

ANALISIS WACANA PADA AKUN INSTAGRAM @WASTE4CHANGE DALAM PENGELOLAAN SAMPAH KEMASAN PRODUK KOSMETIK

Fristinia Ariska Putri¹, Agus Aprianti²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

fristinia@student.telkomuniversity.ac.id¹, agusaprianti@telkomuniveristy.ac.id²

Abstrak

Media merupakan sumber informasi yang sangat berkembang sehingga mampu menyediakan semua informasi yang ada. Media sosial kini menjadi sarana penyedia informasi yang banyak digunakan. Akun Instagram @Waste4Change menjadi salah satunya, akun yang memberikan informasi mengenai pengelolaan limbah sampah termasuk sampah kemasan kosmetik. Akun tersebut memiliki potensi untuk memberikan pengetahuan mengenai pengelolaan limbah sampah kemasan kosmetik yang digunakan dalam sehari-hari oleh pengguna kosmetik di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sebuah wacana tentang proses pengelolaan limbah sampah kemasan kosmetik melalui media informasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigmas konstruktivis. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis wacana model Teun Van Dijk dengan menggunakan dimensi analisis teks dan konteks sosial.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa adanya ajakan untuk menambah wawasan juga pengetahuan yang mana sebagian khalayak sudah memiliki kesadaran mengenai pentingnya pengelolaan limbah sampah termasuk sampah kemasan kosmetik yang digunakan pada kegiatan sehari-hari.

Kata kunci : Instagram, Pengelolaan Sampah, Kemasan Kosmetik, Analisis Wacana Teun Van Dijk

Abstract

Media is a highly developed source of information that is able to provide all available information. Social media is now a widely used means of providing information. Instagram account @Waste4Change become one of them, an account that provides information about waste management including cosmetic packaging waste. The account has the potential to provide knowledge about waste management of cosmetic packaging waste used in a day by cosmetic users in Indonesia.

The purpose of this research is to find out a discourse about the process of managing cosmetic packaging waste through information media. This research uses qualitative method with constructivist paradigmas. The data analysis in this study uses teun Van Dijk model discourse analysis using text analysis dimensions and social context.

The results of this study found that there is an invitation to add insight as well as knowledge where some audiences already have awareness of the importance of waste management including cosmetic packaging waste used in daily activities.

Keywords: Instagram, Waste Management, Cosmetic Packaging, Analysis of Teun Van Dijk Discourse

Pendahuluan

1. Pendahuluan

Sampah masuk salah satu kategori permasalahan yang dialami oleh berbagai negara di dunia karena memiliki sifat yang sulit diurai, namun setiap tahunnya jumlah sampah selalu mengalami peningkatan. Jumlah sampah di setiap negara berbeda karena memiliki perbedaan latar belakang penduduk dan kondisi negaranya. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh ScienceMag, sejak tahun 1950 hingga 2015 jumlah sampah plastik global cenderung mengalami peningkatan. Pada tahun 1950, produksi sampah dunia sebanyak menyentuh angka 2 juta ton per tahun. Pada 65 tahun setelah itu, di tahun 2015 produksi sampah sudah pada angka 381 juta ton per tahun. Angka tersebut menunjukkan peningkatan lebih dari 190 kali lipat, dengan peningkatan rata-rata sebesar 5,8 ton per tahun. Sepanjang tahun 2015 produksi sampah di bidang industri di klasifikasi menjadi beberapa jenis. Jumlah produksi terbanyak berasal dari sektor plastik kemasan produk yaitu sebanyak 146 ton per tahun. Tingginya konsumsi masyarakat terhadap plastik terbukti dengan adanya kosmetik yang semakin banyak di Indonesia dari brand lokal hingga brand ternama di dunia. Bagi sebagian besar masyarakat perempuan, kosmetik seperti sebuah kebutuhan karena menjadi hal yang wajib digunakan sehari-hari. Namun tanpa disadari sebagian besar produk kosmetik memanfaatkan bahan plastik yang digunakan sebagai wadahnya. Dengan semakin banyak produk kosmetik yang diproduksi dan dikonsumsi akan menghasilkan jumlah sampah yang semakin tinggi.

Di Indonesia juga terdapat banyak sekali sumber informasi yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. media sosial adalah perkembangan teknologi berbasis internet yang membuat pengguna untuk bertanya, memberikan komentar, maupun umpan balik. Pada saat ini banyak media sosial yang digunakan seperti Instagram, Blog,

Twitter, Facebook, YouTube dan lain-lain yang melakukan campaign tentang sampah plastik. Salah satu media sosial yang berpengaruh terhadap pengelolaan sampah plastik yaitu Waste4Change.

Waste4Change menggunakan media sosial Instagram untuk membagikan informasi dengan jumlah followers 83,4RB dan sudah terverifikasi. Media sosial instagram merupakan teknologi media yang digunakan untuk berbagi informasi, yang dimana memungkinkan penggunanya membagikan foto dan video, menggunakan filter digital pada foto yang akan diunggah. Instagram juga menyediakan fitur bagi penggunanya memberikan keterangan pada sebuah postingan foto atau video yang bisa disebut dengan *caption* pada bawah foto atau video yang diunggah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis wacana pada akun Instagram @Waste4change yang dilihat berdasarkan elemen teks dan konteks sosial. Dengan identifikasi masalah bagaimana analisis wacana pada akun @Waste4change dilihat berdasarkan analisis wacana model Teun Van Dijk dengan elemen teks dan konteks sosial.

Metode penelitian ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif, yang merupakan adalah metode digunakan penelitian pada status kelompok manusia, suatu set kondisi, suatu objek, suatu kelas peristiwa atau suatu sistem pemikiran pada masa sekarang. Penelitian deskriptif dengan tujuan untuk menciptakan sebuah deskripsi, gambaran, atau faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, lukisan secara sistematis, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. Disisi lain, Sugiyono (2005: 21) menyatakan bahwa metode deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk memberikan gambaran dan analisis hasil penelitian namun tidak digunakan untuk menyimpulkan yang lebih luas

2. Dasar Teori

2.1 New Media

Menurut McQuail (dalam Teori Komunikasi Massa suatu pengantar,1987) mengatakan bahwa sebuah media baru atau *new media* sebagai perangkat teknologi elektronik dan penggunaan yang berbeda. Terdapat beberapa sistem teknologi media baru seperti : sistem miniaturisasi, dan sistem pengendalian (oleh komputer), sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (grafik dan teks yang dikombinasi secara lentur), sistem transmisi (menggunakan kabel atau satelit).

Salah satu bentuk dari lahirnya *new media* adalah internet. Internet digunakan oleh masyarakat sebagai alat untuk mendapatkan informasi. Dengan internet, para pengguna dapat memilih dan mengatur informasi yang diinginkan. Dibanding media terdahulu, internet dinilai lebih fleksibel untuk menghubungkan jarak dan waktu internet memiliki *role* yang penting sebagai media penyimpanan pesan dari komunikator kepada komunikan.

2.2 Analisis Wacana

Analisis wacana merupakan suatu alternatif dari analisis isi yang berpengaruh dan banyak dipakai. Jika analisis isi kuantitatif lebih pada menyatakan pertanyaan “apa” (*what*) maka analisis wacana lebih melihat pada “bagaimana” (*how*) dari pesan atau teks komunikasi. Melalui analisis wacana juga kita tidak hanya dapat mengetahui bagaimana isi teks, namun bagaimana penyampaian pesan itu. Melalui bangunan struktur kebahasaan tersebut, maksud tersembunyi dari sebuah teks dapat dilihat menggunakan analisis wacana (Eriyanto, 2001 dalam Analisis Teun A. Van Dijk Dalam Kajian Wacana Teks Dakwah di Media Massa).

Analisis wacana didefinisikan sebagai disiplin ilmu yang mengkaji hubungan antara bentuk dan fungsi komunikasi verbal (Renkema, 2004:1). Selain definisi tersebut, analisis wacana merupakan proses analisis dengan tujuan memperoleh deskripsi yang lebih eksplisit dan sistematis mengenai apa yang disampaikan terhadap bahasa dan penggunaan bahasa. Hal itu disampaikan dalam sebuah karya *new as discourse* oleh Teun Van Dijk (1988:24).

2.3 Analisis Wacana Teun Van Dijk

Model analisis wacana Teun Van Dijk adalah model yang banyak digunakan dari pada analisis wacana (Eriyanto, 2001:221). Menurut Teun Van Dijk, teks pada analisis wacana hanya hasil dari praktik produksi yang harus juga diamati. Dapat dilihat bagaimana sebuah teks tersebut dihasilkan, kemudian kita mendapatkan pengetahuan mengenai sebuah teks.

Analisis wacana Teun Van Dijk terdiri dari tiga dimensi, yaitu : konteks sosial, teks dan kognisi sosial. Penelitian pada elemen teks adalah bagaimana struktur sebuah teks serta pendekatan wacana yang dipakai untuk memfokuskan suatu tema.

1. Teks

Menurut Teun Van Dijk, teks terdiri dari beberapa struktur atau suatu tingkatan yang saling mendukung yang terbagi menjadi tiga tingkatan yaitu struktur makro, superstruktur dan struktur mikro. Dalam struktur

analisis wacana yang telah diuraikan tersebut, ada beberapa hal yang bisa diamati dengan elemen-elemen analisis wacana Teun Van Dijk yang dapat membantu peneliti untuk mengamati bagaimana suatu teks tersebut terbangun. Elemen-elemen tersebut yaitu, tematik, skematik, semantik, sintaksis, stilistik dan retorik.

2. Kognisi Sosial

Kognisi sosial menggunakan gambaran kompleks tidak hanya pada teks tetapi juga strategi dan representasi yang digunakan dalam produksi sebuah teks. Kognisi sosial didasari pada anggapan umum yang tertanam kemudian digunakan untuk memandangi sebuah peristiwa.

Menurut Teun Van Dijk, analisis wacana struktur wacana menunjukkan sejumlah pendapat, makna dan ideologi dengan itu tidak hanya struktur teks. Untuk mengetahui bagaimana makna tersembunyi pada teks, dibutuhkan konteks sosial dan kognisi sosial. Pendapat bahwa teks tidak memiliki makna, maka diberikan oleh pemakai bahasa, atau lebih tepatnya kesadaran secara mental dari pemakai bahasa didasarkan pada kognisi sosial.

Pendekatan Teun Van Dijk bersifat mengabaikan faktor sosial dan bersifat personal. walaupun tampak bersifat individual. Karena individu dasarnya tidak hidup pada ruang sendiri, namun memiliki penafsiran dan pemikiran yang banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai dan kepercayaan yang diterima sebagai bagian dari komunitas masyarakat melalui interaksi dan hubungan antar masyarakat.

3. Konteks Sosial

Wacana sosial merupakan bagian dari sebuah wacana yang berkembang pada masyarakat, atau bisa disebut sebagai analisis sosial melihat bagaimana teks dihubungkan lebih jauh dengan pengetahuan dan struktur sosial yang berkembang dalam masyarakat atas suatu wacana (Eriyanto, 2001: 225).

Menurut Van Dijk, terdapat dua poin dalam analisis wacana mengenai masyarakat, yaitu:

a. Praktik kekuasaan. Kepemilikan yang dimiliki oleh suatu kelompok, satu kelompok untuk mengatur kelompok dari kelompok lainnya, Selain kontrol bersifat langsung dan fisik juga berbentuk persuasif, yaitu tindakan seorang untuk secara tidak langsung mengontrol dengan mempengaruhi kondisi mental, seperti pengetahuan dan kepercayaan sikap.

b. Akses memberi pengaruh wacana. Akses yang lebih besar dibandingkan kelompok yang tidak berkuasa yang dimiliki kelompok elit. Akses tersebut tidak hanya memberikan kesempatan guna memberikan kontrol kesadaran khalayak lebih besar, namun juga memastikan suatu topik apa dan isi wacana apa yang dapat disebarkan dan didiskusikan kepada khalayak (Eriyanto, 2001:271).

3. Pembahasan

Berdasarkan hasil dari analisis, penelitian ini menggunakan media sosial dalam mendapatkan informasi. Media sosial yang digunakan adalah akun Instagram yang termasuk dalam kategori new media yang memiliki keunggulan dalam memberikan informasi. Akun Instagram @Waste4Change masuk dalam kategori new media dimana media yang menggunakan komunikasi dua arah dan bersifat demokratis, mempromosikan kesadaran individual. Selain itu juga menggabungkan data yang berupa teks dan gambar menggunakan jaringan internet dan juga komunikasi yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan mudah oleh pengguna. Media sosial Instagram menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan saat ini baik untuk mencari atau memberikan sebuah informasi yang mana Instagram mudah diakses dimana saja dan kapan saja.

Selanjutnya, peneliti akan melakukan pembahasan dari sisi analisis teks berdasarkan teori Teun A. Van Dijk yang terdiri dari tiga struktur yang dianalisis, yaitu struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro yang saling mendukung. Berikut pembahasannya :

1. Struktur Makro (Tematik)

Peneliti mengamati tematik dan tema pada struktur ini. Terlihat bahwa tema yang terdapat dalam akun Instagram @Waste4Change adalah mengenai pengelolaan sampah dari kemasan produk kosmetik. Penulis memberikan informasi tersebut untuk membuat khalayak mengetahui bahwa sampah kemasan produk kosmetik dapat didaur ulang dan dapat digunakan atau dimanfaatkan kembali.

2. Superstruktur (Skematik)

Fokus elemen superstruktur pada skema penulisan. Hal yang diamati bagaimana bagian dan urutan informasi dikemas dalam teks menjadi sebuah informasi.

Secara skematik, informasi mengenai pengelolaan limbah sampah kemasan produk kosmetik memiliki skema yang urut. Gagasan utama berada diawal sebagai pembuka dan pada paragraf selanjutnya menyajikan fakta-fakta yang mendukung gagasan tersebut.

3. Struktur Mikro

Hal yang diamati dalam struktur mikro terdapat empat fokus pengamatan, yaitu pengamatan dari elemen semantik, sintaksis, stilistik dan retorik. Berikut urainnya:

a. Semantik

Pada elemen semantic mengulik mengenai latar, detail dan maksud dari tulisan. Pengamatan ini menguraikan makna yang ingin ditekankan oleh penulis dalam memberikan sebuah informasi mengenai pengelolaan limbah sampah kemasan produk kosmetik dengan menggunakan strategi penulisan latar, detail, dan makna tulisan.

Kalimat-kalimat dalam postingan yang diberikan akun Instagram @Waste4Change dengan menggambarkan

latar keadaan. Hal itu disajikan oleh akun Instagram @Waste4Change menekankan bahwa sampah termasuk sampah kemasan produk kosmetik apabila tidak dikelola dengan baik maka dapat mencemari atau merusak lingkungan.

b. Sintaksis

Pengamatan elemen sintaksis untuk mengetahui bagaimana informasi yang disampaikan melalui penulisan yang koheren atau memiliki kesinambungan antar kata dalam sebuah kalimat sehingga dapat menghasilkan makna tersendiri.

c. Stilistik

Elemen stilistik mengamati pemilihan kata yang dipakai, kata yang digunakan oleh penulis tidak termasuk dalam sastra karena penulis menggunakan bahasa sehari-hari yang didengar sehingga hal tersebut dapat mempermudah khalayak untuk memahami dan dapat mendapat maksud dari informasi yang diberikan pada akun Instagram @Waste4Change.

d. Retoris

Struktur mikro pada elemen retoris meneliti tentang gaya penyampaian melalui grafis. Gaya yang digunakan dalam penyampaian wacana dalam postingan @Waste4Change menggunakan grafis dengan mempermainkan faktor warna, ukuran huruf dan penempatan kata sehingga terlihat menarik dan mudah untuk dipahami oleh khalayak terhadap informasi yang diberikan.

4. Kesimpulan

Akun Instagram @Waste4Change merupakan sebuah akun yang memberikan informasi mengenai pengelolaan sampah, berdasarkan penelitian yang difokuskan pada pengelolaan sampah kemasan produk kosmetik, produk kosmetik termasuk salah satu penyumbang sampah terbesar melalui kemasannya karena melihat kosmetik semakin banyak digunakan. Setelah menjelaskan dan menganalisa hasil temuan peneliti terhadap objek peneliti, maka pada bab ini akan diberikan kesimpulan.

Dari segi struktur makro, tema menggambarkan informasi yang diberikan oleh akun @Waste4Change adalah mengenai pengelolaan sampah kemasan produk kosmetik. Pada subtopik mendukung informasi dengan langkah-langkah pengelolaan sampah kemasan kosmetik.

Pada superstruktur, informasi yang diberikan berurutan dengan memberikan informasi terus menerus yang mana postingan tersebut tidak hanya berupa satu postingan melainkan dua atau lebih untuk memberikan informasi yang lengkap.

Struktur mikro teks membahas mengenai semantik dalam akun Instagram @Waste4Change, terdapat tiga elemen yang ada yaitu latar, detail, dan maksud. Untuk elemen latar, akun ini menggunakan latar edukasi pengelolaan limbah sampah yang disampaikan kepada khalayak, latar tersebut dipilih karena pengelolaan sampah sangat penting saat ini untuk mengatasi permasalahan sampah yang semakin kritis.

Pada elemen detail terdapat penyampaian pesan melalui akun Instagram @Waste4Change kepada khalayak, bahwa informasi yang ditampilkan adalah langkah-langkah untuk mengelola sampah kemasan dari produk kosmetik karena limbah dari sampah tersebut dapat didaur ulang dan dimanfaatkan kembali. Sehingga akun Instagram @Waste4Change membahas secara detail agar khalayak dapat mengerti dan dapat diterapkan dalam mengelola sampah secara bijak.

Elemen maksud pada postingan akun Instagram @Waste4Change mengenai pengelolaan limbah sampah kemasan produk kosmetik adalah ingin memberikan informasi serta mengajak khalayak untuk ikut serta dalam menjaga lingkungan dari sampah dengan cara mengelola atau mendaur ulangnya termasuk sampah kemasan produk kosmetik yang digunakan sehari-hari.

Pada elemen bentuk kalimat dalam postingan ditemukan bentuk kalimat secara khusus, karena informasi yang diberikan cukup singkat dan jelas maka membutuhkan kalimat yang dapat menarik khalayak untuk membacanya. Koherensi pada unit analisis data tidak ditemukan karena tidak ada fakta berbeda yang dihubungkan, informasi yang diberikan sudah jelas dan saling berkesinambungan.

Kata ganti pada unit analisis data yang digunakan adalah kata formal dan tidak formal, namun penggunaan kata-kata tersebut agar mudah untuk dipahami oleh khalayak sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik.

Elemen stilistik leksikon pada postingan akun Instagram @Waste4Change ditemukan bentuk kalimat secara khusus dan berulang karena informasi yang diberikan cukup singkat dan jelas maka membutuhkan kalimat yang dapat menarik khalayak untuk membacanya dan membuat informasi mengenai pengelolaan limbah sampah kemasan produk kosmetik menjadi menarik untuk dibahas.

Sedangkan elemen retoris pada grafis postingan pada akun Instagram @Waste4Change yang membahas mengenai pengelolaan limbah sampah kemasan produk kosmetik memilih menggunakan jenis dan ukuran huruf besar dan kecil, juga menggunakan warna-warna yang menarik sehingga dapat memberikan perhatian dan menegaskan informasi yang ingin disampaikan.

Dari segi elemen konteks sosial, dengan keikutsertaan perusahaan Waste for Change melalui media sosial dapat membantu membuat masyarakat sadar akan pentingnya mengelola sampah kemasan kosmetik. Disamping itu dengan kesadaran masyarakat, perusahaan tersebut dimudahkan untuk mendapatkan bahan baku untuk diolah sehingga dapat mengembangkan dan memperluas pelayanan yang disediakan.

REFERENSI

[1] Buku

- Alex Sobur. 2009, *Analisis Teks, Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika dan Analisis Framing*, Bandung : PT.Remaja Rosdakarya
- Colink, E. 1996. *Istilah Lingkungan Untuk Manajemen*.
- Damanhuri, E dan Tri Padmi. 1982. *Probleme de Dechets Urban en Indonesie*. Perancis : TFE ENTPE
- Denzim dan Lincoln. 1987. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif* 2012.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*
- F.L,Whitney. 1960. *The Elements of Resert.Asian Eds*. Osaka: Overseas Book Co.
- Gamble. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Ii: Pustaka.
- Kuhn, Thomas. 1962. *The Structure of Scientific Revolutions*.
- McQuail. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Nazir, M. 1988. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Posmodernisme. 2015. *Riset Non Positivistik Akuntansi Dalam Tiga Paradigma: Interpretif, Kritis Dan Posmodernisme*.
- Salim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara wacana.
- Salim, Agus. 2006. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Solis. 2010. *The Complete Guide For Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web*
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Theisen Tchobanoglous, G dan S.A. Vigil. 1993. *Integrated Solid Waste Mangement Engineering Principles and Mangement Issues*. Singapore: Mc. Grw Hill.
- Whitney, F. 1960. *The Element Of Research*. New York : Prentice-Hall.
- ### [2] Skripsi
- Annahdi, Sarah. 2019. *Analisis Wacana Van Dijk Dalam Pendidikan Seks Pada Akun Instagram @tabu.id* . Studi Kasus Alat Kontrasepsi Kondom.
- Caesaria.2017. *Tema-tema Fantasi Melalui Humor dalam Akun Instagram @gita_bhebhita*

- Endri N. 2015. *Wacana Humor dalam Akun “Dagelan” di Instagram*
- Halwati. 2011. *Analisis Teun A. Van Dijk Dalam Kajian Wacana Teks Dakwah di Media Massa Komunikasi Massa Suatu Pengantar.*
- Kurnia, A. 2018. *Fenomena Akun Anonim Di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dan Ekonomi. Analisis Wacana pada Akun Instagram Lambe Turah.*
- Rahma, Nuzulia. 2019. *Analisis Wacana Pada Humor Akun LINE @Political Jokes.*
- Soleha. 2016. *Analisis Wacana Nikah Muda pada Akun Twitter @NikahAsik.*

[3] Jurnal

Permasalahannya. Jakarta: Wilayah DKI Jakarta Sebagai Suatu Kasus.

Afrilyanto. 2018. *Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas*

Alex, S. 2012. *Sukses Mengolah Sampah Organik Menjadi Pupuk Organik.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Amedie. 2015. *The Impact of Social Media on Society.*

Damanhuri, E. 1999. *Teknik Pengelolaan Persampahan – Modul A dan Modul B, Disiapkan untuk PT. Freeport Indoensia.* Bandung: Teknik Lingkungan ITB.

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

Hasibuan. 2016. *Analisis Dampak Limbah/Sampah Rumah Tangga Terhadap Pencemaran Lingkungan Hidup.*

Kartikawan, Yudhi. 2000. *Pengelolaan Persampahan.* Yogyakarta: Jurnal Lingkungan Hidup.

Marliani. 2014. *Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga (Sampah Anorganik) Sebagai Bentuk Implementasi Dari Pendidikan Lingkungan Hidup.*

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositoteknologi.* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nathan and Scobell. 2012. *Komunikasi Massa Adalah Komunikasi Yang Ditujukan Kepada Massa Atau Komunikasi dengan Menggunakan Media Massa.*

Newman. 1964. *Pemanfaatan Sampah Kantong Plastik Kresek untuk Aksesoris Produk Fashion.*

Nugraha, Gilang. 2015. *Panduan Pemeriksaan Laboratorium Hematologi Dasar.* Jakarta: CV Trans Info Medika.

Oliver. 2013. *Kosmetik dan Penerapannya.*

Rosita. 2017. *Pemberdayaan Masyarakat Pemulung Melalui Pengelolaan Limbah Di Sungai Citarum.*

Subekti, Sri. *Pengelolaan Sampah Rumah Tangga 3R Berbasis Masyarakat Pendahuluan.* Available at: <http://www.scribd.com/doc/19229978/tulisan-bektihadini> Diakses 17 Maret 2014.

Suprihatin, Agung. Dwi Prihanto. Michel Gelbert. 1996. *Pengolahan Sampah.*

Waleleng, Rondonuwu, and Nainggolan. 2018. *Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado.*

Zarella. 2010. *Analisis Isi Media Sosial Pariwisata Bali*

[Website]

Indonesia hasilkan 64 juta ton sampah

<https://www.kompas.com/sains/read/2020/12/18/070200023/indonesia-hasilkan-64-juta-ton-sampah> [bisakah-kapasitas](#)

[pengelolaan?page=all#:~:text=Data%20Kementerian%20Lingkungan%20Hidup%20dan,ton%20timbunan%20sampah%20setiap%20tahunnya.](#)

Jasa Waste Management di Indonesia (Waste for Change Indonesia)

<https://berempat.com/news/13528/ini-dia-jasa-waste-management-di-indonesia/#:~:text=Didirikan%20pada%20tahun%202014%20oleh,dan%20pola%20pikir%20menuju%20pengelolaan>

