

**Praktik Komunikasi Lingkungan bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga: *Branding*  
Pengelolaan Sampah untuk Peluang Usaha**

***Environmental Communication Practices for Housewives: Waste Management  
Branding as a Business Opportunity***

**Rifky Maulana\*, Adhvidya**

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang  
Tangerang Selatan, Banten. Indonesia  
\*Email: dosen02913@unpam.ac.id  
(Diterima 03-02-2026; Disetujui 24-03-2026)

**ABSTRAK**

Permasalahan pengelolaan sampah rumah tangga masih menjadi tantangan serius di kawasan perkotaan dan semi-perkotaan, terutama akibat rendahnya kesadaran masyarakat terhadap potensi ekonomi dan nilai lingkungan dari limbah domestik. Ibu-ibu rumah tangga memiliki peran strategis dalam pengelolaan sampah, namun keterbatasan pengetahuan mengenai komunikasi lingkungan dan *branding* produk sering kali menghambat pemanfaatan sampah sebagai peluang usaha. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas ibu-ibu rumah tangga dalam praktik komunikasi lingkungan melalui penguatan keterampilan *branding* pengelolaan sampah sebagai peluang usaha berbasis komunitas. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang mengombinasikan ceramah, diskusi interaktif, simulasi, dan praktik langsung pembuatan serta promosi produk daur ulang. Sasaran kegiatan adalah kelompok ibu-ibu rumah tangga yang terlibat langsung dalam aktivitas pengelolaan sampah domestik. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep komunikasi lingkungan, kemampuan menyusun narasi dan identitas produk daur ulang, serta keberanian dalam mengomunikasikan dan mempromosikan produk melalui media komunitas. Peserta mulai memandang sampah tidak hanya sebagai residu rumah tangga, tetapi sebagai sumber daya yang memiliki nilai ekonomi, sosial, dan simbolik. Kegiatan ini menyimpulkan bahwa integrasi komunikasi lingkungan dan strategi *branding* berpotensi menjadi model pemberdayaan perempuan yang efektif dalam mendukung pengelolaan sampah berkelanjutan sekaligus membuka peluang usaha mikro berbasis komunitas.

Kata kunci: Komunikasi Lingkungan, *Branding*, Pengelolaan Sampah, Pemberdayaan Perempuan, Pengabdian Kepada Masyarakat

**ABSTRACT**

*Household waste management remains a serious challenge in urban and semi-urban areas, particularly due to the low level of public awareness regarding the economic potential and environmental value of domestic waste. Housewives play a strategic role in household waste management; however, limited knowledge of environmental communication and product branding often hinders the utilization of waste as a business opportunity. This Community Service Program aims to enhance the capacity of housewives in practicing environmental communication through strengthening branding skills in waste management as a community-based business opportunity. The implementation employed a participatory approach combining lectures, interactive discussions, simulations, and hands-on practice in producing and promoting recycled products. The program targeted groups of housewives directly involved in household waste management activities. The results indicate an improvement in participants' understanding of environmental communication concepts, their ability to develop narratives and brand identities for recycled products, as well as increased confidence in communicating and promoting these products through community media. Participants began to perceive waste not merely as household residue, but as a resource with economic, social, and symbolic value. This program concludes that the integration of environmental communication and branding strategies has the potential to serve as an effective women's empowerment model in supporting sustainable waste management while creating community-based micro-enterprise opportunities.*

*Keywords: environmental communication, branding, waste management, women's empowerment, community service*

## PENDAHULUAN

Permasalahan pengelolaan sampah rumah tangga merupakan isu lingkungan yang mendunia dan terus berkembang seiring dengan pertumbuhan populasi, perubahan pola konsumsi, dan urbanisasi yang pesat. Sebagaimana diungkapkan oleh laporan Bank Dunia (2018), dunia kini menghasilkan lebih dari 2 miliar ton sampah padat tahunan, yang dapat meningkat hingga 70% pada tahun 2050 jika tidak ada perbaikan dalam sistem pengelolaan sampah yang berkelanjutan (Shah et al., 2020). Di samping itu, kondisi ini berkontribusi pada penurunan kualitas lingkungan dan kesehatan publik, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia (Giao et al., 2023; Peristiowati & Hariyono, 2023).

Di Indonesia, sebagian besar sampah dihasilkan dari aktivitas rumah tangga dan mayoritas masih diolah dengan metode konvensional, seperti pembuangan di tempat pembuangan akhir (TPA) dan pembakaran terbuka (Widiyanto et al., 2019; Praktik semacam ini tidak hanya menciptakan masalah lingkungan tetapi juga berpotensi membahayakan kesehatan masyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa sampah rumah tangga dapat mengeluarkan polutan berbahaya yang berdampak pada kualitas udara, air, dan tanah, serta dapat menyebabkan berbagai masalah kesehatan seperti asma, penyakit pernapasan, dan infeksi (Baby et al., 2020; Alabi et al., 2023). Dengan demikian, pengelolaan sampah yang lebih etis dan efektif menjadi sangat penting demi mempertahankan kualitas hidup masyarakat dan keberlanjutan lingkungan.

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menegaskan pentingnya pengelolaan sampah yang berbasis sumber dan partisipasi masyarakat sebagai strategi utama dalam pembangunan berkelanjutan (Arbi et al., 2023; Peristiowati & Hariyono, 2023). Strategi ini bertujuan untuk mengurangi jumlah sampah yang dihasilkan dan meningkatkan penanganan melalui sistem yang lebih terintegrasi dan partisipatif. Namun, efektivitas kebijakan tersebut sangat bergantung pada keterlibatan aktif masyarakat, terutama di tingkat rumah tangga sebagai produsen sampah terbesar.

Dalam konteks ini, komunikasi lingkungan menjadi instrumen penting untuk membangun kesadaran dan mendorong perubahan perilaku dalam pengelolaan sampah (Ma et al., 2023; Widowaty & Permatasari, 2023). Keterlibatan masyarakat dapat dipicu lewat kampanye edukatif yang efektif, meningkatkan pengetahuan tentang pengelolaan sampah yang baik, dan mempromosikan praktik daur ulang serta pengurangan sampah. Penelitian menunjukkan bahwa peningkatan praktik pengelolaan sampah di kalangan masyarakat dapat membantu mengurangi ketergantungan pada metode pembuangan yang tidak ramah lingkungan dan mendorong pengolahan sampah yang lebih berorientasi pada keberlanjutan (Widiyanto et al., 2019; Tian et al., 2024).

Keterlibatan masyarakat merupakan faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan kebijakan pengelolaan sampah. Partisipasi aktif dari individu dan komunitas dapat mendorong perubahan perilaku dalam tindakan pengelolaan sampah tanggung jawab (Arbi et al., 2023; Al-Shahed et al., 2016). Berbagai studi menunjukkan bahwa pendekatan berbasis komunitas serta insentif untuk meningkatkan keterlibatan individual dapat menghasilkan hasil yang lebih positif dalam pengelolaan sampah (Ma et al., 2023; Afiffah et al., 2023). Penyaluran informasi dan peningkatan pemahaman masyarakat tentang dampak sampah yang tidak terkendali dapat membentuk pola perilaku yang lebih baik, tidak hanya di tingkat rumah tangga tetapi juga di seluruh komunitas.

Perkembangan masyarakat urban di Indonesia, khususnya di kawasan padat penduduk seperti Tangerang Selatan, menghadirkan tantangan serius dalam pengelolaan sampah rumah tangga. Berdasarkan data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK, 2023), Indonesia menghasilkan lebih dari 68 juta ton sampah per tahun, dan sekitar 40% di antaranya berasal dari aktivitas rumah tangga Haryono et al. (2023). Sampah yang tidak terkelola dengan baik dapat menimbulkan pencemaran tanah, air, dan udara, serta menimbulkan berbagai masalah sosial seperti banjir, bau tidak sedap, dan risiko penyakit (Nirwana, 2023).

Di Tangerang Selatan, praktik membakar sampah masih menjadi kebiasaan umum masyarakat karena dianggap lebih praktis dibandingkan membuang ke TPS atau mengolahnya menjadi barang bermanfaat. Kebiasaan ini menunjukkan rendahnya kesadaran akan potensi ekonomi dari limbah domestik. Padahal, menurut World Bank (2022), konsep ekonomi sirkular mampu meningkatkan nilai ekonomi dari sampah hingga 30% melalui kegiatan daur ulang, pengomposan, dan inovasi berbasis limbah (Irianti & Prasetyoputra, 2019). Artikel ini menekankan bahwa kebijakan pengelolaan sampah harus melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat untuk mengubah perilaku

dan meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya pengelolaan limbah yang lebih berkelanjutan (Widiyanto et al., 2019).

Praktik pembakaran sampah yang umum terjadi di Tangerang Selatan tidak hanya mencemari lingkungan tetapi juga berpotensi menimbulkan risiko kesehatan bagi penduduk sekitar. Menurut penelitian, pembakaran sampah rumah tangga yang tidak terkontrol menciptakan banyak polutan berbahaya yang dapat mempengaruhi kualitas udara dan kesehatan masyarakat (Pujiana et al., 2024). Tingkat partisipasi masyarakat dalam pengelolaan limbah domestik perlu ditingkatkan, terutama dalam mengadopsi praktik yang lebih ramah lingkungan, seperti pemisahan limbah dan daur ulang (Khairiyah et al., 2023).

Keberadaan program-program komunitas yang mendidik masyarakat tentang pengelolaan sampah dan penerapan ekonomi sirkular dapat mendorong perubahan perilaku yang positif. Misalnya, program edukasi yang melibatkan pengelolaan sampah berbasis bank sampah telah menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan sampah (Widiyanto et al., 2019).

Pada tingkat komunitas, pengelolaan sampah rumah tangga masih menghadapi berbagai tantangan, terutama pada kelompok ibu-ibu rumah tangga yang berperan langsung dalam aktivitas domestik sehari-hari. Berbagai laporan media dan kajian pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa meskipun kesadaran terhadap pentingnya menjaga kebersihan lingkungan relatif sudah terbentuk, kemampuan masyarakat dalam mengelola sampah secara kreatif dan bernilai ekonomi masih terbatas. Ibu-ibu rumah tangga cenderung memandang sampah sebagai residu yang harus dibuang, bukan sebagai sumber daya yang dapat diolah dan dikomunikasikan nilainya kepada pihak lain. Selain itu, keterbatasan pengetahuan mengenai komunikasi lingkungan dan branding produk menyebabkan potensi ekonomi dari pengelolaan sampah tidak berkembang secara optimal. Berdasarkan hasil observasi awal dan koordinasi dengan pengurus RT/RW serta kelompok PKK mitra kegiatan, ditemukan bahwa sebagian besar ibu-ibu telah melakukan pemilahan sampah secara sederhana, namun belum memiliki keterampilan untuk mengemas hasil pengelolaan tersebut menjadi produk yang memiliki identitas, cerita, dan daya tarik pasar. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan nyata akan program pendampingan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis pengolahan sampah, tetapi juga pada aspek komunikasi dan branding sebagai kunci pembentukan peluang usaha berbasis lingkungan.

Potensi ini sangat relevan untuk dikembangkan di tingkat komunitas perempuan atau ibu rumah tangga yang memiliki peran strategis dalam manajemen limbah domestik. Sayangnya, pemanfaatan potensi tersebut masih terbatas karena kurangnya pengetahuan, keterampilan, dan strategi komunikasi yang efektif untuk mendorong perubahan perilaku (Andriani et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang tidak hanya mempromosikan produk atau layanan, tetapi juga menanamkan nilai-nilai perilaku berkelanjutan (Wijayanti, 2025).

Strategi komunikasi pemasaran dalam konteks pengelolaan sampah oleh ibu rumah tangga dimaknai sebagai upaya memasarkan nilai-nilai keberlanjutan dan mengubah paradigma masyarakat dari “menghindari sampah” menjadi “mengelola sampah” (Fajeriana, 2025). Pendekatan ini menempatkan komunikasi sebagai alat pemberdayaan sosial. Sejalan dengan teori pemasaran sosial (Andreasen, 1995), prinsip pemasaran dapat diterapkan untuk mempengaruhi perilaku sosial demi kepentingan publik (Khalik et al., 2025).

Lebih lanjut, penelitian menunjukkan bahwa kegiatan pengelolaan sampah yang melibatkan perempuan dalam komunitas dapat memberikan dampak positif tidak hanya dalam mengurangi volume sampah, tetapi juga dalam meningkatkan kesadaran dan keterampilan mereka dalam pengelolaan lingkungan (Wibowo et al., 2024). Dengan demikian, pelatihan dan penyuluhan yang mengedepankan partisipasi aktif perempuan dapat memperkuat upaya keberlanjutan dalam pengelolaan sampah domestik.

Strategi komunikasi yang efektif harus menyentuh dimensi kognitif, afektif, dan konatif. Pendekatan *emotional appeal* seperti pesan “sampahmu menyelamatkan masa depan anakmu” terbukti lebih menggugah partisipasi dibandingkan pesan rasional. Ibu rumah tangga juga memegang posisi penting dalam siklus konsumsi dan produksi rumah tangga, sehingga memiliki potensi besar dalam membentuk budaya keberlanjutan (Fakih, 2012).

Meskipun berbagai program pengabdian dan pemberdayaan masyarakat telah dilakukan dalam bidang pengelolaan sampah, sebagian besar kegiatan masih menitikberatkan pada edukasi teknis, seperti pemilahan sampah, pembuatan kompos, atau kerajinan daur ulang. Pendekatan tersebut sering kali belum secara sistematis mengintegrasikan aspek komunikasi lingkungan dan *branding* sebagai strategi untuk meningkatkan nilai sosial dan ekonomi dari hasil pengelolaan sampah. Celah inilah yang menjadi dasar pengembangan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Kegiatan ini menawarkan kebaruan dengan mengombinasikan praktik komunikasi lingkungan, *storytelling* produk, dan *branding* sederhana yang kontekstual dengan kehidupan ibu-ibu rumah tangga. Pendekatan ini memposisikan ibu-ibu bukan hanya sebagai pelaksana teknis pengelolaan sampah, tetapi sebagai komunikator lingkungan dan pelaku ekonomi mikro yang mampu menyampaikan nilai produk secara persuasif. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berorientasi pada perubahan perilaku lingkungan, tetapi juga pada rekayasa sosial-budaya yang mendorong kemandirian dan kreativitas ekonomi berbasis komunitas.

Namun, rendahnya literasi digital dan ekonomi menjadi kendala. Banyak ibu rumah tangga belum menyadari bahwa sampah memiliki nilai jual dan dapat diolah menjadi produk bernilai tambah. Pendekatan *communication for empowerment* (Servaes, 2008) menjadi relevan untuk memperkuat kapasitas individu agar mampu bertindak.

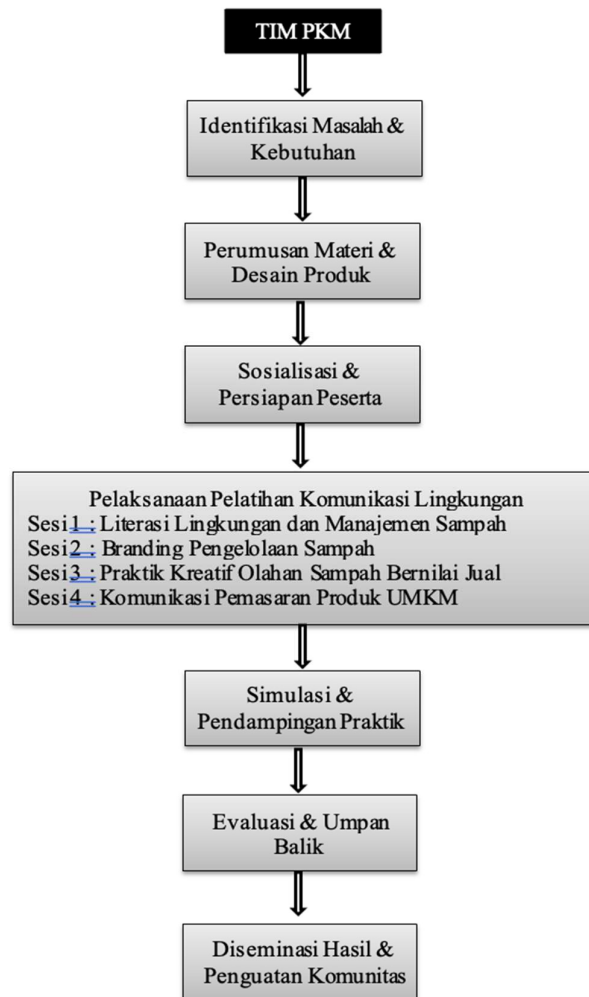
Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas dan kesadaran ibu rumah tangga dalam mengelola sampah rumah tangga secara produktif melalui pendekatan komunikasi pemasaran berbasis lingkungan. Tujuan utama program ini adalah menumbuhkan perilaku berkelanjutan, memperkuat literasi lingkungan, serta mengembangkan potensi ekonomi sirkular di tingkat keluarga. Model ini diharapkan menjadi contoh pemberdayaan komunitas yang dapat direplikasi di wilayah urban lain di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas ibu-ibu rumah tangga dalam praktik komunikasi lingkungan melalui penguatan keterampilan *branding* pengelolaan sampah sebagai peluang usaha. Secara khusus, kegiatan ini diarahkan untuk membekali peserta dengan pemahaman mengenai cara mengomunikasikan nilai lingkungan dan ekonomi dari sampah rumah tangga, mengembangkan identitas dan narasi produk daur ulang, serta memanfaatkan media sederhana sebagai sarana promosi. Urgensi kegiatan ini terletak pada upaya menjembatani kesadaran lingkungan dengan kebutuhan ekonomi keluarga, sehingga pengelolaan sampah tidak berhenti pada aktivitas domestik, tetapi berkembang menjadi praktik produktif yang berkelanjutan. Diharapkan, melalui kegiatan ini akan terbentuk model pemberdayaan berbasis komunikasi lingkungan yang dapat direplikasi pada komunitas lain, sekaligus berkontribusi pada penguatan peran perempuan dalam pembangunan lingkungan dan ekonomi lokal.

## BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan ibu-ibu rumah tangga sebagai aktor utama dalam praktik komunikasi lingkungan. Program ini berfokus pada peningkatan kapasitas peserta dalam memahami dan memanfaatkan teknik *branding* untuk pengelolaan sampah yang bernilai ekonomi. Metode pelaksanaan mengintegrasikan sesi ceramah, diskusi interaktif, demonstrasi langsung, dan praktik lapangan, sehingga peserta dapat mengalami proses pembelajaran secara komprehensif. Melalui pendekatan tersebut, kegiatan ini bertujuan membekali ibu-ibu rumah tangga dengan keterampilan komunikasi dan kreativitas dalam mengolah sampah menjadi peluang usaha yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi lingkung.

Sebelum program dijalankan, tim pengabdian melaksanakan observasi lapangan serta melakukan koordinasi intensif dengan pengurus RT/RW, ketua PKK, dan tokoh masyarakat setempat. Langkah awal ini bertujuan untuk memahami pola pengelolaan sampah di tingkat rumah tangga, termasuk kebiasaan memilah sampah, penerimaan terhadap inovasi lingkungan, dan potensi ekonomi yang dapat dikembangkan dari sampah rumah tangga. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar ibu-ibu sudah terbiasa mengumpulkan sampah rumah tangga, namun belum memiliki keterampilan komunikasi dan *branding* untuk mengembangkan produk daur ulang sebagai peluang usaha. Kelompok ibu-ibu PKK yang aktif menjadi prioritas sasaran karena mereka memiliki peran strategis dalam menyebarkan praktik pengelolaan sampah yang lebih berkelanjutan.



**Gambar 1. Tahapan Alur Program**

Pelatihan dirancang dalam rangkaian kegiatan selama tiga hari dengan fokus pada peningkatan kapasitas komunikasi lingkungan dan branding produk daur ulang. Hari Pertama: Pengenalan Komunikasi Lingkungan dan Manajemen Sampah. Materi diberikan melalui presentasi visual, studi kasus mengenai praktik pengelolaan sampah kreatif, dan sesi diskusi terbimbing. Peserta diperkenalkan pada konsep dasar komunikasi lingkungan, cara menyampaikan pesan lingkungan yang efektif, serta teknik sederhana memilah dan memanfaatkan sampah menjadi bahan baku produk kreatif.

Hari Kedua: Pengenalan *Branding* Produk Daur Ulang. Peserta belajar mengenai prinsip dasar *branding*, mulai dari penentuan identitas produk, penamaan, desain sederhana, hingga narasi produk (*product storytelling*). Materi disampaikan melalui video contoh UMKM daur ulang, modul cetak, dan alat bantu visual untuk memudahkan pemahaman. Pada sesi ini, peserta mulai mengidentifikasi sampah rumah tangga yang potensial diolah menjadi produk bernilai jual.

Hari Ketiga: Praktik Pembuatan Produk & Komunikasi Pemasaran. Ibu-ibu dibagi ke dalam kelompok kecil untuk membuat produk daur ulang seperti keranjang dari plastik bekas, pot tanaman, atau aksesoris rumah. Setelah produk jadi, peserta berlatih membuat foto produk sederhana menggunakan ponsel, menyusun pesan promosi, serta membuat postingan digital untuk uji coba di WhatsApp Group atau Facebook komunitas. Sesi ini bertujuan mengintegrasikan keterampilan produksi, *branding*, dan pemasaran.

Metode simulasi digunakan untuk memastikan peserta memahami langkah-langkah komunikasi lingkungan dan *branding* secara menyeluruh. Melalui *role-play*, kelompok peserta diminta untuk menyusun kampanye kecil mengenai manfaat pengelolaan sampah serta mempresentasikan produk yang telah mereka buat. Tim pengabdian memberikan umpan balik mengenai kelayakan desain produk, kekuatan pesan promosi, serta efektivitas penyampaian cerita tentang produk tersebut.

Kegiatan ini terbukti mendorong keberanian ibu-ibu untuk berbicara di depan umum, meningkatkan kreativitas, dan memperkuat keterampilan komunikasi mereka dalam menjelaskan nilai tambah dari produk daur ulang. Setelah sesi praktik, dilakukan diskusi terbuka yang memberi ruang bagi peserta untuk berbagi pengalaman mengenai tantangan pengelolaan sampah sehari-hari dan peluang usaha yang mereka lihat. Melalui diskusi ini, tim pengabdian membantu peserta mengembangkan pemikiran kritis mengenai pentingnya komunikasi lingkungan, termasuk bagaimana cara menghadapi resistensi keluarga, keterbatasan waktu, dan kendala pemasaran produk. Sesi ini juga menjadi sarana untuk memperkuat solidaritas antar peserta dalam membangun gerakan lingkungan berbasis rumah tangga.

Evaluasi dilakukan sejak tahap awal hingga akhir pelaksanaan kegiatan, meliputi:

a. Evaluasi Pra Kegiatan

Tim PKM menyebarkan survei sederhana untuk memetakan pemahaman peserta mengenai pengelolaan sampah, komunikasi lingkungan, dan *branding* produk. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun peserta memiliki kepedulian tinggi terhadap lingkungan, sebagian besar belum memahami cara mengkomunikasikan nilai produk daur ulang secara efektif.

b. Evaluasi Selama Kegiatan

Tim melakukan observasi langsung terhadap partisipasi peserta dalam sesi pembuatan produk, penyusunan pesan promosi, dan kegiatan *role-play*. Indikator yang diamati meliputi keterlibatan, kemampuan teknis, kreativitas, dan kolaborasi antarpeserta. Dari pengamatan tersebut terlihat peningkatan kemampuan ibu-ibu dalam merancang pesan promosi yang lebih persuasif dan relevan.

c. Evaluasi Pasca Kegiatan

Setelah pelatihan, peserta mengisi kuesioner untuk menilai perubahan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi. Peserta juga mengikuti wawancara singkat untuk menggali refleksi mereka, termasuk keberanian memulai usaha kecil berbasis sampah, perubahan cara mereka memilah sampah, serta komitmen untuk membangun *branding* produk secara mandiri. Beberapa peserta mengungkapkan rencana untuk memperluas pemasaran melalui media sosial komunitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Temuan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menghasilkan sejumlah temuan penting terkait praktik komunikasi lingkungan, transformasi pengetahuan, serta potensi ekonomi berbasis pengelolaan sampah rumah tangga. Temuan tidak hanya terlihat pada peningkatan keterampilan teknis peserta, tetapi juga pada perubahan cara pandang ibu-ibu rumah tangga dalam memaknai sampah, komunikasi lingkungan, dan peluang usaha berbasis komunitas.

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pengelolaan sampah tidak lagi dipahami sebatas aktivitas domestik atau kewajiban rumah tangga, melainkan sebagai praktik sosial yang dapat dikomunikasikan, diberi nilai simbolik, dan dikembangkan menjadi aktivitas ekonomi. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi lingkungan berperan sebagai instrumen perubahan sosial (*social change communication*) yang mampu menghubungkan kesadaran ekologis dengan praktik ekonomi mikro (Servaes, 2016).

### Temuan Utama: Praktik Komunikasi Lingkungan sebagai Rekayasa Sosial-Budaya

#### Komunikasi Lingkungan sebagai Keterampilan Baru

Salah satu temuan utama adalah munculnya keterampilan baru pada peserta dalam mengkomunikasikan isu lingkungan secara sederhana, persuasif, dan kontekstual. Ibu-ibu rumah tangga mulai mampu menjelaskan nilai pengelolaan sampah tidak hanya dari sisi kebersihan, tetapi juga dari manfaat ekonomi dan keberlanjutan lingkungan.

Dalam konteks ini, komunikasi lingkungan tidak lagi dipahami sebagai wacana abstrak, melainkan sebagai praktik sehari-hari yang dekat dengan kehidupan domestik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Cox (2013) yang menekankan bahwa komunikasi lingkungan yang efektif harus berangkat dari pengalaman hidup masyarakat dan praktik keseharian, bukan dari pendekatan teknokratis semata.

### **Branding Pengelolaan Sampah sebagai Model Praktik Sosial**

Temuan penting lainnya adalah keberhasilan peserta dalam memahami konsep *branding* pengelolaan sampah sebagai bagian dari praktik komunikasi. *Branding* tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas pemasaran, tetapi sebagai proses memberi makna, identitas, dan cerita pada produk daur ulang.

Produk berbahan sampah yang dihasilkan peserta seperti pot tanaman, kerajinan plastik, dan aksesoris rumah mulai dikomunikasikan melalui narasi sederhana mengenai proses pembuatan, manfaat lingkungan, dan nilai sosialnya. Hal ini menunjukkan bahwa branding berfungsi sebagai *meaning-making process*, bukan sekadar strategi promosi (Kavaratzis & Hatch, 2013).



**Gambar 2. Suasana PkM dan Praktik *Branding* Pengelolaan Sampah**

### **Tingkat Kesulitan Pelaksanaan**

Dari aspek implementasi, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berada pada kategori tingkat kesulitan menengah. Tantangan utama pelaksanaan terletak pada proses perubahan pola pikir peserta dari orientasi konsumtif menuju orientasi produktif dan bernilai ekonomi. Selain itu, integrasi antara dimensi lingkungan dan dimensi ekonomi juga memerlukan proses adaptasi, mengingat sebagian peserta sebelumnya memandang pengelolaan sampah hanya sebagai aktivitas domestik, bukan sebagai peluang usaha. Tantangan lainnya adalah menumbuhkan keberanian dan kepercayaan diri peserta dalam mengomunikasikan nilai produk serta mempromosikannya kepada khalayak yang lebih luas.

Meskipun demikian, penerapan pendekatan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif peserta, disertai praktik langsung dan simulasi komunikasi, terbukti mampu meminimalkan hambatan tersebut. Pendekatan ini memberikan ruang bagi peserta untuk belajar secara bertahap, reflektif, dan kontekstual sesuai dengan kondisi sosial dan budaya setempat.

### **Peluang Pengembangan**

Kegiatan ini memiliki potensi pengembangan yang signifikan untuk ditindaklanjuti dalam skala yang lebih luas. Program ini dapat dikembangkan menjadi model pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis lingkungan yang berfokus pada pengolahan sampah rumah tangga. Selain itu, model kegiatan ini relatif mudah direplikasi di desa wisata maupun komunitas lain dengan karakteristik sosial yang serupa, karena memanfaatkan sumber daya lokal dan teknologi sederhana.

Lebih lanjut, kegiatan ini berpeluang untuk diintegrasikan dengan program yang telah ada, seperti bank sampah, ekonomi kreatif, maupun inisiatif pembangunan berkelanjutan di tingkat lokal. Peluang pengembangan tersebut sejalan dengan meningkatnya perhatian terhadap praktik *green*

*entrepreneurship* dan *sustainable community development* yang saat ini menjadi bagian penting dalam kebijakan pembangunan lingkungan dan ekonomi lokal (UNEP, 2021).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “*Praktik Komunikasi Lingkungan bagi Ibu-Ibu Rumah Tangga: Branding Pengelolaan Sampah untuk Peluang Usaha*” telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran ibu-ibu rumah tangga mengenai pentingnya komunikasi lingkungan dalam pengelolaan sampah berbasis rumah tangga. Melalui pendekatan edukatif dan partisipatif, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai dampak lingkungan dari pengelolaan sampah yang tidak tepat, tetapi juga memahami potensi ekonomi yang dapat dikembangkan melalui pengelolaan sampah yang bernilai guna.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan perspektif peserta dalam memandang sampah, dari sekadar limbah rumah tangga menjadi sumber daya yang memiliki nilai ekonomi apabila dikelola dan dikomunikasikan secara tepat. Pengenalan konsep *branding* dalam pengelolaan sampah mendorong peserta untuk memahami pentingnya identitas, pesan, dan narasi produk dalam menciptakan peluang usaha berbasis lingkungan. Selain itu, peningkatan kemampuan komunikasi lingkungan turut memperkuat peran ibu-ibu rumah tangga sebagai agen perubahan di tingkat keluarga dan komunitas dalam mendorong perilaku ramah lingkungan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menegaskan bahwa praktik komunikasi lingkungan yang dikombinasikan dengan strategi *branding* mampu menjadi instrumen efektif dalam memberdayakan masyarakat, khususnya ibu-ibu rumah tangga, untuk menciptakan peluang usaha berkelanjutan. Dengan demikian, program ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kesadaran lingkungan, tetapi juga mendukung penguatan ekonomi keluarga dan pembangunan masyarakat yang berorientasi pada keberlanjutan.

### Saran

1. Diperlukan keberlanjutan program melalui pendampingan lanjutan agar pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh peserta dapat terus dikembangkan dan diimplementasikan secara konsisten. Pendampingan ini dapat difokuskan pada penguatan praktik komunikasi lingkungan, pengelolaan sampah berkelanjutan, serta peningkatan kualitas branding produk hasil olahan sampah.
2. Disarankan adanya kolaborasi yang lebih luas dengan pemerintah daerah, lembaga lingkungan, dan pelaku usaha untuk mendukung pengembangan usaha berbasis pengelolaan sampah. Kolaborasi tersebut dapat berupa dukungan regulasi, fasilitasi pemasaran, serta akses terhadap pelatihan lanjutan dan permodalan, sehingga peluang usaha yang dirintis oleh ibu-ibu rumah tangga memiliki keberlanjutan ekonomi yang lebih kuat.
3. Pemanfaatan media digital dan media sosial perlu terus ditingkatkan sebagai sarana komunikasi lingkungan dan promosi produk. Penguatan literasi digital peserta akan membantu memperluas jangkauan pasar, membangun citra produk ramah lingkungan, serta meningkatkan daya saing usaha berbasis pengelolaan sampah. Terakhir, kegiatan serupa disarankan untuk direplikasi di komunitas lain dengan penyesuaian konteks sosial dan budaya setempat, agar dampak positif program dapat dirasakan secara lebih luas dan berkontribusi pada upaya pembangunan berkelanjutan berbasis partisipasi masyarakat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada LPPM Universitas Pamulang yang telah mendanai dan membimbing kegiatan pengabdian masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiffah, L., Ameliyah, A., Hanifah, A., & Artiono, R. (2023). Mathematical Modeling Of Household Plastic Waste Distribution Management With Transportation Methods. *Contemporary Mathematics and Applications (Conmatha)*, 5(1), 27-36. <https://doi.org/10.20473/conmatha.v5i1.44637>

- Alabi, O., Pasa, T., & Adebo, T. (2023). Environmental Contamination and Public Health Effects of Household Hazardous Waste. *Journal of Biomedical Research & Environmental Sciences*, 4(9), 1323-1340. <https://doi.org/10.37871/jbres1801>
- Al-Shahed, Q., Assali, A., & Najjar, R. (2016). Safe Disposal of Medicines in Palestine. *Journal of Pharmacy and Pharmacology*, 4(1). <https://doi.org/10.17265/2328-2150/2016.01.004>
- Andriani, A., Shobrina, A., Nurrohmah, I., & Irbah, K. (2023). Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga Menjadi Pupuk Cair dan Pupuk Padat. *jurnal bina desa*, 4(2), 241-244. <https://doi.org/10.15294/jbd.v4i2.32473>
- Arbi, M., Yamin, M., & Wahyudi, T. (2023). Stakeholders' Perceptions of Environmental Management System in Managing Domestic Waste in the Gasing Industrial Area in Banyuasin Regency. *Journal of Environmental and Agricultural Studies*, 4(3), 53-57. <https://doi.org/10.32996/jecas.2023.4.3.8>
- Baby, A., Mathew, S., Shycil, M., & Nursing, M. (2020). A Correlative Study to Assess the Knowledge and Practice of Housewives Regarding Householdwaste Management in Selected Rural Community at Mangalore with a View to Provide an Information Pamphlet. *Medico-Legal Update*, 20(4). <https://doi.org/10.37506/mLU.v20i4.2063>
- Fajeriana, N. (2025). URBAN FARMING: BUDIDAYA SAYURAN DAUN DI LAHAN SEMPIT DENGAN PEMANFAATAN SAMPAH ORGANIK DAN ANORGANIK. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(3), 2528. <https://doi.org/10.31764/jmm.v9i3.30209>
- Giao, N., Anh, N., & Nhi, P. (2023). Current Situation of Municipal Solid Waste Generation in Ca Mau City, Vietnam. *Journal of Applied Sciences and Environmental Management*, 27(3), 433-442. <https://doi.org/10.4314/jasem.v27i3.5>
- Haryono, I., Soesilo, T., & Agustina, H. (2023). Pengaruh Perilaku dan Kondisi Permukiman Masyarakat Terhadap Kualitas Air di Sungai Jangkok, Kota Mataram. *Jurnal Kesehatan Lingkungan Indonesia*, 23(1), 73-83. <https://doi.org/10.14710/jkli.23.1.73-83>
- Irianti, S. and Prasetyoputra, P. (2019). OPEN BURNING OF HOUSEHOLD SOLID WASTE AND CHILD RESPIRATORY HEALTH: EVIDENCE FROM INDONESIA. *Jurnal Ekologi Kesehatan*, 17(3), 123-134. <https://doi.org/10.22435/jek.17.3.996.123-134>
- Khairiyah, N., Putra, W., Maulana, R., Najla, L., & Darni, R. (2023). EDUKASI DAN MANAJEMEN PENGELOLAHAN SAMPAH BERBASIS WEBSITE DAN MENGURANGI VOLUME SAMPAH DI KELURAHAN LIMA MANIS, PADANG. *Jurnal Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1-7. <https://doi.org/10.37090/jmpkm.v2i1.805>
- Khalik, A., Hamzah, M., & Kamaluddin, L. (2025). Improving Financial Literacy through Financial Management Training for Housewives Community. *j. Sipakatau: inov. pengabdian. masy.*, 30-35. <https://doi.org/10.61220/jsipakatau.v2i2.255>
- Ma, H., Li, M., Tong, X., & Dong, P. (2023). Community-Level Household Waste Disposal Behavior Simulation and Visualization under Multiple Incentive Policies—An Agent-Based Modelling Approach. *Sustainability*, 15(13), 10427. <https://doi.org/10.3390/su151310427>
- Maryanah, T. and Muflihah, L. (2025). Mitigasi Perubahan Iklim Melalui Pengelolaan Limbah Cair Rumah Tangga untuk Pembangunan Berkelanjutan. *Sarwahita*, 22(02), 133-145. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.222.2>
- Nirwana, M. (2023). Regulatory Approaches and Strategies for Household Waste Pollution Management in the East River Flood Canal of Semarang City. *Walisongo Law Review (Walrev)*, 5(1), 55-72. <https://doi.org/10.21580/walrev.2023.5.1.14770>
- Peristiwati, Y. (2023). Analysis Driviiing Force, Pressure, State, Impact And Regional Environmental Issues Kediri City. *Journal for Quality in Public Health*, 7(1), 104-109. <https://doi.org/10.30994/jqph.v7i1.483>
- Pujiana, D., Jacinda, A., Edayati, A., Febriani, A., Sugiarto, B., Sepdianti, D., ... & Abdindra, S. (2024). Education on waste management in Kelurahan 13 Ulu, Palembang City. *Community Empowerment*, 9(4), 625-631. <https://doi.org/10.31603/ce.11007>
- Shah, N., Satia, M., & Thakkar, F. (2020). MATHEMATICAL APPROACH ON HOUSEHOLD WASTE CAUSING ENVIRONMENTAL POLLUTANTS DUE TO LANDFILL AND

- TREATMENTS. *International Journal of Engineering Technologies and Management Research*, 5(2), 266-282. <https://doi.org/10.29121/ijetmr.v5.i2.2018.171>
- Tian, M., Liu, R., Wang, J., Liang, J., Nian, Y., & Ma, H. (2024). How to promote the sustainability of China's rural waste management system: Increase government subsidies or increase waste service management fees?. *Natural Resources Forum*, 49(2), 1880-1909. <https://doi.org/10.1111/1477-8947.12454>
- Wibowo, F., Fitri, A., Boedirochminarni, A., Prakosa, G., Aditya, S., Nurmalasari, D., ... & Dinata, M. (2024). Pelatihan Pembuatan Kompos dari Seresah Daun dan Sampah Organik untuk Ibu-ibu PKK Dusun Tretes dan Kelompok Tani Hutan Pujon Hill. *Jast Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 8(2), 229-243. <https://doi.org/10.33366/jast.v8i2.6294>
- Widiyanto, A., Suratman, S., Alifah, N., Murniati, T., & Pratiwi, O. (2019). Knowledge and Practice in Household Waste Management. *Kesmas National Public Health Journal*, 13(3). <https://doi.org/10.21109/kesmas.v13i3.2705>
- Widowaty, Y. and Permatasari, A. (2023). Creative Ideas of Sidakan Women Association (PKK) By Returning Used Bottles for Economic Value and Environmental Pollution Reduction. *iccs*, 1(2). <https://doi.org/10.18196/iccs.v1i2.129>
- Wijayanti, P. (2025). Pengembangan Life Skill Perempuan Lewat Pengelolaan Sampah di Bokoharjo, Sleman. *Sirad Pelita Wawasan*, 155-166. <https://doi.org/10.64728/sirad.v1i2.art8>