PERSEPSI NASABAH MENGENAI BANK SAMPAH DI KOTA BANDUNG

(Studi Deskriptif Tentang Persepsi Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung)

Oleh:
AJENG SRI LESMADIANI
NIM. 41812078

ABSTRACT

The research objective *was to describe the perception of customer regarding bank sampah in Bandung. To answer those research, appointed sub-focus research on experienced, motivation, personality.*

Those research *used qualitative approach with descriptive method, subject of bank sampah customer in Bandung used purposive sampling technical by 6 (Six) people of informant, and supportes informant as 2 (two) people. Data collection techniques consisting of literature and field studies. Test the validity of the data extension of observation and triangulation. Analysis data technical with data collected, data reducted, data presentment, got conclusion.*

Resulted of research: Experienced *customer gained from activities performed by socializing the bank sampah, besides receiving information on the bank sampah by word of mouth as from the neighbors who are already far longer as a customer of the bank sampah, the low exchange rate of garbage is also an experience that is felt when clients have joined, and its surrounding environment clean enough perceived by customer.* ***Motivated*** *customer is present on the solicitation of someone they admire, addition the existence of economic value that drives them to join, the motivation arises from the other way and the strategy that is applied to the garbage bank customers.* ***Personality*** *customers tend to be extroverted that is are easily affected, sociable and easily accept new innovations.*

Keywords: Perception, Customer, Bank Sampah

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan tentang persepsi nasabah mengenai bank sampah di Kota Bandung, untuk menjawab penelitian tersebut, diangkat sub fokus penelitian mengenai pengalaman, motivasi, kepribadian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, subyek penelitian adalah nasabah bank sampah di Kota Bandung dengan menggunakan teknik *purposive sampling,* diperoleh informan kunci

sebanyak 6 (enam) orang, dan informan pendukung sebanyak 2 (dua) orang. Teknik pengumpulan data terdiri dari studi pustaka dan studi lapangan. Uji keabsahan data yang dilakukan adalah perpanjangan pengamatan dan triangulasi data. Teknik analisa data dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian: Pengalaman nasabah diperoleh dari kegiatan sosialisasi yang di lakukan oleh bank sampah, selain itu nasabah mendapatkan informasi mengenai bank sampah dari mulut ke mulut seperti dari para tetangga yang sudah jauh lebih lama bergabung sebagai nasabah bank sampah, rendahnya nilai tukar sampah juga merupakan pengalaman yang dirasakan nasabah ketika sudah bergabung dan bersihnya lingkungan disekitar nasabah cukup dirasakan oleh nasabah. **Motivasi** nasabah terdapat pada ajakan dari sosok yang mereka kagumi, selain itu adanya nilai ekonomi yang mendorong mereka untuk bergabung, Motivasi lainnya juga muncul dari cara dan strategi yang diterapkan bank sampah kepada para nasabahnya. **Kepribadian** nasabah cenderung *ekstrovert* yaitu mudah tepengaruh, mudah bergaul dan mudah menerima inovasi baru.

Kata kunci: Persepsi, Nasabah, Bank Sampah

1.Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Bank sampah semakin hari semakin maju dan berkembang begitu cepat sudah banyak bank Sampah yang hadir di Indonesia, hampir dari tahun ke tahun terjadi peningkatan. Program bank sampah saat ini semakin inovatif banyak yang menggunakan program menabung sampah tidak lagi hanya mendapatkan uang, Akan tetapi kini menabung sampah dapat ditukar dengan paket sembako, bayar listrik, hingga asuransi kesehatan. Bank sampah pertama kali didirikan atas prakarsa masyarakat tahun 2008 di kabupaten Bantul dengan nama Bank Sampah Gemah Ripah. Sejak itu, keberadaan bank sampah terus berkembang.

Statistik perkembangan pembangunan bank sampah di Indonesia pada bulan Februari 2012 adalah 471 buah, jumlah bank sampah yang sudah berjalan dengan jumlah penabung sebanyak 47.125 orang dan jumlah sampah yang terkelola adalah 755.600 kg/bulan, dengan nilai perputaran uang sebesar Rp. 1.648.320.000 perbulan. Angka statistik ini meningkat sekitar 53% menjadi 886 buah bank sampah berjalan sesuai data pada bulan Mei 2012, dengan jumlah penabung sebanyak 84.623 orang/nasabah dan jumlah sampah yang terkelola sebesar 2.001.788 kg/bulan serta menghasilkan uang sebesar Rp. 3.182.281.000 perbulan.

Terjadi peningkatan pada bulan Desember 2012, jumlah bank sampah di seluruh Indonesia mencapai 1195 unit, yang tersebar pada 55 kota/kabupaten di 16 propinsi, dengan jumlah nasabah penabung 96.203 orang dan omzet Rp 15,1 milyar per bulannya. Volume sampah yang berhasil diolah atau direduksi adalah sekitar 2.262 ton per bulan atau 27.144 ton per tahun, dengan total produksi

sampah di seluruh Indonesia yang diperkirakan mencapai 54 juta ton pertahun. Sedangkan volume sampah yang berhasil direduksi melalui bank sampah sekitar 0,05 persen.

Perkembangan bank sampah hingga saat ini semakin meningkat dari data jumlah bank sampah yang dicatat oleh Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Sampai dengan tahun 2015 ini jumlah kota yang mengembangkan bank sampah meningkat dari 99 kota menjadi 129 kota dengan penambahan jumlah unit bank sampah dari 1.640 unit menjadi 2.861 unit, dengan total jumlah penabung atau nasabahnya mencapai 175.413 orang. Sementara itu, jumlah sampah yang terkelola di bank sampah meningkat dari 2.347,8 ton/bulan menjadi 5.551 ton/bulan dengan total nilai transaksi rupiah meningkat dari Rp 15 milyar/bulan menjadi Rp 34,3 milyar/bulan.

Bank sampah merupakan kegiatan bersifat sosial *engineering*, yang megajarkan masyarakat untuk memilah sampah serta menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam pengolahan sampah secara bijak dan pada gilirannya akan mengurangi sampah yang di angkut ke TPA. Bank sampah sebagai suatu program yang sedang di godok oleh pemerintah untuk mengurangi volume sampah yang ada dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat untuk mengelolah sampah secara bersama – sama. Bank sampah sebagai tempat pemilahan dan pengumpulan sampah yang dapat di daur ulang dan/atau di guna ulang yang memilki nilai ekonomi.

Proses dalam bank sampah ini hampir sama dengan bank konvensional pada umumnya. Bedanya, jika bisanya masyarakat menabung uang dapat uang, maka melalui bank sampah masyarakat menabung sampah dapat uang. Sedangkan, pengelola bank sampah harus dengan orang yang kreatif dan inovatif serta memiliki jiwa kewirausahaan agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakatnya.

Penjelasan secara keseluruhan yang telah dikemukakan di atas, peneliti menyadari bahwa pentingnya keberadaan bank sampah dalam suatu daerah khususnya di Kota Bandung. Perkembangan dari program – program bank sampah saat ini semakin inovatif, perkembangan tersebut menimbulkan persepsi yang berbeda – beda mengenai bank sampah di kota Bandung. Perbedaan persepsi tersebut tentu saja menarik perhatian peniliti untuk mengetahui lebih jauh seperti apa persepsi yang timbul pada diri nasabahnya.

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1.Pertanyaan Makro

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah makro sebagai berikut:

“Bagaimana Persepsi Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung?”

1.2.2.Pertanyaan Mikro

Berdasarkan rumusan masalah makro diatas, maka peneliti merumuskan masalah mikro sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengalaman Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung?
2. Bagaimana Motivasi Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung?

3. Bagaimana Kepribadian Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung?

1.3.Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1.Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji lebih dalam tentang Persepsi Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung.

1.3.2.Tujuan Penelitian

Bekaitan dengan masalah yang akan diteliti, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengalaman Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui Motivasi Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui Kepribadian Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung.

1.4.Kegunaan Penelitian

1.4.1.Kegunaan Penelitian Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berkaitan dengan kajian ilmu komunikasi khususnya mengenai persepsi nasabah mengenai bank sampah di kota Bandung. Serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi juga wacana baru akan wawasan peneliti terhadap penerapan Ilmu – Ilmu Komunikasi.

1.4.2.Kegunaan Penelitian Praktis

Selain kegunaan teoritis di atas, dapat dikemukakan pula kegunaan praktis sebagai berikut :

1.4.2.1.Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna bagi peneliti sebagai satu bentuk aplikasi Ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi khususnya dalam memahami persepsi nasabah mengenai bank sampah di Kota Bandung.

1.4.2.2.Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan oleh para akademisi sebagai referensi dan acuan tentang komunikasi, baik itu akademisi dibidang Ilmu Komunikasi khususnya, atau pun disiplin Ilmu sosial pada umumnya.

1.4.2.3.Bagi Masyarakat

Kegunaan penelitian ini bagi masyarakat umum yakni, ingin memberikan informasi dan pengetahuan mengenai persepsi nasabah mengenai bank sampah di Kota Bandung.

2. Tinjauan Pustaka

2.1.Tinjauan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang membutuhkan pelaku atau personal lebih dari satu orang. Komunikasi interpersonal adalah Proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Komunikasi Interpersonal menuntut berkomunikasi dengan orang lain. Komunikasi jenis ini dibagi lagi menjadi komunikasi diadik, komunikasi publik, dan komunikasi kelompok kecil. Komunikasi Interpersonal juga berlaku secara kontekstual bergantung kepada keadaan, budaya, dan juga konteks psikologikal. Cara dan bentuk interaksi antara individu akan tercorak mengikuti keadaan – keadaan ini. (Rakhmat, 2011:78)

Adapun faktor – faktor situasional dan faktor-faktor personal sebagai bentuk persepsi yang dikemukakan Jalaludin Rakhmat dalam bukunya "Psikologi Komunikasi" (Rakhmat.2011:88-90) sebagai berikut:

Faktor-faktor situasional pembentuk persepsi adalah:

1. Deskripsi Verbal
   Yaitu suatu gambaran mengenai individu yang diketahui dari pemberitaan pihak ketiga,yang dilukiskan secara gamblang.
2. Petunjuk Proksemik
   Yaitu jarak yang dibuat individu dalam hubungannya dengan orang lain yang menunjukan tingkat keakraban diantara keduanya
3. Petunjuk Kinesik
   Yaitu faktor yang mempengaruhi persepsi didasarkan pada gerakan individu atau bahasa tubuh.
4. Petunjuk Wajah
   Merupakan ekspresi emosi individu yang menimbulkan persepsi.
5. Petunjuk Paralinguistik
   Yaitu cara bagaimana individu mengucapkan lambang-lambang verbal (berbicara). Petunjuk ini meliputi cara pengucapan, intonasi suara, gaya verbal (dialek) dan interaksi (perilaku ketika komunikasi dua arah).
6. Petunjuk Artifaktual
   Yaitu meliputi segala macam penampilan (apperance) seperti potongan rambut, pakaian, pangkat dan atribut lainnya.

Sedangkan faktor-faktor personal pembentuk persepsi adalah :

1. Pengalaman
   Pengalaman merupakan rangkaian peristiwa yang pernah dihadapi. Pengalaman tidak selalu datang lewat proses belajar formal, tetapi dari keseharian yang tidak disengaja, pengalaman juga membantu individu untuk mempersepsi secara cermat.
2. Motivasi
   Motivasi merupakan dorongan yang datang dari individu untuk mempersepsi sesuatu, motif yang datang dari diri merupakan kebutuhan hidup individu yang harus dipenuhi, seperti kebutuhan akan pengakuan, kebutuhan akan keadilan, dan sebagainya.
3. Kepribadian

Dalam psikoanalisis dikenal proyeksi, sebagai salah satu cara pertahan ego. Proyeksi adalah mengeksternalisasikan pengalan subyektif secara tidak sadar. Pada persepsi interpersonal, orang mengenakan pada orang lain sifat-sifatyang ada pada dirinya. Dari uraian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa individu yang banyak melakukan proyeksi akan tidak cermat dalam menanggapi pesona stimuli, bahkan mengaburkan gambaran sebenarnya.

2.2. Tinjauan Tentang Persepsi

Salah satu komponen penting dalam berkomunikasi adalah persepsi. Persepsi menjadi penting karena persepsi merupakan inti dari sebuah komunikasi. Dalam kehidupan dan komunikasi sehari-hari betapa sering kita menampilkan persepsi terhadap realitas dunia. Contohnya, setiap hari kita memandang beragam objek yang ditangkap oleh panca indera kita, yaitu, mata. Kita melihat pemandangan di sekitar kita. Kemudian, apa yang kita lihat tersebut, diproses di dalam pikiran kita sehingga membentuk suatu persepsi, sehingga kita menyadari betapa indahnya dunia beserta isinya.

Dalam hal membentuk suatu pesepsi, tentu terdapat beragam faktor yang mempengaruhinya, tetapi sebelumnya kita akan memperhatikan terlebih dahulu pengertian tentang persepsi.

Pengertian Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita (Mulyana, 2007:179).

Sementara Joseph A. Devito mendefinisikan persepsi sebagai proses yang menjadikan kita sadar akan banyaknya yang mempengaruhi indera kita (Mulyana, 2007:180).

“Setiap individu akan memiliki kriterianya sendiri dalam menentukan terhadap apa mereka akan menarik perhatian mereka. Masing-masing individu akan memandang dunia berkaitan dengan apa yang mereka butuhkan, apa yang dinilai, apakah sesuai dengan keyakinan dan budayanya. (Alo Liliweri, 2011:153)

Persepsi menurut Prof. Dr. Alo Liliweri 2011 hal. 150-153 dalam bukunya Komunikasi Serba Ada Serba Makna mendefinisikan persepsi sebagai berikut, yaitu :

Persepsi adalah proses menjadi sadar terhadap stimulus yang ada disekitar kita;

1. Persepsi merupakan proses neurologis ketika sensoris stimulus diterima, diketahui, dan diakui sebagai makna yang sederhana, persepsi juga merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menjelaskan control sensoris terhadap sesuatu yang kompleks seperti perilaku yang dinferensi dari perilaku lain.

2. Persesi merupakan suatu proses internal yang bersifat hipotesis yang mempunyai sifat yang tidak menentu, namun dapat dikendalikan oleh sebagian besar rangsangan dari luar (kadang-kadang dipengaruhi oleh variabel seperti kebiasaan dan dorongan).
3. Pengertian persepsi juga dijelaskan oleh para ahli sebagai berikut: Persepsi adalah kemampuan membeda-bedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap suatu objek rangsangan. (Liliweri.2011:150-153)

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipandang lebih relevan dan cocok karena bertujuan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi, organisasi, gerakan sosial atau hubungan kekerabatan, yang sesuai dengan fakta – fakta yang ada, yang terjadi di lingkungan masyarakat.

4.Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1.Gambaran Mengenai Bank Sampah

Undang – Undang Nomor 18 tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah beserta Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 mengamanatkan perlunya perubahan paradigma yang mendasar dalam pengelolaan sampah yaitu dari paradigma kumpul – angkut – buang menjadi pengolahan yang bertumpu pada pengurangan sampah dan penanganan sampah. Kegiatan pengurangan sampah bermakna agar seluruh lapisan masyarakat, baik pemerintah, dunia usaha maupun masyarakat luas melaksanakan kegiatan pembatasan timbulan sampah, pendauran ulang dan pemanfaatan kembali sampah atau yang lebih dikenal dengan sebutan Reduce, Reuse dan Recycle (3R) melalui upaya-upaya cerdas, efisien dan terprogram.

Kegiatan 3R ini masih menghadapi kendala utama, yaitu rendahnya kesadaran masyarakat untuk memilah sampah. Salah satu solusi untuk mengatasi masalah tersebut yaitu melalui pengembangan bank sampah yang merupakan kegiatan bersifat social engineering yang mengajarkan masyarakat untuk memilah sampah serta menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam pengolahan sampah secara bijak dan pada gilirannya akan mengurangi sampah yang diangkut ke TPA.

Pembangunan bank sampah ini harus menjadi momentum awal membina kesadaran kolektif masyarakat untuk memulai memilah, mendaur-ulang, dan memanfaatkan sampah, karena sampah mempunyai nilai jual yang cukup baik, sehingga pengelolaan sampah yang berwawasan lingkungan menjadi budaya baru Indonesia.

4.2. Pembahasan

Peneliti pada sub – bab ini, peneliti akan menguraikan data yang telah diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara informan yang peneliti lakukan dengan 6 orang informan kunci dan 2 orang informan pendukung. Diantaranya 6 orang informan kunci tersebut yaitu : Ujang dan Manisem merupakan nasabah bank sampah bumi inspirasi, Iyoh serta Lusi Listiawati yang merupakan nasabah bank sampah hijau lestari, Yani merupakan nasabah PKS Sekeloa serta Sarma yang merupakan nasabah bank sampah Tamansari. Adapun 2 informan pendukungnya yaitu Isti Khairani selaku Founder dari bank sampah bumi inspirasi dan Anisa Fauzia Ketua dari bank sampah bumi inspirasi.

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Pengalaman disini merupakan faktor terbentuknya persepsi, terbentuknya persepsi dimulai dengan pengamatan yang melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan, dan menerima sesuatu hal yang kemudian seseorang menseleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi yang diterimanya menjadi suatu gambaran yang berarti.

Peneliti untuk mengetahui pengalaman nasabah mengenai bank sampah ini terlihat dari beberapa hal yang berkaitan dengan hal seperti sejauh mana mereka mengenal bank sampah dan kesan – kesan seperti apa yang mereka dapatkan setelah bergabung menjadi nasabah bank sampah. Pengalaman mereka tentu lah berbeda – beda sesuai dengan kesejahteraan bank sampahnya.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dilapangan, peneliti dapat melihat bahwa mereka semua mendukung dan aware dengan adanya bank sampah. Kebanyakan dari mereka bergabung dengan bank sampah atas dasar di bujuk oleh seseorang atau orang lain. Pengalaman nasabah terbentuk bukan karena keinginan sendiri melainkan adanya ajakan dari pengurus bank sampah ketika mereka belum menjadi nasabah.

Motivasi adalah sebuah proses untuk tercapainya suatu tujuan dari setiap individu. Seseorang yang mempunyai motivasi berarti telah mempunyai kekuatan untuk memperoleh kesuksesan dalam kehidupannya. Masalah yang menggerakkan dan menentukan tingkah laku seseorang itu Antara lain yang selalu dikaitkan dengan konsep motivasi yaitu : Keinginan (drives), Keperluan (needs), Insentif, Rasa takut (fears), Usaha (goals), Tekanan sosial (social pressure), Kepercayan diri (self-confidence), Minat (interests), Rasa ingin tahu (curiousity), Kepercayaan (beliefs), Nilai (values), dan Pengharapan (expectations). Konsep motivasi juga dapat dijelaskan berdasarkan ciri – ciri individu atau traits.

Seorang individu mempunyai motivasi yang berbeda – beda ketika ia memutuskan untuk bergabung dengan bank sampah. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, peneliti melihat bahwa motivasi individu itu bisa di dorong dari keinginan diri sendiri atau adanya dorongan dari luar yang dapat mempengaruhi persepsi mereka. Seperti yang di ungkapkan Sarma dalam wawancara yang di lakukan peneliti, beliau memutuskan bergabung dengan bank sampah karena tertarik dengan nilai uang yang di dapatkan dari menabung sampah tersebut. Hasil

dan nilai uang yang di dapatkan tentu berhasil menarik minat masyarakat luas khususnya masyarakat menengah ke bawah.

Menurut M.A.W. Browen kepribadian adalah corak tingkah laku sosial yang meliputi corak kekuatan, dorongan, keinginan, opini, dan sikap – sikap seseorang. Kepribadian secara keseluruhan adalah keseluruhan sikap, ekspresi, perasaan, temparmen, ciri khas dan juga prilaku seseorang. Sikap perasaan ekspresi & tempramen tersebut akan terwujud dalam tindakan seseorang kalau di hadapkan kepada situasi tertentu. Setiap orang memiliki kecenderungan prilaku yang baku/berlaku terus menerus secara konsisten dalam menghadapai situasi yang sedang di hadapi, sehingga jadi ciri khas pribadinya.

Jika dilihat kepribadiannya para nasabah berada pada kepribadian ekstrovert karena para nasabah mengarahkan perhatiannya keluar dirinya, sehingga segala sikap dan keputusan – keputusan yang diambilnya adalah berdasarkan pada pengalaman – pengalaman orang lain. Pernyataan tersebut sesuai dengan apa yang di kemukakan oleh salah satu nasabah bahwa ia tertarik bergabung dengan bank sampah karena ia sebelumnya melakukan diskusi terlebih dahulu dengan orang yang sudah lama bergabung dengan bank sampah sehingga mempengaruhi dirinya untuk ikut bergabung.

5. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Persepsi Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung. Maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. **Pengalaman Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung**
   Peneliti menemukan beberapa hal dalam penelitian ini mengenai pengalaman yang dirasakan nasabah selama bergabung dengan komunitas bank sampah. Berdasarkan hasil penelitian ditemui bahwa pengalaman yang dimiliki para nasabah menunjukan bahwa, nasabah mengenal bank sampah pada awalnya dari kegiatan sosialisasi yang di lakukan oleh bank sampah, selain itu nasabah mendapatkan informasi mengenai bank sampah dari mulut ke mulut, dari para tetangga yang sudah jauh lebih lama bergabung sebagai nasabah bank sampah tersebut. Pada pengalamannya nasabah mengeluhkan rendahnya nilai tukar sampah di bank sampah, terlepas dari itu keberadaan bank sampah membuat lingkungan mereka yang tadinya dipenuhi oleh sampah sekarang menjadi lebih bersih dan tertata rapih.

2. **Motivasi Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung**
   Peneliti menemukan beberapa hal terkait motivasi nasabah ketika bergabung dengan bank sampah. Kebanyakan dari nasabah bergabung dengan bank sampah pada awalnya bukan karena nasabah peduli terhadap lingkungan, akan tetapi karena adanya ajakan dari sosok yang mereka kagumi seperti dari Bapak Walikota Bandung. Terlebih lagi para nasabah

bergabung dengan bank sampah karena melihat nilai ekonomi yang di dapat dari menabung sampah di bank sampah. Motivasi lainnya juga muncul dari cara dan strategi yang diterapkan bank sampah kepada para nasabahnya.

3. **Kepribadian Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung**
   Hasil penelitian yang dilakukan menunjukan kepribadian para nasabah cenderung ekstrovert, karena para nasabah mengarahkan perhatiannya keluar dirinya, segala sikap dan keputusan – keputusan yang diambilnya adalah berdasarkan pada pengalaman – pengalaman yang di alami oleh orang lain sehingga mereka mudah terpengaruh. Kepribadian lainnya juga terdapat pada sifat nasabah yang mudah bergaul dan mudah menerima inovasi baru yang terdapat pada bank sampah.

4. **Persepsi Nasabah Mengenai Bank Sampah Di Kota Bandung**
   Kesimpulannya persepsi nasabah mengenai bank sampah yaitu nasabah melihat bank sampah sebagai bentuk investasi jangka pendek yang dapat membantu perekonomian mereka, selain itu bank sampah juga merupakan bentuk kebersihan lingkungan guna terwujudnya kota yang bersih dan bebas sampah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Referensi :

Abidin, Zaenal. 2002. Filsafat Manusia. Bandung: PT.Remaja Rosada Karya.

Ardianto, Elvinaro. 2010. Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan Kualitatif. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Cangara, Hafied. 2007. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Effendi, Uchjana Onong. 2006. Ilmu Komunikasi dan Teori Praktek. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Florence littaurer, 2006. Personality Plus, Jakarta : PT. Remaja Rosda Karya.

Kuswarno, Engkus. 2009. Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenolog. Bandung : Widya Padjajaran.

Liliweri. Alo. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Jakarta : Kencana. Prenada Media Group.

Moleong, Lexy J. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaludin. 2011. Psikologi Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Rosmawati, H P. 2010. Mengenal Ilmu Komunikasi. Jakarta : Widya Pajadjaran.

Sobur, Alex. 2006. Semiontika Komunikasi. Bandung : Pt. Remaja Rosdakarya Offset.

Suryabrata, S. 2006. Psikologi Pendidikan .Jakarta: PT. Grafindo Persada

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Suprapto, Tommy. 2006. Pengantar Teori Komunikasi. Yogyakarta : Media Pressindo.

Suwerda, Bambang. 2012. Bank Sampah (kajian teori dan penerapan). Yogyakarta : Pustaka Rihama.

Wood, Julia T. 2006. Communication in Our Lives, fourth edition. Australia: Thomson Wadsworth.

Internet Searching:

http://www.menlh.go.id/profil-bank-sampah-indonesia-2013/ ,
(1 Maret 2013/ Pukul. 19:30 WIB)

http://www.menlhk.go.id/berita-13-inovasi-pengembangan-bank-sampah-sistem-online-.html?#,
(16 September 2015/ Pukul. 20:18:01)

http://www.kompasiana.com/monalisabambang/penerapan-teori-komunikasi-untuk-kampanye-lingkungan-atau-organisasi-identifikasi-dan-penjelasan-teori-komunikasi-untuk-mengevaluasi-dan-menilai-kampanye-bank-sampah-di-indonesia_553791626ea834f455da42ce (17 Juni 2015/ Pukul. 07:47:24)

https://nasional.tempo.co/read/news/2016/02/16/058745286/kejar-adipura-2016-ridwan-kamil-lirik-bank-sampah(Selasa, 16 Februari 2016/ Pukul. 09:14 WIB)

https://m.tempo.co/read/news/2016/03/07/090751607/bank-sampah-perbaiki-ekonomi-masyarakat (Senin, 07 Maret 2016 / Pukul. 23:02 WIB)

Karya Ilmiah :

Sendy Satya Santika, 2015. Skripsi Persepsi Masyarakat Ujungberung Pada "Komunitas Bandung Death Metal Sindikat" Dalam Menunjukkan Eksistensinya. (Studi Deskriptif Tentang Persepsi Personal Masyarakat Ujungberung Pada Komunitas Bandung Death Metal Sindikat Dalam Menunjukkan Eksistensinya) : Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)

Ryo Anugerah Reyne, 2015. Skripsi Persepsi Masyarakat Pada Penerapan Peraturan Daerah K3 (kebersihan, keindahan dan ketertiban) Di Kota Bandung. (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Persepsi Masyarakat Pada Penerapan Peraturan Daerah No 11 tahun 2005 di Kota Bandung) : Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)

Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, 2013. Skripsi Persepsi Mahasiswa Terhadap Pers Mahasiswa (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Persepsi Mahasiswa Terhadap Eksistensi Pers Mahasiswa Di Universitas Sebelas Maret Surakarta) : Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS)