

## **Kampanye Sosial Memilah dan Mengolah Sampah Organik maupun Anorganik di Dusun Pucukan**

**Aileena Solicitor C.R.E.C<sup>1</sup>, Danang Mahardika Putra<sup>2</sup>, Ronaa Huwaidaa Hapsari<sup>3</sup>, Mitha Karima Dewi<sup>4</sup>, Gita Ady Rahmanzah<sup>5</sup>, Aswin Adiguna P<sup>6</sup>, Faisal Fathqurrahman J<sup>6</sup>**

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim, Jalan Raya Rungkut Madya, Gn. Anyar, Surabaya, 60294, Indonesia

*<sup>1</sup>aileena.dkv@upnjatim.ac.id*

---

Permasalahan lingkungan yang terdapat di Dusun Pucukan merupakan masalah yang kompleks. Masalah ini adalah masalah sampah. Kondisi geografis yang menyebabkan kurangnya tempat pembuangan sampah menjadi salah satu penyebab sampah menumpuk dan tersebar, apalagi kesadaran warga dan pengetahuan dalam mengelola sampah juga kurang. Jika masalah ini tidak segera diselesaikan, masalah sampah ini dapat menyebabkan masalah lain seperti masalah kesehatan. Kampanye sosial ini dilakukan berdasarkan riset dengan metode kualitatif dan kuantitatif berupa kuesioner, observasi, dan wawancara mendalam, sehingga ditemukan data bahwa Dusun Pucukan membutuhkan tempat sampah. Tetapi pembuatan tempat sampah saja tidak cukup, sampah perlu dipilah-pilah berdasarkan jenisnya. Dengan membuat gerakan “Milah Milih” memudahkan warga dalam mengidentifikasi dan mengklasifikasikan sampah anorganik dan organik, sehingga akan memudahkan warga dalam mengolah sampah.

*Kata kunci : kampanye sosial, dusun pucukan, organik dan anorganik*

The environmental problem in the hamlet of Pucukan is a complex issue. This problem is a problem of garbage. Geographical condition that causes lack of landfills to be one of the causes of garbage piling up and spread out, especially the people’s awareness and knowledge in managing waste is also lacking. If this problem is not resolved, this garbage problem can cause other problems such as health problems. This social campaign performed based on research with qualitative and quantitative methods in the form of questionnaires, observation, in-depth interviews, and so found that the Hamlet Pucukan in need of trash. But making garbage cans is not enough, garbage needs to be sorted by type. By making the movement “Milah Milih” facilitate citizens in identifying and classifying inorganic and organic waste, so that will make it easier for citizens in the garbage processing.

*Keywords : social campaign, dusun pucukan, organic and inorganic*

---

*Proses review: 1 - 20 Februari 2019, Dinyatakan lolos 28 Februari 2019*

## PENDAHULUAN

Dusun Pucukan, Desa Gebang merupakan sebuah dusun yang terletak di Sidoarjo. Dusun ini tepat berada diantara tambak dan muara pantai. Pada tahun 2014 Dusun Pucukan baru saja mendapatkan aliran listrik. Akses menuju dusun ini terbilang cukup sulit, dimana untuk menuju ke Dusun Pucukan kita harus melewati jalur laut menggunakan kapal sekitar 40 sampai 70 menit. Apabila menggunakan jalur darat harus melalui Tanggulangin dan medannya cukup berbahaya dan sempit. Kondisi lokasi dan akses ini sangat berpengaruh pada perkembangan Dusun Pucukan, terutama pada kondisi lingkungannya. Kondisi Lingkungan Dusun Pucukan ini sangat memprihatinkan. Permasalahan yang dihadapi desa tertinggal pada umumnya adalah kehidupan yang kurang layak, mulai dari kondisi ekonomi, kondisi sarana dan lingkungan, maupun kualitas pendidikan. Saat ini, warga Dusun Pucukan belum dapat mengandalkan bantuan pemerintah karena letaknya terpencil dan sulit dijangkau dari luar.

Dari hasil observasi tercatat bahwa sampah-sampah di dusun ini berserakan dan tidak adanya tempat untuk membuang sampah, kondisi air tambak dan sungai tidak sehat, serta fasilitas air bersih belum memadai. Urgensi dari kondisi di Dusun Pucukan yaitu masalah sampah. Sampah jenis ini pada tingkat rumah tangga misalnya botol plastik, botol gelas, tas plastik, dan kaleng. Letak dusun Pucukan yang terpencil tidak memungkinkan untuk truk sampah masuk ke dusun. Sedangkan Pengangkutan sampah yang ideal adalah dengan *truck container* tertentu yang dilengkapi alat pengepres. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi didapatkan data bahwa warga masih belum memahami tentang cara membuang sampah yang benar, cara memilah sampah, dan mengolah sampah. Apabila tidak segera diselesaikan masalah sampah ini dapat menimbulkan masalah lain seperti masalah kesehatan. Hal ini dikarenakan sampah yang menumpuk akan menjadi sarang nyamuk, lalat, bahkan bakteri yang merupakan sumber dari penyakit. Adapun salah satu solusi agar sampah tidak menumpuk dan berserakan di jalan adalah dengan membuat tong sampah. Tidak hanya itu, sampah yang dibuang di tong sampah juga harus dipilah antara sampah organik dan anorganik. Untuk menanggapi permasalahan di atas, perlunya dibangun sebuah komunikasi efektif di benak masyarakat Dusun Pucukan melalui perancangan kampanye sosial.

## Kampanye Sosial

Kampanye adalah gerakan (tindakan) serentak (melawan atau mengadakan aksi). Sedangkan social adalah semua hal yang berkenaan dengan masyarakat. Kampanye sosial didefinisikan sebagai serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar masyarakat yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu” (Rogers and Storey 1987:7).

Merujuk dari pengertian-pengertian diatas, maka apapun ragam dan tujuan dari kampanye tersebut, upaya perubahan yang dilakukan kampanye selalu terkait dengan aspek pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavioural*). Kampanye sosial dirancang dan dikelola untuk menyelesaikan problematika (*problem solving*) atau membenarkan situasi yang ada di masyarakat luas khususnya dalam bidang sosial. Salah satu perbedaan lain yang menonjang adalah kontinuitasnya yang berarti terdapat berbagai komponen di dalam kampanye yang memiliki kemampuan menyampaikan pesan kepada target audience.

Pada perancangan ini menggunakan Kampanye Sosial dengan gerakan “Milah-Milih”, yang akan mempermudah warga dalam mengidentifikasi dan mengklasi-fikasi jenis sampah sehingga akan mempermudah pula dalam pengolahan. Selain mempermudah dalam pengklasifikasian sampah, gerakan ini juga mengedukasi warga mengenai dampak-dampak yang akan terjadi apabila permasalahan sampah tidak segera diselesaikan. Dengan demikian akan timbul kesadaran warga agar lebih peka terhadap kondisi lingkungan di Dusun Pucukan.

## Media Kampanye Sosial

Pemilihan media sebagai sarana pelaksanaan kampanye dilaksanakan dengan mengukur dan menganalisa kesempatan untuk melihat format dan isi pesan kampanye, nilai respon, biaya penayangan, pembuatan, pesan, akibat yang di timbulkan dan lain lain. (Venus, 2009). Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam pemilihan media yang tepat adalah sebagai berikut :

- a. Pasar sasaran
- b. Anggaran periklanan
- c. Sifat saluran distribusi bagi produk yang
- d. bersangkutan
- e. Kegiatan periklanan pesaing
- f. Karakteristik produk yang akan diiklankan

- g. Tingkat kedalaman pesan
- h. Efektivitas media dalam menarik target audience
- i. Jangkauan, frekuensi, dan dampak media yang dipilih

Menempatkan sebuah kampanye pada suatu media, harus di putuskan media apa yang akan digunakan, pemilihan media harus mempertimbangkan, frekuensi, jangkauan, waktu, biaya dan semua yang sebelumnya telah di jelaskan. Selanjutnya pelaku kampanye memilih media yang menurut penelitiannya paling efektif dan menentukan penempatan media yang bisa

digunakan secara tunggal atau bersama sama (di padukan) untuk mendapat hasil yang optimal. (Venus, 2009). Berikut ini merupakan media Kampanye Sosial “Milah-Milih”:

**Tabel 1.** Media Kampanye

No	Media	Tujuan
1	<i>Motion Graphic</i> <i>Explainer bahaya</i> <i>membuang sampah</i> <i>sembarangan</i>	Mengedukasi warga akan bahaya membuang sampah sembarangan di Dusun Pucukan.
2	Kalender yang dilengka- pi infografis	Memberikan informasi kepada warga akan dampak membuang sampah sembarangan dengan media kalender, agar informasi tersebut dilihat setiap hari dengan demikian, informasi menjadi mudah diingat.
3	Tong sampah organic dan anorganik	Memudahkan warga dalam membuang dan mengelompokkan sampah.
4	Infografis jenis-jenis sampah	Membantu warga dalam memilah-milah sampah berdasarkan jenis sebelum membuang sampah di tempat sampah organic dan anorganik.
5	Poster propaganda baha- ya membuang sampah	Mengingatkan warga melalui pendekatan dengan cara menakut-nakuti warga akan bahaya membuang sampah sembarangan.
6	<i>Incinerator</i>	Memberikan sebuah wadah bagi warga untuk membakar sampah yang tidak bisa diolah kembali.

**Khalayak Sasaran**

Pertimbangan target audience dalam penelitian ini :

a) Demografis

Target audience primer dari kampanye sosial ini adalah masyarakat Dusun Pucukan, khususnya wanita usia 25-50 yang kegiatan sehari-harinya dirumah

dan membantu suaminya mengolah hasil tambak.

b) Geografis

Dusun Pucukan dengan potensi tambak

c) Psikografis

Ibu-ibu yang suka berkumpul dan berbincang-bincang sehingga dapat dipastikan bahwa target merupakan orang yang aktif dan sadar akan lingkungan sekitar.

d) Behavioristik

Seperti yang telah disebutkan di atas bahwa target audiens termasuk orang yang sadar dengan lingkungan sekitar namun ibu-ibu masih suka membuang sampah dibelakang rumah (sembarangan). Maka dari itu, target audiens bisa jadi hanya memiliki pengetahuan yang terbatas dan anggapan bahwa membuang sampah sembarangan itu bukan masalah besar, terlebih lagi ketika tidak ada petugas sampah yang datang ataupun secara fasilitas kebersihan masih kurang memadai.

Kedekatan subjek dengan objek yakni sampah membuat subyek menyepelkan adanya sampah. Subyek sadar dan sangat mengenal objek namun subyek kurang mengindahkan faedah yang di dapat dari perbuatan tersebut. Dalam hal ini, subyek adalah orang yang egois. Dengan sifat dan perbuatan yang dilakukan subyek tersebut, sampah tidak di olah dengan baik yang mengakibatkan menumpuknya sampah sehingga secara tidak langsung berdampak pada semua aspek (lingkungan, kesehatan, dll.), karena subyek memberikan contoh yang tidak baik.

**METODE PENELITIAN**

A. Tahap Pengambilan Data

Metode pengambilan data diperoleh dari pengumpulan data primer melalui depth interview dengan warga untuk mengetahui karakter, kebiasaan, dan perilaku warga Dusun Pucukan. Selain itu data juga diperoleh melalui kuesioner untuk mengetahui bio-data seperti pekerjaan, penghasilan, pendidikan, kondisi perekonomian keluarga, kondisi kesehatan keluarga dan lingkungan Dusun Pucukan. Dalam mengetahui pola interaksi warga dan kondisi lingkungan dilakukan observasi yang lebih mendalam. Observasi merupakan salah satu dasar fundamental dari semua metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif, khususnya menyangkut ilmu-ilmu sosial dan perilaku manusia. Observasi ini dilakukan dengan men-

gamati kondisi lingkungan atau kebersihan disetiap rumah, menghitung jumlah tong sampah dan lokasi pembakaran sampah, serta pengamatan mengenai cara warga membuang sampah. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur berupa jurnal dan data dari internet.

### B. Tahap Studi dan Analisa

Tahapan studi dan analisa meliputi bagaimana merancang kampanye social mengenai Memilah dan memilih sampah dengan baik agar sampah lebih mudah untuk diolah. Berikut ini adalah tahapan studi dan analisa yang telah dilakukan:

#### 1. Analisa wawancara

Wawancara dilakukan dengan warga Dusun Pucukan untuk menganalisis serta merumuskan permasalahan lingkungan yang menjadi topic dalam kampanye sosial

#### 2. Studi perilaku warga

Studi ini dilakukan guna menggali data mengenai kebiasaan, dan perilaku warga Dusun Pucukan dalam membuang sampah untuk. Sehingga dapat diketahui media yang diperlukan untuk solusi dari permasalahan sampah.

#### 3. Analisa kuesioner

Dilakukan dengan menyebar pertanyaan-pertanyaan terkait biodata untuk menganalisis karakteristik target audiens.

#### 4. Analisa observasi

Dilakukan dengan pengamatan jenis-jenis sampah yang terdapat di Dusun Pucukan, serta cara warga membuang sampah untuk merumuskan konsep kampanye.

#### 5. Studi Komunikasi

Studi komunikasi dilakukan untuk mengetahui konsep dan cara penyampaian informasi kampanye yang paling tepat dan efektif.

Program kampanye sosial adalah:

**Tabel 2.** Program Kampanye

No	Program	Kegiatan
1	Action Campaign 1	Melakukan sosialisasi terkait memilah sampah, memasang tong sampah organik & anorganik, Membagikan kalender infografis.

2	Action Campaign 2	Sosialisasi, kerja bakti bersama warga dengan mengaplikasikan metode memilah sampah, pemasangan tong sampah sederhana, memberikan bingkisan.
3	Action Campaign 3	Sosialisasi penggunaan Insenerator, pemasangan Insenerator.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Konsep Perancangan

Konsep kampanye sosial ditentukan berdasarkan permasalahan yang ada secara langsung. Dari analisa yang telah dilakukan, didapatkan konsep kampanye sosial untuk ibu-ibu dengan konsep desain yang *persuasive, creative dan environmental conservation*. Konsep yang diangkat pada kampanye ini adalah:

1. *Persuasive*: kampanye dilakukan dengan cara memberikan pemahaman mengenai dampak buruk yang ditimbulkan jika tidak tepat dalam mengolah sampah, sehingga *insight* dari ibu-ibu dapat tersentuh dan tergerak untuk melakukan kegiatan memilah sampah.

2. *Creative*: Maksud dari konsep kreatif di sini adalah bagaimana kampanye ini dapat menstimulasi kreativitas dari ibu-ibu desa Pucukan dengan memberikan beberapa alternatif cara pengolahan sampah yang tepat, terutama pada jenis sampah organik.

3. *Environmental Conservation*: semua program yang dilaksanakan bertujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan dari bahaya sampah. Terciptanya lingkungan yang bersih dan sehat merupakan merupakan salah satu hasil yang harus dicapai dari kampanye ini.

### B. Konsep Verbal

Adapun perancangan yang akan dibuat sebagai pemecahan masalah yaitu dengan membuat gerakan "Milah Milih" yaitu: gerakan untuk memilah sampah antara organik dan anorganik dan memilih kembali sampah yang bisa dimanfaatkan. Pesan yang disampaikan dalam kampanye ini adalah mengajak ibu-ibu untuk memilah dan memilih sampah dengan cara yang menyenangkan. Cara yang menyenangkan. Tempat sampah yang digunakan dirancang dengan unik seperti system voting. Sehingga saat membuang sampah, bisa memilih lubang tempat sampah seperti kotak suara voting.

Sasaran dari kampanye sosial ini adalah Ibu-ibu warga Dusun Pucukan. Gerakan Milah-Milih ini akan mempermudah ibu-ibu dalam menyikapi masalah sampah. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan memilah sampah organik. selanjutnya sampah organik dapat diolah untuk makanan ternak dan dapat dimanfaatkan menjadi kompos organik yang didalamnya terkandung unsur hara yang dibutuhkan tanaman. Selanjutnya memilah sampah anorganik. Sampah anorganik atau sampah kering merupakan sampah yang tidak dapat terdegradasi secara alami. Sampah anorganik berupa botol-botol plastik, kaleng, kemasan plastik, dan lain sebagainya. Sampah anorganik dapat diolah menjadi kerajinan tangan. Selanjutnya memilah sampah B3 atau sampah yang tidak bisa diolah kembali, seperti popok bayi. Sampah tersebut dibakar di alat pembakaran incinerator.

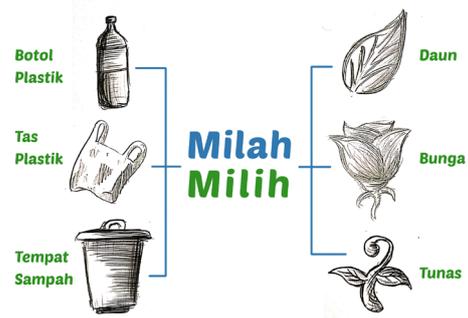
Incinerator ini berfungsi sebagai alat pembakar sampah ramah lingkungan yang tidak bisa diolah kembali. untuk merancang alat pembakar sampah diperlukan beberapa pertimbangan untuk diperhatikan, yaitu jumlah udara pembakaran, sisa hasil pembakaran dan desain incinerator. Saat menggunakan incinerator asap pembakaran yang dihasilkan diarahkan melalui pipa besi yang menghadap ke langit, sehingga asap tidak menyebar kemana-mana. Sebelum adanya alat pembakaran ini, warga biasanya membakar sampah di depan rumah. Asap yang dihasilkan menyebar dan menyebabkan sesak nafas. Cara kerja alat ini cukup sederhana. Sampah diletakkan di dalam tong incinerator, dibawahnya diletakkan arang dan ranting-ranting untuk mempercepat proses pembakaran. Penggunaan arang juga berfungsi untuk menyerap bahan kimia dari sampah B3 seperti sampah baterai yang sudah tidak digunakan.

C. Konsep Visual

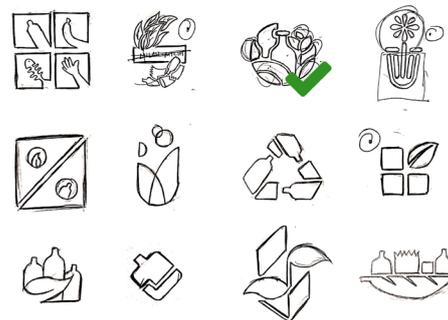
Berdasarkan pada konsep desain *persuasive*, *creative* dan *environmental conservation*, maka acuan desain diambil berdasarkan pada pendekatan lingkungan di Dusun Pucukan. Adapun gaya visual dan ilustrasi dari semua media dalam Kampanye Sosial “Milah-Milih”:

1. Studi Bentuk

Acuan visual dalam pembuatan desain logo menggunakan acuan lingkungan yang paling sering ditemui di Dusun Pucukan.



Gambar 1. Acuan Bentuk



Gambar 2. Alternatif Bentuk Identitas Kampanye Sosial

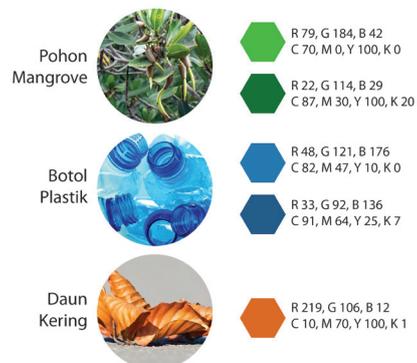


Sketsa Visual

Gambar 3. Proses sketsa ke digital

2. Studi Warna

Adapun warna-warna yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Pemilihan Warna Berdasarkan Acuan Pohon Mangrove, Botol Plastik dan Daun Kering

adalah acuan warna yang mewakili atribut Kampanye Sosial. Pohon Mangrove mewakili sampah organik, Botol Plastik mewakili sampah anorganik dan Daun Kering mewakili pengolahan sampah organik dan anorganik. Selain itu, arti warna pada atribut tersebut adalah:

**Hijau:** memiliki arti sebagai alam dan lingkungan, dan yang kedua sebagai keuangan dan kekayaan. Jika dihubungkan dengan alam, hijau mewakili tanaman hidup dan pertumbuhan dan secara berkesinambungan digunakan untuk mempromosikan 'hijau' pada lingkungan, kesinambungan, organik, esensi alami dari kata.

**Biru:** melambangkan suatu hubungan profesionalitas, kecerdasan, kepercayaan diri, bahkan menjadi simbol kekuatan. Sayangnya, warna biru juga kerap berasosiasi dengan sikap dingin, keras kepala, tidak ramah, dan kurangnya empati.

**Oranye:** Mencampurkan kehangatan warna merah dan keoptimisan warna kuning, oranye mengkomunikasikan aktifitas dan energi. Warna Oranye juga dianggap mampu "merangsang" emosi, tidak heran jika warna oranye kerap digunakan pada tempat-tempat makan atau justru di lingkungan kerja yang membutuhkan produktivitas. Dengan daya tariknya yang kuat, warna oranye melambangkan kehangatan, kenyamanan, keceriaan, bahkan optimisme.

3. Studi Tipografi

Pemilihan tipografi berdasarkan penyesuaian studi bentuk. Adapun proses pemilihan tipografi yang akan digunakan yaitu:



Gambar 5. Alternatif Tipografi

Dari alternatif tipografi di atas, maka pemilihan tipografi yang tepat pada font jenis sans serif yaitu font "Poetsen One".



Gambar 6. Font Poetsen One

4. Brand Identity Kampanye Sosial

Dari 3 studi di atas, maka terciptalah sebuah logo Kampanye Sosial sebagai identitas dari gerakan "Milah-Milih".



Gambar 7. Identitas Gerakan Milah-Milih

5. Media Kampanye

Poster propaganda ditujukan untuk target audiens agar mereka mengingat kembali penting mengolah sampah organik dan anorganik demi kesehatan. Selain itu Poster Infografis bertujuan untuk member pengetahuan tentang jenis sampah organik dan anorganik agar tahu cara megolah sampah yang benar.



Gambar 8. Poster Propaganda



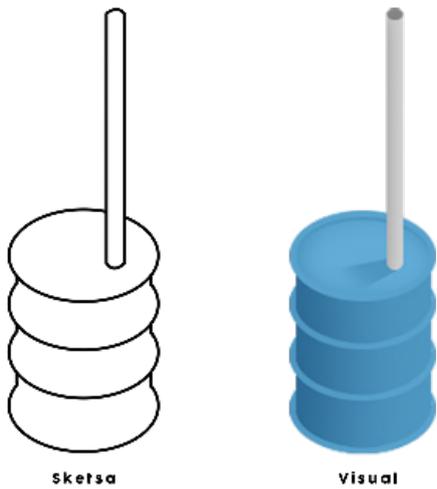
Gambar 9. Poster Infografis

Kalender Infografis yang memuat infografis mengenai dampak membuang sampah sembarangan, infografis mengenai jenis sampah, tempat sampah organik dan organik, tempat sampah sekunder, dan incinerator.



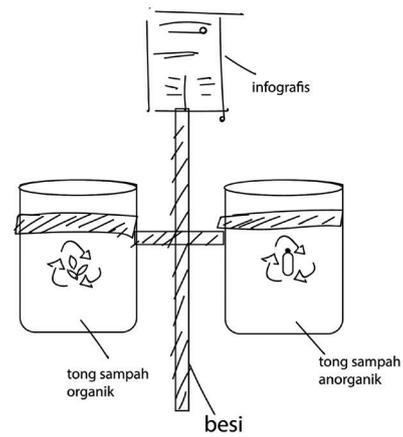
Gambar 10. Kalender Infografis

Incinerator adalah alat yang digunakan untuk proses pembakaran sampah.



Gambar 11. Incinerator

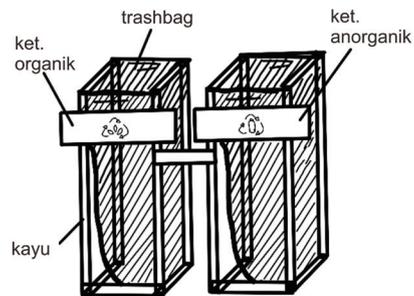
Tempat sampah organik dan anorganik adalah tempat sampah yang digunakan untuk memilah sampah organik dan anorganik.



Sketsa



Eksekusi



Gambar 12. Tempat Sampah Organik dan Anorganik

#### D. Teknik Pelaksanaan Kampanye

Tahapan dari kampanye ini mencakup beberapa hal mulai dari edukasi seputar pentingnya memilah sampah hingga apa saja manfaat yang bisa didapatkan dari memilah sampah tersebut. Aksi dari kampanye ini dilakukan dengan media tempat sampah yang memisahkan antara sampah organik dengan sampah anorganik. Urgensi dari konsep kampanye ini adalah karena partisipasi masyarakat dibutuhkan sebagai *mainstream* dalam kebijakan pengelolaan sampah. *Action Campaign* ini dilaksanakan sebanyak tiga kali, *action campaign* pertama dilaksanakan pada hari senin 5 November, *action campaign* kedua, pada hari selasa tanggal 20 November, sedangkan *action campaign* ketiga pada hari minggu tanggal 25 November 2018.

Pada *action campaign* yang pertama, Sosialisasi mengenai dampak membuang sampah sembarangan dan jenis-jenis sampah dengan *motion graphic explainer* dan *slide presentasi*. Selain itu juga memasang tong sampah anorganik dan organik. Selain itu juga membagikan kalender 2019 yang juga memuat *infografis* mengenai dampak membuang sampah sembarangan. Kemudian *action campaign* yang kedua melakukan kerja bakti sekaligus memilah sampah dengan warga. Setelah sampah terkumpul, ibu-ibu juga berkumpul di balai dusun untuk mendapatkan materi sosialisasi tentang sampah kembali.

Selain itu juga terdapat pembagian *merchandise* kampanye berupa gelas plastic yang disertai logo kampanye *milah-milih*, dengan tujuan apabila warga ingin membeli minuman atau es di warung dapat menggunakan gelas tersebut sehingga mengurangi sampah plastik. Terakhir, *action campaign* yang ketiga kembali dilakukan kerja bakti untuk mengumpulkan sampah sekaligus pemasangan dan sosialisasi mengenai cara penggunaan *incinerator*. Selain itu dipraktikkan pula secara langsung cara membakar sampah. Sampah yang dibakar merupakan sampah yang dihasilkan dari kegiatan kerja bakti.



Gambar 13. Action Campaign di Dusun Pucukan

#### E. Hasil Kampanye

Ibu-ibu di Dusun Pucukan sangat antusias saat sosialisasi mengenai sampah. Kini ibu-ibu di Desa Pucukan mulai membuang sampah dan memilah-milah sampah di tempat sampah yang telah disediakan. Tempat sampah yang telah penuh, isinya dipindahkan dan diolah kembali, sedangkan yang tidak bisa diolah, dibakar di *incinerator*.

### SIMPULAN

Dari aksi kampanye “Milah-Milih” sampah organik dan anorganik terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak adanya tempat pembuangan sampah di Dusun Pucukan
2. Berdasarkan riset kuesioner dan observasi, kesadaran warga untuk menjaga lingkungan masih sangat kurang, sehingga warga masih membuang sampah sembarangan
3. Gerakan “Milah Milih” diharapkan mampu mengedukasi warga akan pentingnya memilah sampah agar sampah mudah untuk diolah.
4. Beberapa media telah dirancang guna mendukung kegiatan ibu-ibu desa pucukan dalam memilah sampah. Media tersebut diantaranya Tong sampah organik & anorganik, Kalender *infografis*, *infografis* penggunaan tong sampah, dan *Insenerator*.
5. *Insenerator* disediakan untuk mengatasi permasalahan sampah yang sulit terurai dan berbahaya bagi lingkungan sebagai cara menanggulangnya.

### DAFTAR RUJUKAN

Adler, Patricia A., & Adler, Peter. 1987. *Membership Roles in Field Research*. Newbury Park, CA: Sage Publication.

Bella Martin, Bruce Hanington. 2012. *Universal Method of Design: 100 Way to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, And Design Effective Solutions*. United States of America: Rockport Publisher.

Budiman, Arif. 2001. *Modifikasi Desain dan Uji Untuk Kerja Alat Pembakar Sampah (incinerator) Tipe Batch*. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456> [Diakses 3 April 2014].

Dwidinita, Dhita dan Endrotomo. 2016. *Jurnal Sains dan Seni ITS Vo. 5, No. 2*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).

Gelbert M, Prihanto D, dan Suprihatin A, 1996. *Konsep Pendidikan Lingkungan Hidup dan "Wall Chart"*. Buku Panduan Pendidikan Lingkungan Hidup. Malang: PPPGT/VEDC.

Hadiwiyoto, S. (1983). *Penanganan dan Pemanfaatan Sampah*. Jakarta: Yayasan Idayu.

Hurek, Lambertus. 2014. *Mengunjungi Sekolah di Tambak Pucukan Sidoarjo* [Internet]. (<http://hurek.blogspot.com/2014/03/mengunjungi-sekolah-di-tambak-pucukan.html?m=1>, diakses tanggal 30 Oktober 2018).

Kuncoro, Sejati. 2009. *Pengolahan Sampah Terpadu*. Yogyakarta: Kanisius.

Nugroho, Panji. 2013. *Panduan Membuat Kompos Cair*. Jakarta: Pustaka Baru Press.

Rogers, E. M., & Storey, J. D. *Communication Campaigns*. In C. Berger & S. Chaffee (Eds.). Newbury Park, CA: Sage. 1987.

Santosa, Sigit. *Advertising Guide book*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Standart Nasional Indonesia Nomor SNI-19-2454-2002 *tentang Tata Cara Teknik Operasional Pengelolaan Sampah Perkotaan*, Badan Standar Nasional (BSN).

Saribanon, N. 2007. *Perencanaan Sosial Partisipatif dalam Pengelolaan Sampah Permukiman Berbasis Masyarakat Kasus di Kotamadya Jakarta Timur*. Disertasi. Program Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor

Venus, Antar. 2009. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dalam mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Jakarta: PT. Simbiosis Rekatama. Media

## UCAPAN TERIMA KASIH DAN PENGHARGAAN

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Pak Tarom selaku Ketua RW Dusun Pucukan dan warga Dusun Pucukan serta Semua pihak yang turut membantu demi terselesaikannya pengabdian masyarakat ini namun tidak dapat disebutkan satu persatu.