

Manifestasi Teori Komunikasi Sosial dalam Kampanye Sedekah Sampah untuk Mengatasi Krisis Iklim di Wilayah Pesisir Lombok Barat

Muhamad Khalid Iswadi¹, Idham Halid², Pauzan³, Alfani Hadi⁴

¹⁻³Politeknik Medica Farma Husada Mataram, STAI Al-Amin Gersik Kediri
Lombok Barat NTB⁴

*e-mail: alitiswadi10@gmail.com¹, idhamhalid1988@gmail.com²,
ozanfauzan552@gmail.com³, alfanhadi70@gmail.com⁴

Abstrak

Pengelolaan sampah, khususnya sampah plastik, menjadi tantangan utama dalam menghadapi krisis iklim di wilayah pesisir. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan pendekatan partisipatif yang menggabungkan prinsip-prinsip komunikasi sosial dan teori perubahan perilaku berbasis komunitas (Community-Based Social Marketing, CBSM) dalam kampanye sedekah sampah di Desa Sekotong Barat, tepatnya di Dusun Medang dan Pesisir Pantai Desa Cemara. Metode yang digunakan adalah komunikasi sosial untuk membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan sampah, diikuti dengan ajakan untuk berpartisipasi aktif dalam gerakan sedekah sampah yang bernilai jual. Kampanye ini didorong oleh model CBSM, yang telah terbukti efektif dalam merubah perilaku masyarakat terhadap isu lingkungan. Model ini melibatkan masyarakat secara langsung dalam perencanaan dan implementasi program pengurangan sampah. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat meningkat, dan sampah plastik yang sebelumnya dianggap sebagai limbah, kini dipandang sebagai sumber daya yang dapat digunakan untuk tujuan sosial. Pendekatan ini juga berhasil merubah perilaku masyarakat terhadap pengelolaan sampah di wilayah pesisir, dengan menciptakan kesadaran dan aksi nyata dalam mengurangi sampah plastik.

Kata Kunci: komunikasi sosial, sedekah sampah, perubahan perilaku, CBSM, pengelolaan sampah, krisis iklim, pesisir, partisipasi masyarakat.

Abstract

Waste management, especially plastic waste, poses a significant challenge in addressing the climate crisis in coastal areas. This study aims to apply a participatory approach that integrates the principles of social communication and the community-based behavior change theory (Community-Based Social Marketing, CBSM) in the sedekah sampah (waste charity) campaign in Sekotong Barat Village, specifically in Dusun Medang and the Cemara Beach area. The method used is social communication to raise community awareness about the importance of waste management, followed by an invitation for active participation in the sedekah sampah movement, which involves valuable waste. The campaign is driven by the CBSM model, which has proven effective in changing community behavior toward environmental issues. This model engages the community directly in planning and implementing waste reduction programs. The results of this community service indicate an increase in participation, and plastic waste, which was previously considered trash, is now viewed as a valuable resource for social purposes. This approach also successfully

transformed community behavior in waste management in the coastal area, creating awareness and tangible actions in reducing plastic waste.

Keywords: *social communication, sedekah sampah, behavior change, CBSM, waste management, climate crisis, coastal areas, community participation.*

Article Info

Received date: 26th December 2024

Revised date: 22th January 2025

Published date: 23th January 2025

1. PENDAHULUAN

Krisis iklim global telah menjadi isu yang semakin mendesak dalam beberapa dekade terakhir. Perubahan iklim yang ditandai dengan fenomena cuaca ekstrim, kenaikan suhu global, dan meningkatnya frekuensi bencana alam telah memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia dan kelestarian ekosistem. Salah satu penyebab utama krisis iklim adalah akumulasi sampah, terutama sampah plastik, yang mencemari lingkungan. Plastik, yang sangat sulit terurai di alam, telah menjadi polutan utama yang mengancam keberlanjutan lingkungan, khususnya di wilayah pesisir. Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh Jambeck et al. (2015), sekitar 8 juta ton plastik masuk ke lautan setiap tahunnya, yang menyebabkan kerusakan ekosistem laut dan ancaman terhadap kehidupan pesisir, termasuk masyarakat yang bergantung pada sumber daya laut untuk kehidupan mereka. Hal ini menjadi perhatian khusus bagi daerah pesisir seperti Kabupaten Lombok Barat, yang memiliki banyak wilayah pesisir dan komunitas nelayan yang rentan terhadap dampak perubahan iklim.

Di tengah kondisi ini, gerakan pengelolaan sampah yang lebih baik dan berbasis partisipasi masyarakat menjadi salah satu solusi penting untuk mengatasi krisis iklim. Salah satu inisiatif yang mulai mendapat perhatian adalah gerakan *sedekah sampah*. Gerakan ini berfokus pada pengumpulan sampah yang memiliki nilai jual, yang kemudian hasil penjualannya disumbangkan untuk kegiatan sosial, dakwah, dan pendidikan. Konsep sedekah sampah berupaya mengubah paradigma masyarakat yang sebelumnya menganggap sampah sebagai barang yang tidak berguna, menjadi suatu benda yang memiliki nilai sosial dan lingkungan yang tinggi. Sedekah sampah tidak hanya mengurangi jumlah sampah yang berakhir di tempat pembuangan akhir atau laut, tetapi juga

memberi dampak positif bagi masyarakat yang membutuhkan (Daly, 1996). Inisiatif ini sangat relevan untuk diterapkan di wilayah pesisir, mengingat tingginya volume sampah plastik yang mencemari laut dan pesisir.

Sebagai upaya pengurangan sampah yang lebih efektif, edukasi mengenai pengelolaan sampah yang baik sangat penting untuk dilakukan, terutama di kalangan anak-anak dan kaum muda. Generasi muda memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan dalam upaya perlindungan lingkungan, karena mereka cenderung lebih terbuka terhadap ide-ide baru dan perubahan sosial. Oleh karena itu, pendidikan lingkungan yang menekankan pada pentingnya pengelolaan sampah dan pengurangan sampah plastik harus dimulai sejak dini. Sebagaimana diajarkan dalam Islam, setiap tindakan yang baik, termasuk dalam menjaga kebersihan dan melestarikan alam, memiliki nilai ibadah. Dalam Surah Al-Baqarah ayat 11, Allah SWT berfirman: "Dan apabila dikatakan kepada mereka: 'Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi', mereka menjawab: 'Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang mengadakan perbaikan.'" (QS. Al-Baqarah: 11). Hal ini mengajarkan pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan melakukan upaya perbaikan dalam tatanan sosial dan ekologi.

Menurut teori komunikasi sosial, komunikasi yang efektif tidak hanya melibatkan penyebaran informasi, tetapi juga membangun partisipasi aktif dari masyarakat. Teori ini menekankan bahwa perubahan sosial dapat dicapai melalui partisipasi kolektif dan interaksi antara individu dan masyarakat dalam mengatasi masalah Bersama (McQuail, 2010). Gerakan *sedekah sampah* dapat dilihat sebagai salah satu bentuk komunikasi sosial yang melibatkan masyarakat secara langsung, di mana setiap individu diundang untuk berpartisipasi dalam pengumpulan sampah dan mendonasikannya untuk tujuan yang lebih besar. Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak hanya diberi informasi mengenai dampak krisis iklim dan sampah plastik, tetapi juga dilibatkan dalam aksi nyata yang dapat memperbaiki kondisi lingkungan mereka. Dengan kata lain, komunikasi sosial yang berbasis pada partisipasi ini dapat memperkuat rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Selain itu, salah satu tujuan utama dari kampanye *sedekah sampah* adalah mengurangi limbah plastik yang dapat berdampak besar pada krisis iklim. Plastik adalah bahan yang sangat lambat terurai dan mencemari lingkungan dalam jangka waktu yang sangat lama. Limbah plastik yang tidak dikelola dengan baik dapat menambah beban ekologis di wilayah pesisir, yang pada gilirannya dapat memperburuk dampak krisis iklim seperti perubahan cuaca yang ekstrim dan kerusakan ekosistem laut. Oleh karena itu, salah satu fokus utama dari gerakan ini adalah mengubah sampah menjadi suatu barang yang memiliki nilai ekonomi melalui mekanisme donasi. Proses ini tidak hanya mengurangi jumlah sampah yang mencemari lingkungan, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat yang membutuhkan, seperti yang disebutkan oleh Lebreton *et al.* (2017), yang menekankan pentingnya mengurangi sampah plastik dan memperkenalkan sistem daur ulang yang lebih efisien di daerah pesisir.

Melalui kampanye *sedekah sampah*, diharapkan dapat tercapai tiga tujuan utama: pertama, mengurangi jumlah sampah plastik yang mencemari lingkungan, terutama di wilayah pesisir Kabupaten Lombok Barat; kedua, menjadikan sampah sebagai sumber daya yang bernilai, yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan sosial, pendidikan, dan dakwah; dan ketiga, menanamkan kesadaran lingkungan kepada anak-anak dan kaum muda mengenai pentingnya menjaga kebersihan dan melestarikan alam. Dengan melibatkan generasi muda dalam kampanye ini, diharapkan mereka dapat menjadi agen perubahan yang tidak hanya peduli terhadap lingkungan, tetapi juga berperan aktif dalam menciptakan masyarakat yang lebih sadar akan isu-isu sosial dan lingkungan yang ada.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendekatan *partisipatif* yang menggabungkan prinsip-prinsip komunikasi sosial dan teori perubahan perilaku berbasis komunitas. Komunikasi sosial digunakan untuk membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan sampah melalui pesan yang relevan dan mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam *sedekah sampah* yang bernilai jual

(Figueroa, 2020). Gerakan *sedekah sampah* juga didorong oleh model *Community-Based Social Marketing* (CBSM), yang terbukti efektif dalam merubah perilaku masyarakat terhadap isu lingkungan seperti sedekah sampah (McKenzie, 2017). Model ini memanfaatkan pendekatan berbasis komunitas yang melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan implementasi program pengurangan sampah.

Pendekatan ini sesuai dengan penelitian yang menunjukkan bahwa perubahan sosial yang sukses dalam isu lingkungan terjadi ketika masyarakat tidak hanya diberi informasi tetapi juga diajak untuk berperan serta dalam aksi nyata (M. Bovens, 2017). Dalam konteks ini, kampanye *sedekah sampah* bertujuan mengubah perilaku masyarakat terhadap sampah plastik, menjadikannya sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk tujuan sosial. Berdasarkan metode kegiatan tersebut di atas, maka kegiatan Pengabdian ini dilakukan melalui dua langkah, yaitu:

a. Persiapan dan sosialisasi

Tahap pertama dari pengabdian ini adalah sosialisasi dan pengenalan konsep *sedekah sampah* kepada masyarakat. Sosialisasi akan dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi,. Kegiatan ini melibatkan kaum muda sebagai agen perubahan yang dipercaya untuk menyebarkan pesan lingkungan kepada masyarakat (Bovens, 2017, p. 150). Melalui pertemuan, khususnya anak-anak dan kaum muda, akan diberikan pemahaman tentang dampak sampah terhadap lingkungan dan pentingnya pengelolaan sampah

b. Pelatihan dan pembentukan kelompok pengelola sampah

Tahap kedua adalah pelatihan untuk anak-anak dan kaum muda *mengenai* cara memilah sampah yang bernilai jual serta cara pengelolaannya. Pelatihan ini difokuskan pada anak-anak dan kaum muda, yang akan dibekali dengan pengetahuan mengenai daur ulang sampah plastik dan pemanfaatan hasil penjualannya untuk tujuan pendidikan, sosial, dan dakwah. Pembentukan kelompok pengelola sampah di tingkat desa atau komunitas dilakukan untuk memperkuat keberlanjutan pengelolaan sedekah sampah (McKenzie, 2017).

Pembentukan kelompok ini bertujuan untuk meningkatkan kepedulian masyarakat dan memperkuat kerjasama dalam program sedekah sampah.

c. Implementasi pengumpulan sampah dan penjualan

Tahap ketiga adalah pelaksanaan pengumpulan sampah. Setiap individu, khususnya yang telah mengikuti pelatihan, akan mulai *mengumpulkan* sampah yang memiliki nilai jual setiap harinya. Sampah yang terkumpul akan dijual kepada pihak yang dapat mendaur ulang atau mengolahnya untuk tujuan pendidikan, sosial, dan dakwah seperti pendidikan atau bantuan sosial. Selain itu, kegiatan ini juga akan menciptakan rasa solidaritas dan tanggung jawab bersama dalam menjaga kebersihan lingkungan, yang sesuai dengan prinsip yang dijelaskan oleh Wetzel (2018) mengenai pentingnya pengelolaan sampah berbasis komunitas dalam mengatasi isu lingkungan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian yang dilakukan di wilayah pesisir Desa Sekotong Barat, Dusun Medang, dan Pesisir Pantai Cemara bertujuan untuk mengurangi sampah plastik yang mencemari lingkungan, menjadikan sampah sebagai sumber daya bernilai, serta menanamkan kesadaran lingkungan pada anak-anak dan kaum muda. Berdasarkan hasil yang diperoleh selama pengabdian, dapat disimpulkan bahwa penerapan teori komunikasi sosial dalam kampanye *sedekah sampah* berhasil membawa dampak yang positif dalam masyarakat.

a. Terbentuknya 2 Kelompok Sedekah Sampah di Pesisir Pantai Desa Sekotong Barat dan Pantai Cemara

Salah satu hasil utama dari pengabdian ini adalah terbentuknya dua kelompok *sedekah sampah* yang terdiri dari anak-anak dan kaum muda di pesisir pantai Desa Sekotong Barat, Dusun Medang, dan Pesisir Pantai Cemara. Kelompok-kelompok ini terbentuk dengan tujuan untuk memberikan edukasi serta mengajak warga, khususnya anak-anak dan kaum muda, untuk terlibat langsung dalam pengelolaan sampah. Pembentukan kelompok ini menggunakan pendekatan komunikasi sosial yang melibatkan berbagai pihak untuk membangun kesadaran akan

pentingnya pengelolaan sampah. Dalam hal ini, komunikasi sosial berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan membangun komitmen Masyarakat (Figueroa, 2020).

Proses pembentukan kelompok ini melibatkan pendekatan komunikasi dua arah, di mana masyarakat diberikan ruang untuk menyampaikan pandangan dan ide mereka terkait pengelolaan sampah. Berdasarkan penelitian sebelumnya (Sari, 2019, p. 78), komunikasi partisipatif sangat efektif dalam membangun komitmen masyarakat untuk terlibat dalam aktivitas sosial, terutama ketika kelompok tersebut merasa menjadi bagian dari solusi. Dalam hal ini, komunikasi sosial yang dilakukan tidak hanya sekadar penyuluhan, tetapi juga diskusi dan interaksi langsung dengan anggota kelompok. Salah satu anggota kelompok, Marzandi, seorang pemuda setempat, menyatakan:

“Kami merasa lebih dekat dengan program ini, karena kami dilibatkan dalam setiap langkah, bukan hanya diberi tahu apa yang harus dilakukan. Kami merasa ini adalah tanggung jawab bersama untuk menjaga kebersihan lingkungan”



b. Edukasi Sedekah Sampah dengan Cara Bermain Sambil Belajar

Edukasi kepada anak-anak dan kaum muda dilakukan dengan metode yang menarik, yaitu melalui permainan yang mengandung pesan-pesan lingkungan. Salah satu metode yang diterapkan adalah lagu *sedekah sampah* yang berjudul "Satu Satu Ambil Sampahmu," yang diiringi dengan gerakan-gerakan sederhana, sehingga anak-anak dan kaum muda bisa belajar dengan cara yang menyenangkan. Lagu ini berfungsi untuk memudahkan mereka mengingat pesan-pesan penting tentang pengelolaan sampah, sambil meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap lingkungan. Hal ini sesuai dengan konsep *edutainment* yang

menyarankan agar proses pendidikan dilakukan dengan cara yang menghibur dan mudah dicerna oleh peserta didik (Yulianti, 2020).

Selain itu, alat peraga yang digunakan dalam edukasi ini adalah *wayang botol*, sebuah wayang yang terbuat dari limbah sampah plastik. Alat peraga ini bukan hanya bertujuan untuk memperkenalkan konsep sedekah sampah, tetapi juga untuk menunjukkan bahwa sampah dapat dimanfaatkan menjadi sesuatu yang bernilai dan bermanfaat. Alat peraga ini menjadi simbol nyata bahwa setiap individu bisa berkontribusi dalam upaya pengelolaan sampah dan menjaga kelestarian lingkungan. Dalam diskusi setelah kegiatan, salah satu anak, Rahma, mengungkapkan:

"Saya senang sekali bisa belajar dengan cara yang menyenangkan. Dengan wayang botol, saya jadi tahu bahwa sampah plastik bisa jadi sesuatu yang berguna, bukan hanya dibuang begitu saja"

Komunikasi sosial yang digunakan dalam bentuk permainan dan alat peraga seperti ini sesuai dengan prinsip komunikasi partisipatif yang mendasari teori komunikasi sosial, di mana masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga aktif berpartisipasi dalam proses pembelajaran dan perubahan perilaku



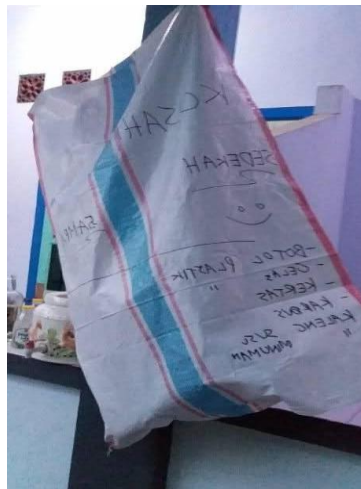
c. Komitmen Peserta untuk Menjadi Agen Perubahan

Peserta yang terlibat dalam kampanye *sedekah sampah* berkomitmen untuk *mensedekahkan* diri mereka dengan membawa minimal satu sampah yang bernilai jual setiap hari. Sampah tersebut dimasukkan dalam karung amal yang tersedia di rumah masing-masing, dan setiap akhir bulan, pada hari Jumat, dilakukan kegiatan "panen

sampah." Pada hari tersebut, sampah yang dikumpulkan oleh peserta akan dijual, dan hasil penjualannya akan dialokasikan untuk kegiatan sosial dan pendidikan di desa tersebut.

Salah satu warga, Bapak Salman, mengatakan: *"Saya merasa bangga bisa ikut serta dalam kegiatan ini. Sampah yang selama ini dianggap tidak berguna, sekarang bisa menjadi berkah bagi banyak orang, terutama untuk membantu anak-anak yang membutuhkan buku dan sembako"*

Komitmen ini mencerminkan keberhasilan komunikasi sosial dalam mendorong partisipasi aktif masyarakat. Melalui penyuluhan yang menggunakan pendekatan yang menyentuh perasaan masyarakat, diharapkan perubahan perilaku terhadap pengelolaan sampah dapat berlanjut. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati *et al.* (2020, p. 134) menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat dalam aksi sosial yang berkelanjutan dapat memperkuat rasa tanggung jawab dan mendorong perubahan yang lebih luas di komunitas.



d. Alokasi Hasil Penjualan untuk Pendidikan dan Kegiatan Sosial

Hasil dari penjualan sampah yang dikumpulkan digunakan untuk mendukung kegiatan sosial dan pendidikan di desa tersebut. Salah satu alokasi utama adalah untuk membantu pembelian buku bagi anak-anak yang tidak mampu di desa Sekotong Barat. Selain itu, hasil penjualan juga dialokasikan untuk mendukung Taman Pendidikan Quran dan pembelian sembako bagi warga yang membutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa *sedekah sampah* tidak hanya berdampak pada

pengurangan sampah plastik, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan sosial masyarakat.

Hasil penjualan juga digunakan untuk mendukung program dakwah yang melibatkan remaja dan anak-anak dalam kegiatan keagamaan, sehingga gerakan ini tidak hanya meningkatkan kesadaran lingkungan tetapi juga mempererat solidaritas sosial di masyarakat. Salah satu penerima manfaat, Ibu Siti, mengatakan:

"Saya sangat bersyukur dengan adanya bantuan sembako dari hasil sedekah sampah. Ini sangat membantu di tengah kesulitan ekonomi yang kami alami"

Penelitian oleh Wetzel (2018, p. 54) menunjukkan bahwa keberhasilan program berbasis komunitas seperti *sedekah sampah* dapat membawa perubahan positif tidak hanya pada pengelolaan sampah, tetapi juga pada peningkatan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat. Hal ini sejalan dengan tujuan dari pengabdian ini yang tidak hanya mengurangi sampah, tetapi juga memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian ini berhasil menunjukkan bahwa penerapan teori komunikasi sosial melalui kampanye *sedekah sampah* memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pengelolaan sampah plastik dan kesadaran lingkungan di Desa Sekotong Barat, khususnya di Dusun Medang dan Pesisir Pantai Desa Cemara. Dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang partisipatif, edukasi yang menyenangkan, serta melibatkan anak-anak dan kaum muda, kampanye ini tidak hanya berhasil mengurangi sampah plastik, tetapi juga berhasil merubah perilaku masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan. Kampanye *sedekah sampah* mampu mengangkat sampah plastik dari sekadar limbah menjadi sumber daya yang bernilai sosial dan ekonomi. Selain itu, hasil dari pengelolaan sampah yang terkumpul juga dialokasikan untuk kegiatan sosial dan pendidikan yang bermanfaat bagi masyarakat setempat, terutama untuk anak-anak kurang mampu. Secara keseluruhan, program ini berperan dalam mengatasi masalah lingkungan dan sosial di wilayah pesisir, serta menciptakan

kesadaran kolektif yang lebih tinggi terhadap pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian alam.

SARAN

1. Penguatan Program di Wilayah Lain: Diharapkan kampanye *sedekah sampah* ini dapat diperluas ke wilayah lain dengan kondisi lingkungan yang serupa, seperti daerah pesisir lainnya, untuk memberikan dampak yang lebih luas terhadap pengelolaan sampah dan kesadaran lingkungan.
2. Peningkatan Partisipasi Masyarakat: Untuk meningkatkan keberlanjutan program ini, penting untuk terus melibatkan lebih banyak pihak, seperti pemerintah desa, lembaga pendidikan, dan organisasi sosial lainnya, agar kampanye ini bisa terus berlanjut dan berkembang lebih baik.
3. Pengembangan Edukasi Lingkungan yang Lebih Variatif: Ke depannya, perlu adanya pengembangan materi edukasi yang lebih variatif dan inovatif, seperti permainan interaktif, penggunaan media sosial, dan teknologi lainnya, untuk menjangkau lebih banyak kalangan masyarakat, terutama generasi muda.
4. Pendampingan Berkelanjutan: Melakukan pendampingan yang berkelanjutan terhadap kelompok-kelompok yang sudah dibentuk untuk memastikan keberhasilan dan kelangsungan program *sedekah sampah* dalam jangka panjang, sehingga kesadaran lingkungan tetap terjaga.
5. Keterlibatan Pihak Swasta: Melibatkan sektor swasta, seperti perusahaan daur ulang atau pihak yang berkepentingan dengan pengelolaan sampah, untuk mendukung aspek ekonomi dari program ini. Hal ini bisa membuka peluang lebih besar dalam pengolahan sampah dan meningkatkan dampak sosial yang dihasilkan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap civitas akademika Politeknik Medica Farma Husad Mataram yang telah memberi dukungan moril dan financial terhadap pengabdian ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- J. R. Jambeck, R. Geyer, , C. Wilcox, and T. R. Siegler, , Plastic waste inputs from land into the ocean. *Science*, Sains, 2015.
- H. E. Daly, *Beyond Growth: The Economics of Sustainable Development.*, Beacon Press., 1996.
- McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.), Sage Publications., 2010.
- L. C. M. Lebreton, A global estimate of marine plastic waste. *Science Advances*, *Science Advances*,, 2017.
- M. E. K. D. L. R. M. &. L. G. Figueroa, *Communication for Social Change Anthology: Historical and Contemporary Readings* Communication for Social Change Consortium, New York, 2020.
- McKenzie-Mohr, *Community-Based Social Marketing: A Guide to Designing Change for Sustainability.*, Gabriola Island.: New Society Publishers, 2017.
- M. Bovens, *The Politics of Public Accountability.*, oxford: Oxford university, 2017.
- D. McKenzie-Mohr, *Community-Based Social Marketing: A Guide to Designing Change for Sustainability*, New Society Publishers: Gabriola Island, 2017.
- K. M. Wetzel, *Environmental Behavior Change in Communities: From Advocacy to Action*, Oxford: Wiley-Blackwell, 2018.
- M. E. Figueroa, *Communication for Social Change Anthology: Historical and Contemporary Readings*, New York: Communication for Social Change Consortium, 2020.
- L. Sari, "Peran Komunikasi Partisipatif dalam Meningkatkan Kepedulian Masyarakat terhadap Pengelolaan Sampah di Kota Surabaya.," *Jurnal Ilmu Komunikasi*,, vol. 12, no. Ilmu komunikasi, p. 1, 2019.
- R. Yulianti, "Edutainment sebagai Metode Pembelajaran Lingkungan di Sekolah Dasar," *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, vol. 8, no. Pendidikan, p. 2, 2020.

- M. d. Rahmawati, "Pengaruh Komunikasi Sosial terhadap Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Sampah di Desa Pesisir," *Jurnal Komunikasi Sosial*, vol. 14, no. Komunikasi, p. 3, 2020.
- K. M. Wetzel, *Environmental Behavior Change in Communities: From Advocacy to Action*, oxford: Wiley-Blackwell, 2018.
- L. Sari, *Peran Komunikasi Partisipatif dalam Meningkatkan Kepedulian Masyarakat terhadap Pengelolaan Sampah di Kota Surabaya*, Surabaya: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2019.
- R. Yulianti, "Edutainment sebagai Metode Pembelajaran Lingkungan di Sekolah Dasar.," *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, vol. 8, no. Pendidikan, p. 2, 2020.