



**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF BANK SAMPAH
JAYADANAKIRTI DI KOTA TANGERANG SELATAN DALAM
MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Disusun Oleh:

Inkganita Putri Hidayat

44222010120

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2025



**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF BANK SAMPAH
JAYADANAKIRTI DI KOTA TANGERANG SELATAN DALAM
MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata (S-1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Inkganita Putri Hidayat

44222010120

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inkganita Putri Hidayat
NIM : 44222010120
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Strategi Komunikasi Persuasi Bank Sampah Jayadanakirti Di Kota Tangerang Selatan Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Desember 2025



Inkganita Putri Hidayat.

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Inkganita Putri Hidayat

NIM : 44222010120

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Bank Sampah Jayadanakirti Di Kota Tangerang Selatan Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 29 Desember 2025 ,didapatkan nilai persentase sebesar 12%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Desember 2025
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 x 021-5840816 (Hunting) Fak. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Inkganita Putri Hidayat
NIM : 44222010120
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Persuasi Bank Sampah
Jayadanakirti Di Kota Tangerang Selatan Dalam Membangun Kesadaran
Masyarakat

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 12 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

a/n



UNIVERSITAS

Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom

NIDN/NUPTK: 0326089202

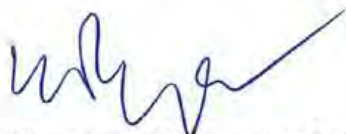
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Desember 2025

Mengetahui,

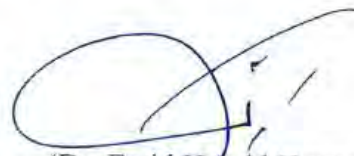
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji versam penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat versam dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Bank Sampah Jayadanakirti di Kota versamavg Selatan dalam Membangun Kesadaran Masyarakat”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami bagaimana Bank Sampah Jayadanakirti menerapkan strategi komunikasi persuasif dalam upaya membangun kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan sampah. Dalam era modern ini, kesadaran masyarakat akan isu lingkungan, khususnya pengelolaan sampah, menjadi sangat penting. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi serta memberikan wawasan bagi masyarakat mengenai pentingnya peran serta dalam menjaga lingkungan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak dapat bekerja sendiri. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penelitian ini. Terima kasih kepada:

1. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Ibu Normillah Helda Fachri serta Marsha Safira Noor selaku narasumber utama dalam penelitian ini, yang telah memberikan waktu, pengetahuan, dan pengalaman berharga terkait pelaksanaan serta strategi komunikasi persuasif di Bank Sampah Jayadanakirti. Terima kasih atas keterbukaan, antusiasme,

dan dukungan yang sangat berarti bagi kelancaran serta kedalaman penelitian ini.

5. Bapak Marjuki, Ibu Beti, dan Ibu Karsie selaku informan dalam penelitian ini, yang telah bersedia memberikan waktu dan informasi berharga dalam proses wawancara. Terima kasih atas kontribusi Bapak/Ibu dalam memperkaya data dan pemahaman penulis mengenai strategi komunikasi persuasif dalam pengelolaan sampah.
6. Almarhum Papa Taufik Hidayat tercinta, yang meskipun telah tiada, kasih sayang, nilai-nilai kehidupan, dan doa beliau senantiasa menjadi kekuatan dan semangat dalam setiap langkah penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan tempat terbaik di sisi-Nya.
7. Mama Yuniati tersayang, yang selalu menjadi sosok panutan dan pendorong utama dalam hidup penulis. Terima kasih atas kasih sayang, doa, pengorbanan, dan semangat yang tak pernah putus untuk keberhasilan penulis.
8. Mami Wiwied dan Papi Fendi, terima kasih atas cinta, dukungan, dan kehadirannya yang selalu menjadi rumah ternyaman serta penyemangat dalam berbagai kondisi. Tanpa kalian, proses ini tentu tidak akan semudah ini dijalani.
9. Bunda Dwi dan Om Bem, yang dengan tulus selalu memberikan dukungan, doa, serta waktu dan perhatian yang begitu berarti. Kehadiran kalian menjadi pelengkap dan penguat yang sangat berharga dalam perjalanan ini.
10. Adik-adik tersayang, Nabilla dan Mizan terima kasih atas tawa, semangat, dan cinta sederhana yang menjadi pelipur lelah di tengah proses ini. Kakak sangat bangga memiliki kalian.
11. Kakek Kasno tercinta, terima kasih atas segala cinta, cerita, dan semangat hidup yang telah Kakek ajarkan. Doa dan kehadiran Kakek, baik secara langsung maupun dalam kenangan, selalu menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menjalani proses ini.

12. Ghatan Ibrahim, terima kasih telah menjadi sosok yang mendukung dengan cara yang sederhana namun bermakna. Kehadiranmu memberi semangat dan warna tersendiri dalam proses ini. Terima kasih telah bersedia tumbuh viiersama.
13. Seluruh teman-teman *Public Relations* angkatan 2022, atas kebersamaan, kerja sama, serta kenangan indah yang telah tercipta selama masa perkuliahan. Semoga kita semua sukses di jalan masing-masing.
14. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas kontribusi, doa, dan bantuan yang telah diberikan. Semoga kebaikan kalian semua dibalas dengan limpahan keberkahan.
15. Terakhir, kepada diriku sendiri, terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap air mata yang jatuh diam-diam, setiap doa yang terucap dalam hati, setiap langkah kecil yang tidak pernah menyerah, aku bangga karena kamu memilih untuk terus maju. Perjalanan ini tidak mudah, namun kamu berhasil melaluinya.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk dan bimbingan-Nya kepada kita semua.

Jakarta, 29 Mei 2025



Inkganita Putri Hidayat

NIM: 44222010120

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inkganita Putri Hidayat
NIM : 44222010120
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Persuasi Bank Sampah
Jayadanakirti Di Kota Tangerang Selatan Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 29 Desember 2025
Yang menyatakan,



(Inkganita Putri Hidayat)

**“STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF BANK SAMPAH
JAYADANAKIRTI DI KOTA TANGERANG SELATAN DALAM
MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT”**

**Inkganita Putri Hidayat
ABSTRAK**

Nama : Inkganita Putri Hidayat
NIM : 44222010120
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif Bank Sampah
Jayadanakirti di Kota Tangerang Selatan Dalam
Membangun Kesadaran Masyarakat.
Pembimbing : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Si.

Bank Sampah Jayadanakirti berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat terkait pentingnya pemilahan sampah sejak dari rumah melalui strategi komunikasi persuasif. Fokus penelitian ini yaitu bagaimana strategi tersebut dijalankan dalam menggerakkan pengetahuan, sikap, dan perilaku warga terhadap pengelolaan sampah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan komunikasi persuasif dalam mendorong partisipasi masyarakat serta perubahan kesadaran lingkungan berbasis komunitas.

Penelitian ini menggunakan teori strategi persuasif DeFleur & Ball-Rokeach yang mencakup *psychodynamic*, *sociocultural*, dan *meaning construction* strategy; tahapan komunikasi persuasif McGuire (presentation-behaviour); serta indikator kesadaran masyarakat yang berkembang secara bertahap melalui pengetahuan-sikap-perilaku berdasarkan Jamanti. Ketiga kerangka teori tersebut digunakan sebagai instrumen analisis untuk melihat keterkaitan strategi, proses persuasi, dan perkembangan kesadaran warga.

Penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme dengan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, dan dokumentasi, dengan pemilihan informan secara purposive sampling yang terdiri atas dua informan kunci (pengelola inti Bank Sampah Jayadanakirti) dan tiga informan pendukung dari masyarakat. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman, serta diuji keabsahannya menggunakan triangulasi metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh tahapan persuasi McGuire telah diterapkan. Strategi persuasif menyentuh aspek emosional, sosial, dan pembentukan makna baru melalui edukasi langsung serta pemanfaatan media digital. Kesadaran masyarakat meningkat pada aspek pengetahuan dan sikap, namun perilaku memilah sampah masih belum konsisten karena hambatan kebiasaan, waktu, dan motivasi. Perubahan yang terbentuk masih dominan pada ranah kognitif dan afektif, sehingga pendampingan berkelanjutan diperlukan untuk memperkuat perilaku sadar lingkungan secara rutin dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Strategi Komunikasi, Bank Sampah, Partisipasi Masyarakat, Kesadaran Lingkungan.

**"PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGY OF JAYADANAKIRTI
WASTE BANK IN SOUTH TANGERANG CITY IN BUILDING PUBLIC
AWARENESS"**

Inkganita Putri Hidayat

ABSTRACT

Name : Inkganita Putri Hidayat
NIM : 44222010120
Courses : Public Relations
Title of Thesis Report : *Persuasive Communication Strategy of the Jayadanakirti Waste Bank in South Tangerang City in Building Public Awareness.*
Counsellor : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Si.

The Jayadanakirti Waste Bank seeks to increase public awareness regarding the importance of waste sorting from home through persuasive communication strategies. The focus of this research is how the strategy is carried out in mobilizing citizens' knowledge, attitudes, and behaviors towards waste management. This study aims to analyze the application of persuasive communication in encouraging community participation and community-based environmental awareness changes.

This study uses the theory of DeFleur & Ball-Rokeach persuasive strategy which includes psychodynamic, sociocultural, and meaning construction strategy; McGuire's persuasive communication stages (presentation-behaviour); and indicators of community awareness that develop gradually through knowledge-attitudes-behaviors based on Jamanti. The three theoretical frameworks are used as analytical instruments to see the relationship between strategies, persuasion processes, and the development of citizen awareness.

This research uses the postpositivism paradigm with a descriptive qualitative method. The data collection technique was in the form of in-depth interviews, and documentation, with the selection of informants by purposive sampling consisting of two key informants (core managers of the Jayadanakirti Waste Bank) and three supporting informants from the community. Data analysis was carried out through the stages of reduction, data presentation, and conclusion drawing according to Miles & Huberman, and tested for validity using triangulation method.

The results of the study show that all stages of McGuire's persuasion have been applied. Persuasive strategies touch on emotional, social, and the formation of new meanings through direct education and the use of digital media. Public awareness has increased in terms of knowledge and attitudes, but waste sorting behavior is still inconsistent due to obstacles of habit, time, and motivation. The changes that have been formed are still dominant in the cognitive and affective domains, so continuous assistance is needed to strengthen environmentally conscious behavior on a regular and sustainable basis.

Keywords: *Persuasive Communication, Communication Strategy, Waste Bank, Community Participation, Environmental Awareness.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DIREPOSITORI UMB	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Teoritis	11
1.4.2 Praktis	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori.....	25
2.2.1 Strategi	25
2.2.2 Strategi Komunikasi	25
2.2.3 Komunikasi Persuasif	26
2.2.4 Strategi Komunikasi Persuasif.....	30
2.2.5 <i>Public Relations</i>	33

2.2.6 Kesadaran Masyarakat	35
2.2.7 Partisipasi Masyarakat dalam Program Bank Sampah	36
2.2.8. Peran Komunitas dan Media dalam Konstruksi Sosial.....	38
2.2.9. LSM Peran Komunitas dan Media dalam Konstruksi Sosial	40
BAB III.....	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Subjek Penelitian	45
3.3.1 Key Informan.....	46
3.3.2 Informan.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan	50
3.4.1 Data Primer	50
3.4.2 Data Sekunder.....	52
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
3.6 Teknik Keabsahan Data	54
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Subjek dan Objek Penelitian	56
4.1.1. Objek Penelitian: Bank Sampah Jayadanakirti.....	56
4.1.2. Profil Informan	62
4.2 Hasil penelitian	66
4.2.1. Strategi Komunikasi Persuasif Bank Sampah Jayadanakirti	66
4.2.1.1.Strategi Psikodinamik dalam Menggerakkan Partisipasi Warga - <i>Psychodynamic Strategy</i>	67
4.2.1.2.Strategi Sosiokultural dalam Membangun Keterlibatan Komunitas - <i>Sociocultural Strategy</i>	69
4.2.1.3.Strategi Pembentukan Makna melalui Edukasi Lingkungan - <i>Meaning Construction Strategy</i>	71

4.2.2. Proses Persuasi dalam Penerapan Strategi Komunikasi Bank Sampah Jayadanakirti.....	74
4.2.3. Kesadaran Masyarakat terhadap Pengelolaan Sampah.....	93
4.2.3.1.Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Bank Sampah	94
4.2.3.2.Peran Masyarakat sebagai Agen Perubahan Lingkungan	96
4.3 Pembahasan	99
4.3.1. Strategi Komunikasi Persuasif Bank Sampah Jayadanakirti	99
4.3.2. Proses Persuasi dalam Penerapan Strategi.....	101
4.3.3. Perkembangan Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat.....	103
4.3.4. Matriks Hasil Penelitian.....	105
BAB V.....	109
KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1.1. Kesimpulan	109
5.1.1. Strategi Komunikasi Persuasif Bank Sampah Jayadanakirti	109
5.1.2. Proses Persuasi dalam Penerapan Strategi Komunikasi	110
5.1.3. Dampak Strategi terhadap Kesadaran dan Partisipasi Masyarakat.....	110
5.2. Saran.....	111
5.2.1. Saran Akademis	111
5.2.2. Saran Praktis	112
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1. Biodata Key Informan 1 Kunci Penelitian	47
Tabel 3. 2. Biodata Key Informan 2 Kunci Penelitian	48
Tabel 3. 3. Biodata Informan Penelitian.....	50
Tabel 4. 1. Struktur Pengurus dalam SK.....	63
Tabel 4. 2. Profil Informan Kunci Penelitian 1	64
Tabel 4. 3. Profil Informan Kunci Penelitian 2	64
Tabel 4. 4. Kategori Informan Pendukung Penelitian	65
Tabel 4. 5. Matriks Hasil Penelitian berdasarkan Kerangka Teoretis	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Statistik Penulis Berdasarkan Data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan	2
Gambar 1.2 Kerangka Statistik Penulis Berdasarkan Data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (Lanjutan)	3
Gambar 1.3 Kerangka Statistik Penulis Berdasarkan Data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (Lanjutan)	3
Gambar 1.4 Bank Sampah Jayadanakirti (Instagram @jaya_danakirti) (Sumber: https://www.instagram.com/jaya_danakirti?igsh=MW9nbHkzeGV6cDZzMw==)	5
Gambar 2. 1. Tahapan Komunikasi Persuasif McGuire (Six Steps Model).....	28
Gambar 4. 1. Logo bank sampah jayadanakirti	59
Gambar 4. 2. Keputusan Lurah Keranggan Nomor 441.5/KEP.05/KEL.KRG/2019 tentang Pengangkatan dan Pengukuhan Bank Sampah Jaya Danakirti	60
Gambar 4. 3. Keputusan Lurah Keranggan Nomor 441.5/KEP.05/KEL.KRG/2019 tentang Pengangkatan dan Pengukuhan Bank Sampah Jaya Danakirti	61
Gambar 4. 4. Pesan emosional mengenai dampak pencemaran akibat sampah pada unggahan media sosial	68
Gambar 4. 5. Pendekatan komunikasi persuasif melalui penguatan hubungan sosial dalam komunitas	70
Gambar 4. 6. Praktik pemilahan sampah oleh warga berdasarkan kategori material.....	72
Gambar 4. 7. Bagan Strategi Komunikasi Persuasif De Fleur & Ball-Rokeach...	74
Gambar 4. 8. Poster Edukasi Pemilahan Sampah di Media Sosial Bank Sampah Jayadanakirti	77
Gambar 4. 9. Poster Webinar “Eco Action: Membentuk Komunitas Bank Sampah”	78
Gambar 4. 10. Sosialisasi Bank Sampah Jayadanakirti kepada warga saat kegiatan KPN.....	80

Gambar 4. 11. Poster ajakan memilah sampah pada akun media sosial Bank Sampah Jayadanakirti	81
Gambar 4. 12. Edukasi teknis pemilahan sampah kepada warga dalam kegiatan KPN.....	84
Gambar 4. 13. Penerapan pemahaman pemilahan sampah oleh warga Bank Sampah Jayadanakirti.....	85
Gambar 4. 14. Antusiasme warga dalam berpartisipasi dan mengajukan pertanyaan saat sosialisasi Bank Sampah	87
Gambar 4. 15. Penguatan edukasi melalui pesan WhatsApp yang diteruskan kepada komunitas.....	89
Gambar 4. 16. Warga menyetorkan sampah terpilah di Bank Sampah Jayadanakirti	91
Gambar 4. 17. Bagan Tahapan Persuasi McGuire	93
Gambar 4. 18. Edukasi lingkungan melalui WhatsApp Story oleh pengurus Bank Sampah Jayadanakirti.....	97
Gambar 4. 19. Bagan Indikator Kesadaran Lingkungan.....	98