Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

MENANGGAPI KRISIS LINGKUNGAN: PERAN *TRASHBAG COMMUNITY* SUMATRA BARAT DALAM MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT

Muhammad Luthfi Arif[1], Pipit Fitriyah[2], Choirul Umam[3], Didin Mukodim[4]
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma[1,2,3,4]
Jl. Margonda raya No 100, Depok, Jawa Barat
lutfiarifmuhammad@gmail.com[1] , fitriyah@staff.gunadarma.ac.id[2],
choirul_umam@staff.gunadarma.ac.id[3], didin@yahoo.com[4]

ABSTRAK

Krisis lingkungan yang terus meningkat, khususnya terkait pengelolaan sampah, menuntut partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga keberlanjutan ekosistem. Artikel ini menelaah peran *Trashbag Community* Regional Sumatra Barat dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan. Komunitas ini berfokus pada kegiatan pengumpulan dan pemilahan sampah, kampanye edukasi, serta kolaborasi dengan berbagai pihak untuk menciptakan praktik ramah lingkungan. Penelitian ini mengadopsi asumsi teoritis dari *Environmental Communication* (Senecah, 2004) dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* (Ajzen, 1991). *Environmental Communication* menekankan bahwa komunikasi efektif menjadi sarana utama membentuk pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan, sementara TPB menyatakan bahwa perubahan perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dengan kata lain, peningkatan kesadaran masyarakat dan perubahan perilaku pro-lingkungan bergantung pada interaksi informasi, motivasi, dan norma sosial. *Trashbag Community* memanfaatkan media sosial, workshop, dan kegiatan langsung sebagai sarana komunikasi, yang diyakini dapat memicu perubahan sikap dan perilaku warga dalam pengelolaan sampah. Hasil temuan menunjukkan bahwa partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas tidak hanya meningkatkan pengetahuan tentang isu sampah, tetapi juga membangun rasa tanggung jawab kolektif dan kepedulian terhadap lingkungan. Pendekatan berbasis partisipasi ini mengurangi kesenjangan antara informasi lingkungan dan tindakan nyata masyarakat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunitas lokal seperti *Trashbag Community* memiliki potensi strategis dalam menanggapi krisis lingkungan melalui penguatan kesadaran masyarakat dan komunikasi partisipatif, mendukung asumsi teoritis bahwa perubahan perilaku pro-lingkungan dapat dicapai melalui kombinasi edukasi, komunikasi efektif, dan keterlibatan aktif masyarakat.

Keywords: krisis lingkungan, pengelolaan sampah, kesadaran masyarakat, Trashbag Community, Environmental Communication, Theory of Planned Behavior, partisipasi masyarakat..

PENDAHULUAN

Krisis lingkungan menjadi salah satu tantangan terbesar di era modern, yang ditandai oleh degradasi ekosistem, pencemaran udara dan air, serta akumulasi limbah yang sulit terurai. Di tengah semua tantangan tersebut, sampah plastik muncul sebagai salah satu ancaman paling serius karena sifatnya yang persistensi tinggi, yaitu membutuhkan waktu ratusan tahun untuk terurai secara alami. Sampah plastik tidak hanya mengotori daratan tetapi juga mencemari perairan, memengaruhi habitat biota, serta menimbulkan risiko kesehatan terhadap manusia dan organisme lainnya. Data global menunjukkan bahwa produksi plastik

Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

terus meningkat sejak pertengahan abad ke-20, dan sebagian besar plastik yang diproduksi akhirnya menjadi limbah yang merusak lingkungan jika tidak dikelola dengan baik.

Dalam konteks Indonesia, situasi ini menjadi lebih kompleks. Total timbulan sampah nasional diperkirakan mencapai puluhan juta ton setiap tahunnya, dengan persentase signifikan berasal dari plastik. Misalnya, sepanjang 2022, total sampah plastik diperkirakan mencapai 12,54 juta ton, menunjukkan tren peningkatan produksi sampah plastik dari tahun ke tahun akibat kebiasaan penggunaan plastik sekali pakai yang masih tinggi di masyarakat. Hal ini berdampak luas karena plastik yang tidak terkelola tidak hanya mencemari daratan tetapi juga sering terangkut ke sungai dan laut melalui aliran air, memperburuk pencemaran perairan dan ekosistem pesisir (Kompas.com, 2023).

Fenomena ancaman lingkungan ini terutama terlihat dalam konteks kawasan alam dan pegunungan, di mana kepadatan pengunjung dan aktivitas wisata alam meningkat signifikan. Sumatra Barat, sebagai provinsi dengan jaringan jalur pendakian dan kawasan hutan yang menarik bagi pecinta alam, secara langsung merasakan dampak penumpukan sampah plastik di rute pendakian dan kawasan konservasi. Sampah yang ditinggalkan oleh pengunjung tidak hanya memperburuk estetika alam tetapi juga dapat mencemari sumber air yang merupakan penopang kehidupan masyarakat setempat serta merusak keseimbangan ekologis spesies yang hidup di wilayah tersebut.

Masalah ini menunjukkan bahwa pendekatan teknis dalam pengelolaan sampah, seperti penarikan sampah dari lokasi wisata atau fasilitas pembuangan sampah di titik tertentu saja, tidak efektif tanpa adanya kesadaran masyarakat yang mendalam. Kesadaran tersebut mencakup pemahaman masyarakat akan bahaya sampah plastik, tanggung jawab kolektif dalam menjaga kelestarian lingkungan, serta perubahan perilaku dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam pola konsumsi dan pengelolaan limbah. Untuk membentuk kesadaran ini dibutuhkan strategi komunikasi yang efektif, yang tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga mendorong perubahan sikap dan perilaku.

Dalam ranah komunikasi, komunikasi lingkungan (environmental communication) menjadi instrumen penting dalam membangun kesadaran masyarakat tentang isu-isu lingkungan. Komunikasi lingkungan menekankan penyampaian informasi yang relevan mengenai kondisi lingkungan, dampak perilaku manusia, dan urgensi tindakan kolektif untuk pelestarian alam. Pendekatan ini tidak hanya bersifat informatif tetapi juga persuasif, karena bertujuan memengaruhi sikap dan pola pikir masyarakat agar lebih peduli dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Pendekatan persuasif ini bertumpu pada pengolahan pesan yang strategis, menekankan tidak hanya fakta tetapi juga konteks kehidupan nyata yang dapat membangkitkan empati dan motivasi tindakan lingkungan.

Berangkat dari kebutuhan komunikasi tersebut, *Trashbag Community* Sumatra Barat muncul sebagai salah satu gerakan lokal yang memadukan aksi langsung dengan kampanye edukatif. Komunitas ini, yang bagian dari jaringan *Trashbag Community* Indonesia, didirikan sebagai gerakan yang fokus pada pengurangan sampah di kawasan pegunungan dan hutan melalui kegiatan rutin seperti pembersihan jalur pendakian, pembangunan fasilitas pengelolaan sampah di titik-titik strategis, serta kampanye melalui media sosial dan aktivitas

Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

langsung lapangan. Inisiatif ini berangkat dari keprihatinan mendalam terhadap banyaknya sampah plastik yang ditemukan sepanjang jalur pendakian, yang dapat menyebabkan kerusakan ekologis dan memperburuk krisis lingkungan jika tidak segera ditangani (Kumparan.com, 2018).

Strategi komunikasi yang dijalankan *Trashbag Community* bersifat komunikatif, persuasif, dan partisipatif. Komunikasi persuasif dirancang untuk memengaruhi sikap masyarakat melalui penyebaran pesan yang faktual namun emosional, sehingga tidak hanya menyampaikan data lingkungan tetapi juga menarik perhatian generasi muda dan pengunjung alam untuk terlibat langsung. Pendekatan ini sejalan dengan teori persuasi Robert Cialdini, yang menyatakan bahwa perubahan sikap dan perilaku dipengaruhi oleh daya tarik pesan, norma sosial, serta faktor psikologis yang memotivasi individu untuk melakukan tindakan tertentu. Cialdini menyoroti pentingnya pesan yang dirancang secara strategis untuk memicu perubahan perilaku yang diinginkan.

Selain itu, komunitas ini menggunakan komunikasi partisipatif, di mana masyarakat tidak hanya menjadi penerima pesan pasif tetapi juga pelaku aktif dalam kegiatan lingkungan, seperti kampanye bersih gunung, pengelolaan fasilitas sampah berkelanjutan, dan workshop edukatif. Pendekatan partisipatif ini penting karena memberikan pengalaman langsung kepada masyarakat, membangun solidaritas sosial, serta menciptakan rasa tanggung jawab kolektif terhadap kelestarian alam. Pesan yang diterima melalui komunikasi partisipatif cenderung lebih melekat dan mendorong perubahan perilaku yang lebih berkelanjutan.

Dengan demikian, peran *Trashbag Community* Sumatra Barat tidak hanya sebagai pelaksana aksi lingkungan tetapi juga sebagai agen perubahan sosial lokal yang memainkan fungsi penting dalam membangun kesadaran masyarakat melalui strategi komunikasi yang terintegrasi. Pendekatan ini memberikan ruang bagi masyarakat untuk memahami kompleksitas krisis lingkungan, termotivasi untuk terlibat dalam perubahan perilaku, dan mendukung gerakan lingkungan yang lebih luas.

Latar belakang ini menunjukkan bahwa penelitian mengenai strategi komunikasi dan kampanye komunitas lingkungan sangat penting, terutama untuk melihat bagaimana pesan dapat dirancang dan dikirim secara efektif agar tidak hanya meningkatkan kesadaran tetapi juga memfasilitasi perubahan tindakan nyata di tingkat masyarakat. Penelitian ini berfokus pada bagaimana *Trashbag Community* Sumatra Barat menjalankan kampanye komunikasi mereka, bagaimana pesan dibentuk dan diterima oleh masyarakat, serta sejauh mana strategi tersebut mampu membentuk perubahan sikap dan perilaku pro-lingkungan di tengah krisis sampah plastik yang terus berkembang.

TINJAUAN PUSTAKA

Krisis Lingkungan

Krisis lingkungan merupakan berubahnya keseimbangan ekosistem lingkungan yang menyebabkan adanya emisi beracun dan menurunkan kadar oksigen dan meningkatkan

Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

karbondioksida akibat pencemaran dan polusi. Arne Naess dalam Barnabas (2023) krisis lingkungan hidup hanya bisa diatasi dengan melakukan perubahan cara pandang dan perilaku manusia terhadap alam secara fundamental dan radikal. Dibutuhkan sebuah pola hidup atau gaya hidup baru yang tidak hanya menyangkut orang – per orang, tetapi juga budaya masyarakat secara keseluruhan. Artinya dibutuhkan etika lingkungan hidup yang menuntun manusia untuk berinteraksi secara baru dalam alam semesta.

Krisis lingkungan merupakan salah satu tantangan terbesar yang dihadapi umat manusia di era modern. Fenomena ini ditandai oleh berbagai bentuk degradasi ekosistem, pencemaran udara dan air, serta akumulasi limbah yang sulit terurai. Di antara berbagai jenis limbah, sampah plastik menjadi salah satu ancaman paling serius karena sifatnya yang persisten; plastik membutuhkan waktu ratusan tahun untuk terurai secara alami. Akumulasi sampah plastik tidak hanya mengotori daratan, tetapi juga mencemari perairan, mengganggu habitat flora dan fauna, serta menimbulkan risiko kesehatan bagi manusia (Jambeck et al., 2015).

Secara global, produksi plastik terus meningkat sejak pertengahan abad ke-20, dan sebagian besar akhirnya menjadi limbah yang merusak lingkungan jika tidak dikelola dengan baik. Di Indonesia, masalah ini semakin kompleks karena tingkat konsumsi plastik sekali pakai yang tinggi. Data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan menunjukkan bahwa timbulan sampah nasional mencapai puluhan juta ton setiap tahunnya, dengan proporsi signifikan berasal dari plastik. Pada 2022, diperkirakan terdapat 12,54 juta ton sampah plastik, yang sebagian besar berpotensi mengotori daratan, sungai, dan laut (Kompas.com, 2023).

Komunikasi Lingkungan (Environmental Communication)

Environmental Communication (Komunikasi Lingkungan) Komunikasi lingkungan merupakan sarana pragmatis dan konstitutif untuk memahami tentang lingkungan dan hubungan kita dengan alam. Sifat pragmatis bersifat edukasi yang artinya mendidik, mengingatkan, membujuk, dan membantu kita untuk memecahkan masalah lingkungan. Lalu konstitutif untuk membangun representasi masalah alam sebagai subjek pemahaman. Jadi environmental communication dapat digunakan untuk menciptakan kesepahaman terhadap masalah lingkungan (Cox, 2018).

Dalam kampanye lingkungan, advokasi sering dimanfaatkan untuk memengaruhi. Kampanye “The Be Straw Free” berhasil menggambarkan bentuk advokasi komunikasi lingkungan karena melalui kampanyenya untuk berhenti menggunakan sedotan plastik berhasil mengubah perilaku jutaan orang diseluruh dunia. Kampanye hanya salah satu bentuk advokasi yang digunakan oleh dunia usaha, calon pejabat masyarakat, kelompok lingkungan hidup dan lainnya. Advokasi mempunyai banyak bentuk, termasuk periklanan, kampanye politik, pawai dan demonstrasi, dan sebagainya (Pezzullo et al., 2018). Kampanye dirancang untuk dapat mendekatkan kita kepada tujuan yang besar. Kampanye dapat didefinisikan secara luas sebagai serangkaian tindakan strategis, yang melibatkan komunikasi, dan dilakukan untuk mencapai hasil atau tujuan tertentu dalam jangka waktu dan masyarakat yang telah ditentukan (Pezzullo et al., 2018).

Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

Menurut Pezullo (2018) media memiliki potensi kuat untuk berperan membangun kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan. Jadi bukan hanya sekedar penyebaran informasi saja, namun dengan bantuan media, maka komunikasi lingkungan dapat berperan untuk membangun kesadaran masyarakat tentang masalah lingkungan serta dapat mendorong masyarakat untuk mengambil tindakan untuk melindungi lingkungan.

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior* / TPB)

*Theory of Planned Behavior (*Ajzen, 1991) merupakan salah satu kerangka teoretis yang paling banyak digunakan untuk memahami dan memprediksi perilaku manusia, termasuk perilaku pro-lingkungan. Teori ini muncul sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action (Fishbein & Ajzen, 1975), dengan menambahkan konsep kontrol perilaku yang dirasakan (perceived behavioral control) sebagai variabel penting. TPB menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi secara langsung oleh niat (intention) untuk melakukan perilaku tersebut, dan niat itu sendiri dibentuk oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Sikap terhadap perilaku mencerminkan evaluasi individu terhadap konsekuensi suatu tindakan, baik positif maupun negatif. Dalam konteks lingkungan, sikap ini dapat mencakup penilaian terhadap manfaat menjaga kebersihan lingkungan, dampak pengelolaan sampah yang baik terhadap ekosistem, atau konsekuensi negatif dari perilaku yang merusak alam. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa sikap positif terhadap praktik pro-lingkungan seperti pemilahan sampah, penggunaan kembali bahan, dan pengurangan plastik sekali pakai secara signifikan meningkatkan kemungkinan individu untuk terlibat dalam perilaku tersebut (Kaiser, Wolfing, & Fuhrer, 1999; Bamberg & Möser, 2007).

Norma subjektif merupakan persepsi individu mengenai ekspektasi sosial dari orang-orang penting atau kelompok referensi. Artinya, seseorang cenderung melakukan atau menghindari perilaku tertentu tergantung pada tekanan sosial yang dirasakan, baik dari keluarga, teman, komunitas, maupun norma masyarakat secara umum. Dalam konteks kampanye lingkungan, norma subjektif dapat diperkuat melalui pesan yang menekankan bahwa menjaga kebersihan lingkungan dan mengelola sampah adalah perilaku yang dihargai dan didukung oleh komunitas atau kelompok sosial tertentu (Schultz et al., 2007). Dengan kata lain, individu lebih terdorong melakukan tindakan pro-lingkungan ketika mereka merasakan dukungan sosial dan pengakuan dari lingkungan sekitarnya.

Kontrol perilaku yang dirasakan merujuk pada sejauh mana individu yakin bahwa mereka mampu melakukan suatu perilaku tertentu, mengingat keterbatasan sumber daya, kemampuan, dan hambatan yang ada. Dalam konteks pengelolaan sampah, misalnya, kontrol ini terkait dengan pengetahuan individu tentang cara memilah sampah, akses terhadap fasilitas pengelolaan limbah, dan kemampuan untuk melakukan aksi lingkungan di kehidupan sehari-hari. Jika individu merasa memiliki kendali dan sumber daya yang cukup, niat untuk melakukan perilaku pro-lingkungan akan lebih tinggi, dan kemungkinan perilaku tersebut terealisasi juga meningkat (Ajzen, 2002).

Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

TPB menjadi sangat relevan dalam konteks kampanye dan komunikasi lingkungan karena membantu merancang strategi pesan yang efektif. Dengan memahami ketiga faktor tersebut, pelaku kampanye dapat menyusun intervensi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memengaruhi sikap positif, memperkuat norma sosial yang mendukung, dan meningkatkan rasa kemampuan atau kontrol individu untuk bertindak. Misalnya, *Trashbag Community* dapat menggunakan media sosial dan kegiatan lapangan untuk menekankan manfaat nyata menjaga kebersihan gunung (sikap), menunjukkan partisipasi anggota lain sebagai contoh sosial (norma subjektif), serta menyediakan pelatihan atau fasilitas untuk pengelolaan sampah (kontrol perilaku yang dirasakan).

Konsep Kesadaran Masyarakat dan Aksi Lingkungan

Kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan dapat dipahami sebagai tingkat pemahaman, kepedulian, dan tanggung jawab individu maupun kelompok terhadap kondisi alam serta dampak dari perilaku manusia terhadap ekosistem (Senecah, 2004). Kesadaran ini bukan sekadar pengetahuan faktual mengenai isu lingkungan, tetapi mencakup pemahaman yang menyeluruh mengenai hubungan sebab-akibat antara aktivitas manusia dan kerusakan alam, persepsi terhadap urgensi masalah, serta motivasi untuk melakukan tindakan yang dapat meminimalkan dampak negatif tersebut. Fungsi utama kesadaran masyarakat adalah menjadi fondasi bagi terciptanya aksi lingkungan, yaitu perilaku nyata yang mendukung pelestarian alam, mulai dari pengelolaan sampah rumah tangga, partisipasi dalam kegiatan bersih lingkungan, hingga penerapan prinsip-prinsip ramah lingkungan dalam kehidupan sehari-hari.

Karakteristik kesadaran masyarakat mencakup beberapa dimensi penting. Pertama, interaktivitas, yang menunjukkan bahwa kesadaran terbentuk melalui proses komunikasi dua arah, termasuk diskusi, pembelajaran kolaboratif, dan pengalaman lapangan, bukan hanya penerimaan informasi secara pasif. Kedua, motivasi internal, yang menekankan dorongan psikologis individu untuk peduli dan bertindak, baik didorong oleh empati terhadap lingkungan, tanggung jawab sosial, atau kesadaran akan dampak jangka panjang bagi generasi mendatang. Ketiga, prediktif perilaku, yakni kemampuan kesadaran untuk memengaruhi tindakan nyata; semakin tinggi kesadaran, semakin besar kemungkinan individu atau komunitas bertindak pro-lingkungan secara konsisten.

Pendekatan partisipatif menjadi salah satu karakteristik penting dalam pembentukan kesadaran masyarakat. Partisipasi memungkinkan masyarakat tidak hanya memahami informasi lingkungan secara konseptual, tetapi juga mengalami dampak langsung dari perilaku mereka, seperti membersihkan jalur pendakian, memilah sampah, atau mempraktikkan gaya hidup zero waste. Pengalaman nyata ini membangun empati ekologis, yaitu kesadaran emosional terhadap kondisi alam dan makhluk hidup yang terdampak oleh perilaku manusia, serta memupuk rasa tanggung jawab kolektif, di mana tindakan individu dilihat sebagai bagian dari kontribusi komunitas terhadap pelestarian lingkungan.

Selain itu, kesadaran masyarakat juga dipengaruhi oleh norma sosial dan budaya yang berlaku. Individu lebih cenderung menerapkan perilaku ramah lingkungan jika melihat bahwa masyarakat di sekitarnya mendukung atau mencontohkan praktik tersebut. Dalam konteks ini,

Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

komunikasi lingkungan berfungsi untuk membentuk dan memperkuat norma sosial yang positif, sehingga tindakan pro-lingkungan menjadi perilaku yang diterima dan dipandang wajar dalam komunitas. Kombinasi antara informasi, pengalaman, motivasi, dan norma sosial membentuk fondasi yang kuat bagi perilaku berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada komunitas *Trashbag Community* Regional Sumatra Barat sebagai subjek, dengan krisis lingkungan sebagai objek penelitian. Subjek penelitian merujuk pada individu atau kelompok yang memberikan keterangan, fakta, dan pandangan yang relevan dengan fenomena yang diteliti (Arikunto dalam Tanujaya, 2020). Dalam konteks ini, subjek terdiri dari anggota komunitas yang aktif dalam kegiatan pengelolaan sampah, kampanye edukatif, dan aksi lingkungan di Sumatra Barat. Objek penelitian adalah sifat, kegiatan, dan praktik yang terkait dengan upaya komunitas dalam menanggapi krisis lingkungan, termasuk strategi komunikasi, partisipasi masyarakat, dan pengelolaan sampah plastik (Sugiyono, 2017; J. Supranto, 2000). Pemilihan subjek dan objek ini memungkinkan penelitian untuk menggali data yang jelas, terfokus, dan relevan dengan variabel-variabel yang diteliti.

Pendekatan penelitian yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif dengan metode depth-interview, yang menekankan pengumpulan data berupa kata-kata, narasi, dan dokumentasi visual (Muslim, 2016). Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif, di mana peneliti menekankan pemahaman terhadap makna yang diberikan oleh subjek terhadap fenomena sosial, termasuk persepsi, pengalaman, dan pemaknaan mereka terkait aksi lingkungan (Petra, 2008; Muslim, 2016). Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipatif dan non-partisipatif untuk memantau praktik lapangan, serta wawancara mendalam dengan lima anggota komunitas yang memiliki pengalaman langsung sejak awal terbentuknya Trashbag Community. Observasi memungkinkan peneliti memahami dinamika sosial, interaksi kelompok, dan konteks lingkungan secara nyata, sedangkan wawancara mendalam menggali pandangan, motivasi, dan pemaknaan anggota komunitas terkait kegiatan mereka (Bungin, 2018).

Analisis data dilakukan secara kualitatif menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara terus-menerus hingga data mencapai kejenuhan (Hartono, 2018; Sugiyono, 2018). Validitas dan reliabilitas data dijamin melalui teknik triangulasi yang mencakup triangulasi metode, sumber data, dan teori. Triangulasi metode menggabungkan wawancara, observasi, dan dokumentasi; triangulasi sumber memanfaatkan berbagai informan dan dokumen untuk memperoleh perspektif yang berbeda; sedangkan triangulasi teori membandingkan temuan dengan kerangka teoritis yang relevan untuk mengurangi bias individual peneliti (Sugiyono, 2018, 2020). Pendekatan ini memastikan bahwa data yang diperoleh tidak hanya valid secara empiris, tetapi juga mampu memberikan pemahaman mendalam tentang strategi komunikasi, partisipasi masyarakat, dan peran *Trashbag Community* dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap krisis lingkungan di Sumatra Barat.

Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

HASIL DAN DISKUSI

Profil *Trashbag Community* Sumatra Barat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Trashbag Community* Sumatra Barat merupakan komunitas lokal yang bergerak di bidang pengelolaan sampah dan edukasi lingkungan. Komunitas ini terdiri dari relawan yang mayoritas adalah pendaki, mahasiswa, dan masyarakat pecinta alam yang memiliki kepedulian tinggi terhadap kelestarian lingkungan. Kegiatan utama komunitas meliputi pembersihan jalur pendakian, pemilahan sampah plastik, pembangunan fasilitas pengelolaan sampah di titik strategis, serta kampanye edukatif melalui media sosial dan workshop lapangan. Data observasi menunjukkan bahwa kegiatan ini dilakukan secara rutin, dengan partisipasi aktif anggota yang mendorong terciptanya budaya peduli lingkungan di masyarakat sekitar jalur pendakian.

Temuan ini sesuai dengan konsep *environmental communication* menurut Senecah (2004), yang menekankan bahwa komunikasi lingkungan efektif bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kesadaran dan mendorong partisipasi masyarakat. *Trashbag Community* menggunakan pendekatan persuasif dan partisipatif, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya diterima secara pasif oleh masyarakat, tetapi juga diterapkan dalam bentuk aksi nyata. Misalnya, kegiatan workshop tidak hanya memberikan materi tentang dampak sampah plastik, tetapi juga mengajak peserta secara langsung untuk memilah sampah dan membersihkan jalur pendakian. Hal ini menunjukkan integrasi antara edukasi, pengalaman lapangan, dan aksi sosial, yang merupakan karakteristik komunikasi partisipatif.

Strategi Komunikasi dan Keterlibatan Masyarakat

Analisis wawancara mengungkapkan bahwa strategi komunikasi *Trashbag Community* bersifat multifaset, memanfaatkan media sosial, postingan edukatif, serta dokumentasi visual kegiatan lapangan untuk menarik perhatian masyarakat, khususnya generasi muda. Anggota komunitas menyatakan bahwa pesan yang memadukan fakta lingkungan, ilustrasi visual, dan cerita pengalaman langsung lebih efektif memicu kepedulian dan mendorong partisipasi masyarakat. Hal ini sejalan dengan prinsip *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), di mana sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dapat memengaruhi niat dan perilaku pro-lingkungan. Pesan yang dirancang oleh komunitas tidak hanya menekankan urgensi pengelolaan sampah, tetapi juga membangun norma sosial, sehingga peserta merasa terdorong untuk ikut berkontribusi.

Observasi lapangan menunjukkan adanya keterlibatan aktif masyarakat dalam kegiatan komunitas, baik sebagai relawan maupun peserta workshop. Misalnya, beberapa anggota masyarakat lokal ikut serta dalam program pembersihan gunung, pengelolaan fasilitas sampah, dan edukasi bagi pengunjung jalur pendakian. Hal ini menunjukkan bahwa strategi partisipatif dapat mengurangi kesenjangan antara informasi yang diterima dengan tindakan nyata, sekaligus membangun rasa tanggung jawab kolektif terhadap lingkungan. Hasil ini mendukung temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa pendekatan partisipatif

Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

meningkatkan empati, keterlibatan sosial, dan perilaku pro-lingkungan yang berkelanjutan (Saifulloh & Fikri, 2021).

Peran *Trashbag Community* Sumatra Barat

Trashbag Community Sumatra Barat merupakan salah satu gerakan lokal yang menggabungkan aksi nyata dengan kampanye edukatif dalam menangani isu lingkungan, khususnya pengelolaan sampah di kawasan pegunungan dan jalur pendakian. Komunitas ini muncul sebagai respons terhadap meningkatnya volume sampah plastik yang ditinggalkan pengunjung di kawasan wisata alam dan jalur pendakian, yang berdampak pada kerusakan ekosistem, pencemaran air, dan terganggunya keseimbangan flora dan fauna setempat (Kumparan.com, 2018; Nationalgeographic.co.id, 2022). Fokus komunitas tidak hanya pada pembersihan fisik, tetapi juga pada pembentukan kesadaran dan perubahan perilaku masyarakat melalui pendekatan komunikasi yang strategis.

Salah satu peran utama *Trashbag Community* adalah aksi langsung pengelolaan sampah. Kegiatan ini mencakup pengumpulan sampah di jalur pendakian, pemilahan sampah organik dan non-organik, serta pembangunan fasilitas pengelolaan sampah yang ramah lingkungan di titik-titik strategis. Langkah ini tidak sekadar membersihkan lingkungan, tetapi juga memberi contoh praktik pengelolaan sampah yang benar, sehingga pengunjung dan masyarakat lokal dapat melihat secara nyata dampak tindakan mereka terhadap lingkungan. Penekanan pada praktik langsung ini sejalan dengan konsep pembelajaran berbasis pengalaman (experiential learning), yang terbukti efektif dalam membangun pemahaman dan kesadaran ekologis (Kolb, 1984).

Selain kegiatan fisik, *Trashbag Community* berperan sebagai agen perubahan sosial dan edukasi lingkungan. Melalui kampanye edukatif, komunitas ini menyebarkan informasi tentang dampak sampah plastik dan pentingnya konservasi melalui media sosial, workshop, dan kegiatan lapangan. Strategi komunikasi ini bersifat persuasif dan partisipatif: persuasif karena dirancang untuk memengaruhi sikap dan perilaku masyarakat, dan partisipatif karena mengajak masyarakat berperan aktif dalam aksi lingkungan. Misalnya, masyarakat diajak mengikuti program pembersihan jalur pendakian, menyusun sistem pemilahan sampah, atau menghadiri workshop yang menjelaskan dampak sampah plastik terhadap ekosistem dan kehidupan manusia. Pendekatan ini mengurangi jarak antara informasi yang diterima masyarakat dan praktik nyata di lapangan, sehingga membentuk pemahaman yang lebih mendalam dan empati terhadap lingkungan.

Trashbag Community juga memainkan peran penyambung antara komunitas lokal dan pemangku kepentingan. Dengan membangun jejaring kolaboratif antara relawan, organisasi lingkungan, pemerintah daerah, dan pelaku bisnis lokal, komunitas ini mampu memperluas jangkauan kampanye serta menciptakan dukungan struktural untuk aksi lingkungan. Misalnya, kerjasama dengan pengelola taman nasional atau pemerintah daerah dapat menghasilkan fasilitas pengelolaan sampah yang lebih permanen, sementara kolaborasi dengan pelaku usaha kopi dan wisata mendukung praktik pengurangan sampah plastik melalui penggunaan wadah ramah lingkungan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa peran komunitas

Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

tidak hanya simbolik, tetapi juga strategis dalam membentuk ekosistem sosial yang mendukung perilaku ramah lingkungan (Venus dalam Saifulloh & Fikri, 2021).

Selain itu, *Trashbag Community* menekankan pembentukan kesadaran kolektif dan tanggung jawab sosial. Melalui kegiatan bersama, relawan dan masyarakat lokal belajar untuk menginternalisasi nilai kepedulian terhadap lingkungan, mengembangkan rasa empati, dan membangun tanggung jawab kolektif dalam menjaga ekosistem. Pengalaman langsung dalam kegiatan lingkungan memungkinkan masyarakat merasakan dampak positif dari tindakan mereka, memperkuat norma sosial pro-lingkungan, dan memicu motivasi internal untuk melakukan perubahan perilaku jangka panjang. Hal ini sejalan dengan prinsip *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menekankan pentingnya sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dalam membentuk niat dan perilaku individu.

Peran *Trashbag Community* juga terlihat dalam pengembangan kapasitas masyarakat. Melalui workshop edukatif, pelatihan pengelolaan sampah, dan program mentoring bagi relawan baru, komunitas ini membekali anggota dengan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri untuk mengelola sampah secara mandiri. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efektivitas aksi komunitas, tetapi juga memastikan bahwa pengetahuan dan kesadaran lingkungan tersebar lebih luas di masyarakat. Dengan demikian, komunitas tidak hanya berfokus pada pembersihan fisik, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat sebagai agen perubahan lingkungan.

Lebih jauh, *Trashbag Community* berperan sebagai penggerak inovasi sosial di bidang lingkungan. Komunitas ini memanfaatkan media sosial untuk kampanye edukatif, membangun konten inspiratif yang menampilkan aksi nyata relawan, dan mendorong partisipasi masyarakat secara virtual. Strategi ini memungkinkan pesan lingkungan menjangkau masyarakat lebih luas, termasuk generasi muda yang aktif di platform digital. Pendekatan ini menggabungkan aspek edukatif, emosional, dan praktis, sehingga meningkatkan peluang pesan diterima, dipahami, dan diterapkan dalam tindakan nyata (Senecah, 2004).

Dampak Kegiatan Terhadap Kesadaran Masyarakat

Hasil wawancara dan observasi juga menunjukkan bahwa partisipasi dalam kegiatan komunitas berdampak signifikan terhadap kesadaran dan perilaku pro-lingkungan anggota maupun masyarakat sekitar. Anggota komunitas melaporkan peningkatan pengetahuan tentang sampah plastik, pengelolaan limbah, dan konservasi alam. Lebih dari itu, partisipasi aktif menumbuhkan rasa empati terhadap alam dan memperkuat tanggung jawab kolektif. Misalnya, peserta yang sebelumnya kurang peduli terhadap sampah plastik kini mulai memilah sampah rumah tangga, mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, dan ikut menyebarkan informasi ke orang lain.

Temuan ini menegaskan bahwa kesadaran masyarakat bukan hanya terbentuk melalui informasi atau edukasi semata, tetapi melalui kombinasi pengalaman langsung, motivasi personal, dan tekanan norma sosial (Senecah, 2004). Interaksi langsung dalam kegiatan komunitas memungkinkan masyarakat melihat konsekuensi nyata dari perilaku mereka

Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

terhadap lingkungan, sehingga terjadi internalisasi nilai pro-lingkungan. Dengan kata lain, komunikasi persuasif dan partisipatif yang diterapkan *Trashbag Community* efektif dalam mengubah sikap, norma, dan kontrol perilaku yang dirasakan, yang kemudian memengaruhi perilaku pro-lingkungan secara nyata sesuai dengan kerangka TPB (Ajzen, 1991).

Lebih jauh, penelitian oleh Klöckner (2013) menegaskan bahwa kombinasi antara faktor psikologis individu dan konteks sosial-lingkungan menjadi determinan utama perilaku pro-lingkungan. Artinya, perubahan perilaku tidak hanya terjadi karena pengetahuan atau informasi yang diberikan, tetapi juga dipengaruhi oleh interaksi antara motivasi internal, tekanan sosial, dan kemudahan akses untuk melakukan aksi. Hal ini sejalan dengan pendekatan *Trashbag Community* yang menggabungkan edukasi, kampanye persuasif, dan partisipasi langsung, sehingga strategi komunikasi mereka sejalan dengan prinsip-prinsip TPB untuk memicu perubahan perilaku pro-lingkungan yang nyata.

Trashbag Community Sumatra Barat memainkan peran strategis dalam membangun kesadaran masyarakat melalui integrasi komunikasi persuasif, partisipatif, dan aksi nyata. Kombinasi pendekatan ini memfasilitasi transfer pengetahuan, internalisasi nilai lingkungan, serta pembentukan perilaku pro-lingkungan di masyarakat. Strategi ini selaras dengan teori komunikasi lingkungan dan TPB, di mana efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kualitas informasi, tetapi juga oleh sejauh mana masyarakat dapat terlibat langsung, merasakan dampak nyata, dan merespons secara aktif.

Selain itu, penelitian ini menyoroti bahwa komunitas lokal memiliki potensi besar untuk menanggapi krisis lingkungan secara efektif, terutama dalam konteks pengelolaan sampah plastik di kawasan wisata dan pegunungan. Keberhasilan komunitas dalam membangun kesadaran masyarakat tidak hanya mengandalkan edukasi, tetapi juga pada kemampuan menciptakan pengalaman lapangan yang melibatkan masyarakat, membentuk norma sosial baru, dan menumbuhkan rasa tanggung jawab kolektif. Dengan demikian, *Trashbag Community* berfungsi sebagai agen perubahan sosial lokal yang relevan dalam strategi konservasi dan pengelolaan lingkungan berkelanjutan.

Fenomena ini menjadi lebih nyata di kawasan wisata alam dan pegunungan. Sumatra Barat, misalnya, memiliki banyak jalur pendakian dan kawasan hutan yang menarik bagi pecinta alam. Kegiatan wisata alam yang meningkat menyebabkan akumulasi sampah plastik di jalur pendakian dan area konservasi, yang mengganggu keseimbangan ekologis dan mencemari sumber air. Masalah ini menunjukkan bahwa pendekatan teknis dalam pengelolaan sampah, seperti pengangkutan atau penempatan tempat sampah, tidak cukup tanpa kesadaran masyarakat yang tinggi.

Kesadaran masyarakat terkait sampah plastik mencakup pemahaman terhadap dampak limbah terhadap lingkungan, tanggung jawab kolektif, dan perubahan perilaku sehari-hari. Hal ini menuntut strategi komunikasi yang efektif untuk membangun pemahaman, membangkitkan empati, dan mendorong tindakan nyata masyarakat dalam melestarikan lingkungan.

Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Trashbag Community* Sumatra Barat memiliki peran strategis dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap krisis lingkungan, khususnya terkait pengelolaan sampah plastik di kawasan wisata dan pegunungan. Komunitas ini tidak hanya melakukan aksi nyata berupa pembersihan jalur pendakian dan pengelolaan fasilitas sampah, tetapi juga mengimplementasikan strategi komunikasi persuasif dan partisipatif melalui media sosial, workshop, dan kegiatan lapangan.

Pendekatan komunikasi yang diterapkan efektif dalam meningkatkan pengetahuan, membentuk sikap pro-lingkungan, dan menumbuhkan rasa tanggung jawab kolektif di kalangan anggota komunitas maupun masyarakat sekitar. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan langsung masyarakat dalam aksi lingkungan memperkuat empati, norma sosial positif, serta kontrol perilaku yang dirasakan, sesuai dengan kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). Selain itu, kombinasi edukasi dan pengalaman lapangan juga mendukung pembentukan kesadaran masyarakat yang lebih berkelanjutan, sehingga masyarakat tidak hanya menerima informasi, tetapi juga termotivasi untuk mengambil tindakan nyata.

Secara konseptual, penelitian ini mempertegas pentingnya komunikasi lingkungan (environmental communication) sebagai instrumen strategis dalam mendorong perubahan perilaku pro-lingkungan. *Trashbag Community* Sumatra Barat berfungsi sebagai agen perubahan sosial lokal yang menunjukkan bahwa komunitas berbasis relawan dapat menjadi motor utama dalam konservasi lingkungan melalui integrasi aksi, edukasi, dan komunikasi persuasif.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, beberapa rekomendasi dapat diberikan untuk memperkuat peran *Trashbag Community*, pemerintah, dan penelitian selanjutnya. Bagi Trashbag Community, perluasan jaringan edukasi dan kolaborasi dengan sekolah, universitas, serta komunitas lokal lain penting untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Pengembangan konten digital yang interaktif dan menarik juga diperlukan agar informasi lingkungan dapat menjangkau generasi muda secara lebih luas, sementara pendekatan partisipatif perlu terus dipertahankan agar pesan lingkungan dapat diinternalisasi dan diterapkan secara nyata.

Bagi pemerintah dan pemangku kebijakan, dukungan terhadap kegiatan komunitas lokal dapat dilakukan melalui regulasi, penyediaan fasilitas, atau program kolaboratif untuk pengelolaan sampah yang lebih terstruktur dan berkelanjutan. Selain itu, kampanye kesadaran lingkungan secara sistematis melalui media massa, pendidikan, dan kolaborasi dengan komunitas dapat memperkuat norma sosial pro-lingkungan.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan meneliti dampak jangka panjang partisipasi masyarakat dalam kegiatan komunitas terhadap perilaku pro-lingkungan sehari-hari. Penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi integrasi strategi komunikasi digital dan

Volume 16 No.1 Maret 2026 ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi

kegiatan lapangan untuk menilai efektivitas media sosial dalam membangun kesadaran masyarakat. Dengan langkah-langkah tersebut, kontribusi komunitas seperti *Trashbag Community* diharapkan tidak hanya mengelola sampah, tetapi juga membentuk budaya peduli lingkungan yang berkelanjutan di masyarakat.

REFERENSI

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179–211.

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self efficacy, locus of control, and the Theory of Planned Behavior. Journal of Applied Social Psychology, 32(4), 665–683.

Arikunto, S. (2020). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Revisi). Rineka Cipta.

Bamberg, S., & Möser, G. (2007). Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: A new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour. Journal of Environmental Psychology, 27(1), 14–25. https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2006.12.002Barnabas, R. (2023). Etika lingkungan dan perubahan perilaku manusia [Artikel online].

Bungin, B. (2018). Metodologi penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan masyarakat, dan ilmu sosial lainnya. Kencana.

Cialdini, R. B. (2001). Influence: Science and practice (4th ed.). Allyn & Bacon.

Cox, R. (2018). Environmental communication and the public sphere (4th ed.). Sage Publications.

Devani, P. C. A., & Basmantara, I. N. (2025). Shaping green purchase intention: How attitude, norms, environmental awareness, and knowledge interact. Journal of Management and Business Studies.

Effendi, M. I., Sugandini, D., & Sukarno, A. (2017). The *Theory of Planned Behavior* and pro environmental behavior among students. Journal of Environmental Management and Tourism.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. Addison-Wesley.

Hartono, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif: Teori dan praktik*. Pustaka Ilmu.

Jambeck, J. R., Geyer, R., Wilcox, C., Siegler, T. R., Perryman, M., Andrady, A., … Law, K. L. (2015). Plastic waste inputs from land into the ocean. *Science, 347*(6223), 768–771. https://doi.org/10.1126/science.1260352

Kaiser, F. G., Wolfing, S., & Fuhrer, U. (1999). Environmental attitude and ecological behavior. *Journal of Environmental Psychology, 19*(1), 1–19. https://doi.org/10.1006/jevp.1998.0107

Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.

Klöckner, C. A. (2013). A comprehensive model of the psychology of environmental behaviour—A meta-analysis. *Global Environmental Change, 23*(5), 1028–1038. https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.03.014

Mustikawati, D., Nugroho, A., & Arifien, A. (2023). The influence of environmental community influencers on green consumption behavior among college students. Kampret Journal.

Muslim, M. (2016). Metodologi penelitian kualitatif: Teori dan praktik. Prenadamedia Group.

Mayer, F. S., & Frantz, C. M. (2004). The connectedness to nature scale: A measure of individuals' feeling in community with nature. Journal of Environmental Psychology, 24(4), 503–515.

Pezzullo, P., Cox, R., & Peterson, R. (2018). Environmental communication and advocacy: What counts as "public" in environmental campaigns? Routledge.

Petra, T. (2008). Paradigma penelitian interpretatif: Teori dan praktik. Universitas Terbuka.

Saifulloh, F., & Fikri, A. (2021). Peran komunitas lokal dalam pengelolaan sampah dan pendidikan lingkungan di Indonesia. Jurnal Lingkungan Hidup.

Senecah, S. L. (2004). The communicative construction of environmental citizenship. Environmental Communication Yearbook, 1, 171–197.

Senecah, S. L. (2004). Environmental Communication and the Public Sphere. Sage Publications.

Simanungkalit, I. P., Hadining, A. F., & Kusnadi, K. (2021). Faktor yang memengaruhi perilaku peduli lingkungan: Pengembangan model menggunakan *Theory of Planned Behavior* dan Norm Activation Model. Indonesian Journal of Environmental Education and Management (IJEEM), 6(2), 195–207.

Sugiyono. (2020). Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Revisi). Alfabeta.

Supranto, J. (2000). Metodologi penelitian sosial. Rineka Cipta.

Venus, A. (dalam Saifulloh, F., & Fikri, A., 2021). Kolaborasi komunitas dan pemangku kepentingan dalam pengelolaan sampah.

Kompas.com (2023). "Sepanjang Tahun 2022, Ada 12,54 Juta Ton Sampah Plastik di Indonesia". https://www.kompas.com/properti/read/2023/06/15/180000421/sepanjang-tahun-2022-ada-12-54-juta-ton-sampah-plastik-di-indonesia

Data KLHK & SIPSN (2023). Timbulan dan pengelolaan sampah nasional. https://lampungprov.go.id/index.php/detail-post/ending-plastic-pollution-lampung-tegaskan-komitmen-kurangi-sampah-plastik

Kumparan.com (2018). Mengenal Trashbag Community, Komunitas Peduli Sampah Gunung. https://lampungprov.go.id/index.php/detail-post/ending-plastic-pollution-lampung-tegaskan-komitmen-kurangi-sampah-plastik

Nationalgeographic.co.id. (2022). Sampah plastik dan dampaknya terhadap ekosistem. https://www.nationalgeographic.co.id

Volume 16 No.1 Maret 2026
ISSN 2085-2428
e ISSN 2721-7809
Jurnal Ilmu Komunikasi