlukan dalam mendukung kelancaran kegiatan serta peran pihak perusahaan/pengusaha lokal diperlukan untuk meningkatkan nilai ekonomis dari pengolahan sampah di komunitas (Asteria & Heruman, 2016).

Pengabdian masyarakat yang didorong oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) kampus juga merupakan satu kesatuan untuk melahirkan ide-ide baru seperti halnya mencari alternatif pengelolaan limbah melalui pembangunan bank sampah berbasis masyarakat. Ide baru berupa sistem cerdas diperlukan untuk memberi motivasi dan pengalaman bagi pengelola, seperti yang disampaikan pada kegiatan ini.

Sistem cerdas pertama, yaitu filosofi dasar pengelolaan bank sampah yang digambarkan dengan Pola ABCD (Antusias, Belajar, Cermat, Dermawan). Kata A pada pola pertama ini, yaitu antusias, menyatakan bahwa perlu ditumbuhkan sikap antusias terhadap alternatif pengelolaan limbah ini dengan adanya bank sampah karena sama artinya dengan antusias juga mendukung program pemerintah melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 tentang pengelolaan sampah (2018), mengurangi, menggunakan kembali dan mendaur ulang sampah.

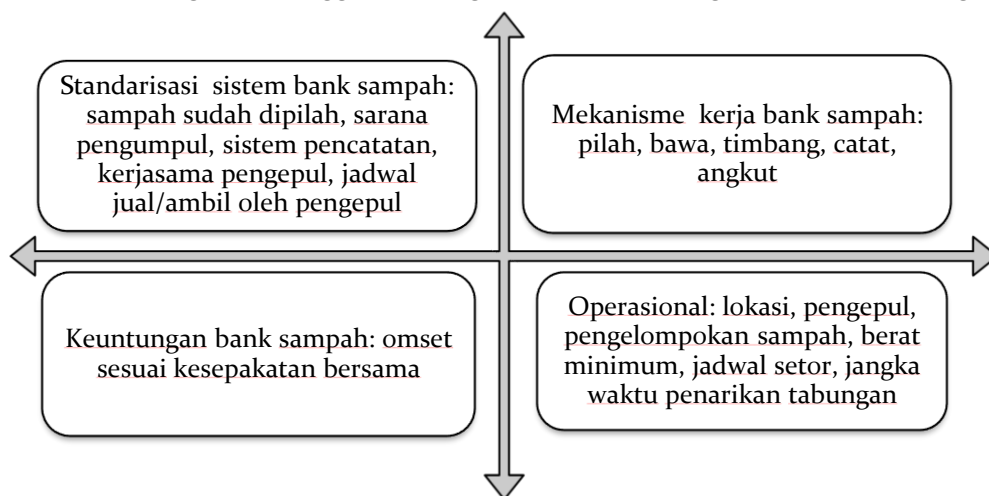
Huruf B pada pola kedua, yaitu belajar, bermakna mampu mengelola sampah rumah tangga. Mengetahui dan memahami alur kerja sampah rumah tangga, pemilahan sampah organik dan nonorganik. Huruf C, yaitu berkaitan dengan kata cermat yang bermakna berpikir untuk produktif. Memproduksi sampah sebagai alternatif meningkatkan perekonomian. Adapun huruf D adalah kata dermawan yang bermakna bermanfaat bagi sesama dan selaras dengan nama serta moto bank sampah Desa Sumpersari, yaitu dari Kita Untuk Kita Bersama (DKUKB).

Sistem cerdas kedua, yaitu pilar pengelolaan bank melalui prinsip komunikasi pemasaran secara satu kesatuan tanpa terpisah. Efektivitas komunikasi pemasaran sosial dapat dilihat dari perubahan sikap sasaran. Efek atau respons konsumen berdasarkan efek kognitif/pengetahuan menurut Tjiptono (2008) adalah membentuk kesadaran informasi tertentu. Dampak kognitif yang timbul pada komunikasi yang menyebabkan komunikan menjadi tahu atau meningkatkan intelektualitasnya. Di sini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pemikiran komunikan. Tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran si komunikan (Sagala & Kusumastuti, 2017). Praktik komunikasi yang akan diberikan berkenaan dengan bagaimana pengelola/pengurus bank sampah mengenalkan, membujuk, mempengaruhi orang lain/kelompok/warga untuk menabung sampah, menjaga lingkungan tetap bersih dan mendukung program pemerintah dengan berbagai saluran/media yang ada. Para pengelola akan mendapatkan keterampilan komunikasi yang sangat diperlukan.

Dalam hal ini apa yang dikomunikasikan? Gambar 1 merupakan komponen konteks yang akan dikomunikasikan kepada calon nasabah atau warga desa. Adapun yang berkaitan dengan pemasaran, yaitu bagaimana pengelola bank sampah merencanakan, menyusun kegiatan program sadar memilah dan menabung sampah, membangun hubungan baik dengan nasabah, calon nasabah dan warga sekitar, serta menjaga standar kerja bank sampah, sehingga pelayanan tetap baik dan nilai jual produk bank sampah bernilai tinggi.

Sistem cerdas ketiga adalah gerakan strategi komunikasi "Maju Terus Pantang Mundur" (Gambar 2). Pada sistem ini terdapat enam komponen penggerak strategi yang mengacu pada siapa, katakan apa, saluran/medianya apa, kepada siapa, tujuannya apa dan hasil gerakan itu adalah sebuah interaksi yang interaktif!

Gerakan pertama adalah menemukan siapa inisiator yang peduli dan berinisiatif memulai, menggerakkan, memberdayakan dan meneruskan misi mulia bank sampah beserta seluruh komponennya. Inisiator ini bisa bermula dari kepala desa, anggota Babinsa, Babinkamtibmas, Ketua RW/RT, mitra dari perguruan tinggi dan warga desa sendiri yang mau tahu dan bergerak.



Gambar 1. Komponen Konteks yang Dikomunikasikan

Gerakan kedua merupakan sikap berani menyatakan menyatakan hal baik dan bermanfaat mengenai sistem bank sampah bagi pemberdayaan masyarakat. Gerakan ketiga berkaitan dengan pemilihan saluran dan media yang efektif agar isi inisiasi dari tokoh penggerak tadi lebih mudah sampai pada warga sasaran atau calon nasabah. Saluran dapat berupa pertemuan langsung atau jaringan antar keluarga, baik memanfaatkan media pribadi maupun sosial untuk informasi publik.

Gerakan keempat berorientasi pada pihak sasaran yang tepat, sehingga pesan baik dan manfaat bank sampah. Dalam hal ini termasuk promosi bank sampah dan programnya dapat disampaikan lebih efektif meliputi seluruh warga desa dan para tokoh desa sebagai penggerak.

Gerakan kelima ini, yaitu tujuan yang ingin dicapai, seperti halnya tujuan utama menjaga lingkungan dan dampak ekonomis. Tujuan juga mengaitkan gerak tokoh penggerak dengan efek dan umpan balik yang diterima. Artinya, apa yang disampaikan oleh inisiator atau penggerak seyogyanya memberikan dapat menerima respons dan tanggapan, baik yang menerima, penolakan maupun tidak terakses informasi berkaitan dengan tujuan dari manfaat maupun promosi Gerakan terakhir ini terwujudnya situasi yang interaktif. Artinya, di antara pemangku kepentingan terjalin jejaring sosial ekonomi yang sama-sama saling menguntungkan dan berkelanjutan.



Gambar 2. Gerakan strategi komunikasi “Maju Terus Pantang Mundur”

Sosialisasi Kegiatan

Kegiatan sosialisasi ini dimaksudkan membuka wawasan para pengelola Bank Sampah DKUKB Desa Sumbersari dalam mengelola aspek komunikasi pemasaran secara cerdas. Pada tahap ini, sosialisasi dilakukan dengan tiga bentuk, yaitu menggunakan metode pendekatan dan pengamanaan di lingkungan desa dan sekitar TPS dimana Bank Sampah DKUKB berada. Berikutnya melaksanakan audiensi dengan pengelola bank sampah, aparat desa melalui pertemuan tatap muka di kantor Bank Sampah DKUKB. Selain itu, sosialisasi juga menjadi kesempatan untuk memetakan bahan dan materi yang akan diberikan saat kegiatan pelatihan. Bahan atau materi pelatihan merupakan sarana yang dapat digunakan untuk menyampaikan isi atau materi program pelatihan (Rozalena & Dewi, 2017).

Tabel 4. Sosialisasi Kegiatan

No.	Bentuk Sosialisasi	Pola Komunikasi	Aksi Kerja
1.	Metode	Pendekatan dan pengamatan melalui kunjungan.	Mengenali masalah dan kebutuhan para pengelola.
2.	Audiensi	Informatif	Menyampaikan format waktu dan teknis pelaksanaan kegiatan.
3.	Saluran	Tatap muka	Berdialog dan berdiskusi.

Tabel 5. Pelaksanaan Kegiatan

No.	Jenis kegiatan	Pola Komunikasi	Tujuan	
1.	Penyampaian materi sistem cerdas	a. Pola sistem ABCD b. Pengetahuan pilar pengelolaan komunikasi pemasaran. c. Gerakan strategi komunikasi pemasaran.	Dua arah, tatap muka, penyuluhan dan ceramah.	Menginformasikan isi materi secara jelas dan efektif.
2.	<i>Ice breaking</i>		Satu arah, tatap muka, instruksi,	Menghibur
3.	Latihan praktik <i>public speaking</i>		Dua arah, tatap muka.	Melaksanakan konsep dan teori pada materi dan uji terampil.

Pelaksanaan Pelatihan

Pada tahap pelaksanaan ini, kegiatan mengacu pada dua target pencapaian, yaitu tahap penyerapan semua aspek sosialisais di lapangan melalui tager indikator. Target pertama peningkatan pengetahuan melalui penyampaian matersi sistem cerdas komunikasi pemasaran, aktivitas *ice breaking* serta latihan praktik *public speaking*. Untuk mencapai target indikator tersebut, maka diperlukan pola komunikasi antara pemateri dengan peserta melibatkan saluran yang disesuaikan dengan materi yang diberikan. Proses pelaksanaan ini juga menyesuaikan dengan tujuan masing-masing materi.

Selanjutnya, pada target kedua, yaitu penerapan pemahaman para pengelola bank sampah dan Ketua Rukun Warga yang di undang terhadap materi untuk mengikuti pelatihan melalui praktik dengan saluran komunikasi yang ada.

Aksi Kerja

Strategi komunikasi efektif dan persuasif berbeda dalam setiap bahasa (Amalia et al., 2018). Dalam konteks komunikasi publik para komunikator mengirim pesan berupa ide, informasi, atau undangan ke banyak orang. Pesan semacam itu dapat berbentuk sosialisasi, pendidikan, dan bahkan motivasi. Demikian pula saat pesan atau informasi yang akan dipraktikkan oleh para pengelola kepada warga desa, maka yang disampaikan berkenaan dengan kepentingan publik

terutama berkaitan dengan informasi bank sampah, seperti prosedur menjadi nasabah bank sampah, alur penyetoran sampah kering yang sudah dipilih dari rumah.

Berkomunikasi dengan calon nasabah merupakan bagian penting dari urusan publik yang diharapkan dapat mengubah pandangan dan keinginan publik. Menyebarkan pesan publik mencakup saluran atau media yang menyebabkan simultanitas. Pemilihan saluran atau media komunikasi publik cukup tergantung pada tujuan dan sasaran publik. Sifat heterogen komunikasi publik memungkinkan pesan dapat dialamatkan kepada siapa saja, baik organisasi internal maupun eksternal. Kedua organisasi publik juga dapat dikategorikan sebagai khalayak dalam jumlah besar yang tidak dapat diidentifikasi satu per satu oleh komunikator. Artinya, orang yang terlibat dalam publik ini secara individu tidak diakui atau diketahui secara detail latar belakangnya, tetapi memiliki rasa ingin tahu, minat dan keinginan yang sama dengan apa yang dikomunikasikan oleh pembicara. Publik dalam hal ini lebih tepat disebut sebagai kelompok besar yang tidak mencapai kategori massa (Rozalena, 2016).

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka aksi kerja pada penyampaian materi dilaksanakan dengan cara lisan dengan metode ceramah berdimensi penyuluhan dengan umpan balik positif dan pencapaian target pemahaman. Pada aksi kerja menyelipkan kegiatan *ice breaking* atau selingan memotivasi peserta agar tetap fokus pada materi dan suasana pelatihan, maka pemateri melaksanakan *ice breaking* dengan cara mengajak peserta melakukan aktivitas selingan berupa peregangan fisik dan olah rasa sesaat supaya dapat berkonstentrasi dalam suasana segar, nyaman dan santai. Terakhir pada aksi kerja latihan praktik *public speaking*, pemateri memberikan contoh latihan simulasi dengan interaksi antara pengelola dengan teknik berkomunikasi dialogis.

Selain itu, para peserta juga diberikan simulasi saat berkomunikasi secara persuasi, informatif tetapi efektif. *Public speaking* sendiri merupakan keterampilan yang disimulasikan secara langsung di tempat. Keterampilan berbicara di depan umum yang dimaksud dalam kegiatan ini adalah keterampilan komunikasi dalam membujuk audiens untuk kepentingan promosi produk. Peserta diberikan tugas berbicara di depan umum sesuai konteks, baik dalam saluran satu arah maupun dua arah kepada calon nasabah atau warga. Pola praktik ini merupakan keterampilan komunikasi pengelola dalam memberi informasi maupun pengetahuan, mengajak, sekaligus mencoba memetakan umpan balik dari lawan bicaranya.

Evaluasi Kegiatan

Kriteria keberhasilan program, disusun berdasarkan komponen-komponen evaluasi. Apabila suatu kriteria didukung data yang dikemukakan oleh mayoritas informan, maka hal ini menjadi acuan untuk menentukan kecenderungan atau pola data (Aw et al., 2019).

Akhir kegiatan pemateri mengevaluasi kegiatan pelatihan dengan mengacu pada empat komponen, yaitu reaksi, belajar, perilaku, dan hasil (Tabel 6). Evaluasi ini dilakukan dengan melihat bagaimana seluruh komponen pelatihan dapat memiliki antusiasme terhadap program pelatihan sesuai tema dan kompetensi, kegiatan belajar mengajar, harapan pada perubahan perilaku, hasil akhir, maupun biaya yang seefisien mungkin.

SIMPULAN

Kegiatan ini telah memberikan pemahaman terhadap pentingnya suatu sistem cerdas dalam hal penyampaian informasi terutama dalam komunikasi pemasaran. Proses yang dilalui oleh para pengelola setelah mengikuti ini setidaknya membantu mengupayakan penguatan kapasitas bank sampah DKUKB Desa Sumbersari, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung agar semakin mandiri dan berdaya dalam hal organisasi maupun program. Adanya fasilitas administrasi dan dukungan fasilitator dari Dinas Lingkungan Hidup, Kabupaten Bandung serta mitra dari perguruan tinggi merupakan bekal dalam hal manajemen bank sampah agar lebih baik. Para pengelola diberikan pemahaman berkenaan dengan layanan informasi dan promosi menabung di banksampah melalui penyuluhan dan pelatihan komunikasi pemasaran.

Hasil pencapaian dari kegiatan ini, para pengelola mempunyai kapasitas pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni, sehingga peran bank sampah sama halnya dengan sumber ekonomi keluarga dan masyarakat itu sendiri. Oleh sebab itu, perlunya peningkatan pengetahuan dan pemahaman sehubungan dengan pengelolaan bank sampah, termasuk meningkatnya kesadaran untuk membangun bank sampah yang lebih baik adalah tujuan terwujudnya bank sampah yang menghidupkan semangat gotong royong.

Tabel 6. Hasil Evaluasi Pelatihan

Indikator	Proses Pencapaian Keberhasilan Pelatihan	Hasil Evaluasi Keberhasilan Pelatihan secara Kognitif
1. Pengetahuan mengenai prinsip dasar dalam sistem cerdas komunikasi pemasaran bank sampah; promosi dan hubungan masyarakat. 2. Penerapan pemahaman melalui latihan.	Reaksi	1) Respons terhadap materi, metode, pemateri. 2) Inisiatif mengajukan ide dan gagasan, pertanyaan dan pernyataan.
	Belajar	1) Pengetahuan baru yang diperoleh. 2) Keterampilan berkomunikasi.
	Perilaku	1) Peningkatan keterampilan. 2) Dorongan untuk beraktivitas.
	Hasil	1) Memahami sistem cerdas komunikasi pemasaran 2) Terampil menginisiasi dan merespons komunikasi lisan, tulisan dan nonverbal.
		1) Kemampuan menilai dan memberikan respons positif terhadap penyuluhan maupun ceramah. 2) Kemampuan membuat keputusan untuk menyatakan hal-hal sesuai dengan situasi yang dihadapi. 3) Kemampuan membedakan konteks komunikasi selama kegiatan. 4) Kemampuan memahami dan menjelaskan keterkaitan setiap konsep maupun praktik.
		1) Menerima manfaat dari sumber belajar baru. 2) Menambah pengalaman untuk mencoba dan berlatih sesuai dengan arahan dan simulasi.
		1) Konsisten mengikuti kegiatan dengan aksi akomodatif. 2) Meningkatnya rasa percaya diri untuk tampil di depan umum. 3) Keberanian untuk memulai pembicaraan, mengajak beraktivitas dan menyatakan secara lugas berdasarkan konteks dan budaya.
		1) Kemampuan mengidentifikasi dan menyebutkan informasi: <ol style="list-style-type: none"> profil bank sampah (logo, alamat lengkap, para pengurus); prosedur menabung; syarat menjadi nasabah. 2) Kemampuan menjelaskan dan mengartikan konsep pilar pengelolaan sistem cerdas komunikasi pemasaran, Pola ABCD dan Gerakan Strategi Komunikasi secara praktis. 3) Terampil tanpa bimbingan menerapkan simulasi <i>public speaking</i> sesuai materi dengan gaya komunikasi masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, R. M., Citraesmana, N., & Saefullah, E. (2018). Keefektifan promosi produk melalui

- public relations di Balai Dinas Perkoperasian dan Wirausaha Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(12), 1043-1046.
- Asteria, D., & Heruman, H. (2016). Bank sampah sebagai alternatif strategi pengelolaan sampah berbasis masyarakat di tasikmalaya. *Jurnal Manusia Dan Lingkungan*, 23(1), 136. <https://doi.org/10.22146/jml.18783>
- Aw, S., Widiarti, P. W., & Hastasari, C. (2019). Evaluasi program pelatihan keterampilan dasar komunikasi bagi siswa di SMKN 1 Godean Sleman. *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*, 16(1), 11-20. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v16i1.24480>
- Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bandung. (2018). *Rencana kerja (Renja) 2019*.
- Helmi, H., Nengsih, Y. K., & Suganda, V. A. (2018). Peningkatan kepedulian lingkungan melalui pembinaan penerapan sistem 3R (reduce, reuse, recycle). *JPPM (Jurnal Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(1), 1-8. <https://doi.org/10.21831/jppm.v5i1.16861>
- Isti, D. N., Komar, O., & Heryanto, N. (2017). Persepsi dan partisipasi masyarakat terhadap pemanfaatan dana desa untuk pemberdayaan masyarakat di Desa Kertajaya Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 1(1), 52-62. <https://ejournal.upi.edu/index.php/pls/article/view/8733>
- Kementrian Pekerjaan Umum Republik Indonesia. (2011). *Diseminasi dan sosialisasi keteknikan bidang PLP: Materi I bidang sampah*. Direktorat Pengembangan Penyehatan Lingkungan Permukiman Direktorat Jenderal Cipta Karya Kementrian Pekerjaan Umum.
- Kirkpatrick, D. L. (2009). *Implementing the four levels: A practical guide for effective evaluation of training programs: Easyread super large 24pt edition*. Berrett-Koehler Publishers.
- Komalasari, Y., Suryantari, E. P., & Martini, N. K. (2019). Pendekatan komprehensif bank sampah sebagai alternatif pengelolaan sampah. *Paradharma : Jurnal Aplikasi IPTEK*, 3(2), 120-128. <https://doi.org/10.36002/jpd.v3i2.1047>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah, Pub. L. No. 18 (2018).
- Rozalena, A. (2016). Public communication model for social enterprise. *Piksi International Conference on Knowledge and Sciences 2016 (2nd PICKS 2016)*, 1-8.
- Rozalena, A., & Dewi, S. K. (2017). *Manajemen pendidikan dan pelatihan bagi karyawan*. Raih Asa Sukses.
- Rozalena, A., & Ngare, F. (2017). Filosofi nilai-nilai budaya Sunda grup Ma'soem. *Jurnal Sketsa*, 4(2), 61-74. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/sketsa/article/view/3395>
- Rozalena, A., Sulaeman, M., Mulyati, S., & Gunawan, H. (2020). Business communication skill model based on internet of thing (IoT). *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(3), 072010. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1477/3/072010>
- Sagala, R. B., & Kusumastuti, Y. I. (2017). Efektivitas strategi komunikasi pemasaran sosial kampanye sustainable seafood, WWF-Indonesia. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 1(1), 55. <https://doi.org/10.29244/jskpm.1.1.55-64>
- Santoso, P. (2020). Pengembangan manajemen bank sampah "Safa Marwa" Desa Wonokromo Bantul. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 27-32. <https://doi.org/10.31599/jstpm.viii.254>
- Saputro, Y. E., Kismartini, K., & Syafrudin, S. (2015). Pengelolaan sampah berbasis masyarakat melalui bank sampah. *Indonesian Journal of Conservation*, 4(1), 83-94. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/ijc/article/view/5162>
- Sartika, R. (2018). Pengaruh pelatihan terhadap kinerja karyawan PT. Jasa Raharja (Persero) Kantor Pusat Jakarta. *Aktiva-Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 21-30.
- Tjiptono, F. (2008). *Service management mewujudkan layanan prima*. Andi Offset.

- Utami, E. (2013). *Buku panduan sistem bank sampah dan 10 kisah sukses*. Yayasan Unilever Indonesia.
- Widiyanto, A. F., & Rahab, R. (2017). Community participation in bank of garbage: Explorative case study in Banyumas regency. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 30(4), 367. <https://doi.org/10.20473/mkp.V30I42017.367-376>