Branding Lingkungan Cerdas Daur Ulang Tong Sampah Lukis Ekologi Kelurahan Kebon Besar

Dewi Intan Kurnia[1*], Widya Oktary Setiawardhani[2], Zulfah Hasanah[3], Arief Sulistiyono[4], Humaira Raihani Guspita[5]

[1*]Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Muhammadiyah Tangerang, Tangerang, Indonesia
Email: [1*]dewiintan@isi-dps.ac.id, [2]widyaoktarys@gmail.com, [3]zulfahasanah8@gmail.com, [4]ariefsulistiyono@umt.ac.id, [5]wilheldewi@gmail.com

(Naskah masuk: 20 Agu 2026, direvisi: 22 Okt 2026, diterima: 30 Okt 2026)

Abstrak

Pengelolaan sampah di perkotaan terus menjadi masalah yang signifikan dan menjadi faktor kunci dalam mencapai pembangunan berkelanjutan. Karena fasilitas yang tidak memadai dan kurangnya kesadaran masyarakat tentang pemilahan sampah, pendidikan kebersihan lingkungan masih belum berjalan secara efektif. Tujuan dari proyek pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kesadaran akan isu-isu lingkungan. Di Kebon Besar, Kota Tangerang, 20 Juli 2026 – 20 Agustus 2026 kami ingin menggunakan desain komunikasi visual baik sebagai alat pendidikan maupun sarana untuk mempengaruhi karakter visual daerah sekitarnya. Melalui observasi, penyuluhan, workshop, teknik pengecatan sampah berbasis desain komunikasi visual, dan penilaian hasil kegiatan, program ini dilaksanakan dengan metode partisipatif. Kerangka teoritis kegiatan ini menggabungkan teori ekologi sebagai landasan untuk mempromosikan kesadaran lingkungan yang lebih besar, gagasan merek dalam penciptaan identitas daerah, dan pemikiran semiotik Roland Barthes untuk mengevaluasi simbol visual. Hasil dari kegiatan yang dilakukan menunjukkan bahwa penggunaan gambar, warna, tipografi, ikon, dan informasi visual di tempat sampah dapat meningkatkan daya tarik materi edukasi, membantu masyarakat dalam mengidentifikasi berbagai jenis sampah, dan meningkatkan keterlibatan untuk menjaga kebersihan lingkungan. Selain memproduksi materi pendidikan yang menekankan pada desain komunikasi visual, saya juga berpartisipasi dalam inisiatif yang meningkatkan kolaborasi antar institusi akademik, masyarakat pedesaan, mahasiswa, dan masyarakat. Budaya lingkungan yang bersih, sehat, dan berkelanjutan menjadi tujuan kerja sama.

Kata Kunci: Branding berkelanjutan, semiotika, desain komunikasi visual, lingkungan, pelayanan publik.

Eco-Friendly Hand-Painted Trash Bins for Kebon Besar Sub-District's Smart Environmental Branding

Abstract

Waste management in urban areas continues to be a significant problem and a key factor in achieving sustainable development. Due to inadequate facilities and a lack of public awareness about garbage sorting, environmental hygiene education is still not progressing effectively. The purpose of this community service project is to raise awareness of environmental issues. In Kebon Besar, Tangerang City, 20 JULY 2026 – 20 AGUST 2026 we want to employ visual communication design as both an educational tool and a means of influencing the visual character of the surrounding area. Through observation, counseling, workshops, garbage painting techniques based on visual communication design, and assessment of activity outcomes, the program is implemented using a participatory method. This activity's theoretical framework combines ecological theory as a foundation to promote greater environmental consciousness, brand ideas in the creation of a regional identity, and Roland Barthes semiotic thinking to evaluate visual symbols. The outcomes of the activities conducted demonstrate that the use of pictures, colors, typography, icons, and visual information on the trash can enhance the appeal of educational materials, assist the community in identifying different kinds of waste, and boost involvement to preserve environmental cleanliness. Apart from producing educational materials that emphasize visual communication design, I also participate in initiatives that improve collaboration among academic institutions, rural communities, students, and communities. A clean, healthy, and sustainable environmental culture is the goal of cooperation.

Keywords: *Sustainable branding, semiotics, visual communication design, environment, public services.*

I. PENDAHULUAN

Pengelolaan sampah merupakan salah satu tantangan lingkungan di kawasan perkotaan yang memerlukan keterlibatan pemerintah, institusi pendidikan, dan masyarakat. Peningkatan aktivitas penduduk dan konsumsi produk sekali pakai berpotensi menambah volume sampah serta memperbesar beban pengelolaan sampah apabila tidak disertai perilaku pemilahan dan pemanfaatan kembali. Oleh karena itu, edukasi lingkungan perlu disampaikan melalui media yang tidak hanya informatif, tetapi juga mudah dikenali, menarik secara visual, dan dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks tersebut, Desain Komunikasi Visual (DKV) memiliki potensi untuk menerjemahkan pesan lingkungan menjadi informasi visual yang komunikatif dan mudah dipahami.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Kebon Besar, Kota Tangerang. Berdasarkan pengamatan lapangan yang menjadi bagian dari kegiatan, ditemukan persoalan berupa pencampuran sampah organik dan anorganik, terbatasnya media edukasi visual di lingkungan publik, serta perlunya penguatan keterlibatan masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persoalan pengelolaan sampah tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan sarana, tetapi juga dengan cara informasi mengenai pemilahan sampah disampaikan dan diterapkan dalam aktivitas masyarakat sehari-hari.

Permasalahan utama yang menjadi dasar kegiatan ini adalah belum optimalnya pemanfaatan media visual sebagai sarana edukasi pemilahan sampah dan pembentukan identitas lingkungan yang berorientasi pada kebersihan serta keberlanjutan. Penyampaian pesan lingkungan yang kurang menarik dan kurang terintegrasi dengan fasilitas publik berpotensi menyebabkan informasi mengenai kategori sampah tidak mudah dikenali. Selain itu, penggunaan wadah sampah yang belum dioptimalkan sebagai media komunikasi visual menyebabkan fasilitas tersebut belum sepenuhnya berfungsi sebagai sarana edukasi lingkungan. Permasalahan ini perlu ditangani melalui pendekatan yang menggabungkan fungsi praktis, informatif, estetis, dan partisipatif.

Desain Komunikasi Visual dapat diterapkan untuk menjawab persoalan tersebut melalui pengembangan media edukasi berbasis objek yang digunakan masyarakat secara langsung. Penggunaan warna, ilustrasi, ikon, tipografi, dan slogan pada tong sampah dapat membantu membedakan kategori sampah sekaligus menyampaikan pesan mengenai kepedulian lingkungan. Secara konseptual, pendekatan semiotika Roland Barthes digunakan untuk memahami bagaimana elemen visual membentuk makna denotatif dan konotatif, sedangkan konsep branding digunakan untuk menjelaskan pembentukan karakter visual lingkungan melalui penerapan elemen desain yang konsisten. Perspektif ekologi dan prinsip 3R (Reduce, Reuse, Recycle) menjadi dasar untuk menghubungkan pemanfaatan kembali wadah dengan edukasi mengenai pengelolaan sampah dan keberlanjutan lingkungan [1], [2], [3], [4], [5], [6].

Solusi yang ditawarkan diwujudkan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penyuluhan, seminar, perancangan media edukasi visual, serta pengecatan tong sampah bekas bersama masyarakat. Tong sampah digunakan sebagai media edukasi yang memadukan pesan pemilahan sampah dengan tampilan visual yang mudah dikenali [7]. Proses perancangan meliputi penentuan pesan, pemilihan warna berdasarkan kategori sampah, pembuatan ilustrasi dan ikon, pemilihan tipografi, serta penyusunan informasi yang ringkas. Pelibatan dosen, mahasiswa, aparat kelurahan, dan masyarakat diharapkan dapat mendukung pemanfaatan media sekaligus memperkuat kolaborasi dalam membangun lingkungan yang bersih dan berkelanjutan.

Kontribusi kegiatan ini terletak pada pemanfaatan fasilitas sehari-hari sebagai media edukasi sekaligus pembentuk identitas visual lingkungan. Berbeda dari pendekatan yang hanya menempatkan tong sampah sebagai sarana penampungan, kegiatan ini mengintegrasikan fungsi pemilahan, komunikasi visual, penggunaan kembali wadah, dan partisipasi masyarakat dalam satu bentuk intervensi desain. Dengan demikian, branding lingkungan dipahami bukan sekadar penerapan logo atau elemen dekoratif, melainkan upaya membangun karakter visual kawasan melalui media yang memiliki fungsi nyata bagi masyarakat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan ini bertujuan untuk: (1) mengembangkan media edukasi pemilahan sampah berbasis Desain Komunikasi Visual melalui pemanfaatan tong sampah bekas; (2) menerapkan elemen visual yang komunikatif untuk membantu masyarakat mengenali kategori sampah; (3) mendukung pembentukan identitas visual lingkungan yang bersih, tertata, dan berorientasi pada keberlanjutan; serta (4) mendorong partisipasi masyarakat melalui kegiatan edukasi dan praktik pengecatan tong sampah. Pelaksanaan dan hasil kegiatan dievaluasi melalui observasi, dokumentasi, serta pengamatan terhadap keterlibatan peserta dan pemanfaatan media yang dihasilkan.

Sejumlah kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa edukasi pemilahan sampah dapat dilakukan melalui penyuluhan, praktik lapangan, dan pemanfaatan media yang dekat dengan aktivitas sehari-hari. Nurlaeli dkk. menerapkan kegiatan melukis tong sampah sebagai bagian dari edukasi kepedulian lingkungan [8], sedangkan Candy dkk. menggabungkan sosialisasi, pelaksanaan, dan evaluasi dalam kegiatan pemilahan serta pengolahan sampah [9]. Fathiyah dkk. juga menerapkan penyuluhan dan praktik lapangan untuk mendukung pemahaman mengenai pengelolaan sampah berdasarkan prinsip 3R [10]. Temuan dari kegiatan-kegiatan tersebut menjadi referensi bagi penerapan pendekatan edukatif dan partisipatif dalam program di Kelurahan Kebon Besar. Kontribusi kegiatan ini terletak pada pengintegrasian praktik pengecatan tong sampah dengan perancangan elemen Desain

Komunikasi Visual untuk mendukung penyampaian pesan pemilahan sekaligus membentuk karakter visual lingkungan.

II. METODOLOGI KEGIATAN

A. Teori Semiotika Roland Barthes

Studi ilmiah tentang tanda-tanda dikenal sebagai semiotika. Semiotika menyoroti proses pembentukan makna dalam konteks interaksi sosial dan budaya sehari-hari. Semiotika memberikan dasar bagi perancang komunikasi visual untuk memahami pembentukan pesan visual, pengirimannya ke audiens, dan interpretasi semiotik dari pesan tersebut. Warna, bentuk, gambar, font, ikon, simbol, dan komposisi semuanya berfungsi untuk menyempurnakan tampilan secara estetika sekaligus menyampaikan pesan visual yang memengaruhi cara orang memahami konten. Akibatnya, bidang desain komunikasi visual sering menggunakan semiotika dalam penelitiannya [1], [2].

Ini menyoroti hubungan antara penampilan luar dan makna yang dirasakan oleh orang-orang dalam suatu komunitas. Semiotika Roland Barthes muncul dari karya Ferdinand de Saussure melalui konsep * orders of signification*, yang mengacu pada tahapan-tahapan dalam proses pembuatan makna. Dua bagian utama dari sebuah tanda, menurut Barthes, adalah penanda dan penanda [1]. Ketika seseorang merasakan sesuatu melalui indranya, mereka telah menangkap bentuknya; sebaliknya, ketika seseorang menafsirkan sebuah tanda, mereka telah menghasilkan sebuah ide atau konsep. Makna denotatif suatu tanda adalah hasil dari konjungsi penanda dan tanda. Proses makna dimulai dengan denotasi. Itu tanpa filter dan didasarkan pada dunia nyata di sekitar kita. Pada tingkat denotatif, misalnya, kita memahami bahwa gambar daun dalam materi pendidikan lingkungan menunjukkan tumbuhan. Demikian pula, hijau umumnya dianggap sebagai warna alami yang mewakili tanaman dan dedaunannya. Makna langsungnya masih terlihat oleh orang-orang pada saat ini. Faktor budaya atau ideologi belum memainkan peran penting dalam membentuk pemahaman tersebut [2].

Sistem makna kedua, yang dikenal sebagai konotasi, berevolusi dari makna aslinya. Asal-usul makna konotatif dapat ditelusuri kembali ke pengalaman komunal, cita-cita dan keyakinan budaya bersama, serta cerita individu. Hijau dipandang lebih dari sekadar warna daun dalam desain komunikasi visual; itu juga terkait dengan awal yang baru, lingkungan yang sehat, vitalitas, dan umur panjang [1], [4]. Pentingnya melestarikan lingkungan disampaikan melalui gambar-gambar pohon, Tanah, dan simbol daur ulang yang tampak biasa-biasa saja, yang sebenarnya memiliki makna moral yang lebih dalam. Lebih dari itu, Barthes mempresentasikan gagasan mitos (*myth*), yang merupakan jenis penandaan di tingkat kedua, sebagai komponen tambahan [2].



Gambar 1. Aktivitas Workshop Pengabdian Masyarakat

B. Teori Branding

Branding adalah strategi untuk membuat suatu produk atau jasa menonjol di benak konsumen. Ini bisa berupa apa saja mulai dari layanan atau produk hingga perusahaan atau bahkan studi tentang periklanan dan desain grafis secara keseluruhan. Logo dan nama hanyalah bagian dari branding. Branding lebih dari sekadar nama atau logo; itu semua yang dirasakan konsumen saat mereka terlibat dengan sebuah merek[11], [12], [13], [14].

Aaker berpendapat bahwa merek adalah aset strategis yang berharga karena mendorong loyalitas konsumen. Selain memperkuat posisi produk dalam menghadapi persaingan, merek dapat memengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas, membina hubungan dengan konsumen tersebut, dan banyak lagi [15], [16]. Aaker berpendapat bahwa aset kepemilikan yang memperkuat identitas merek-seperti pengenalan nama, asosiasi positif, persepsi kualitas, dan loyalitas—menjadi dasar kekuatan branding [15], [16]. Branding lebih dari sekadar bagaimana sesuatu terlihat; ini memainkan peran penting dalam membuat kesan dan mendapatkan kepercayaan orang terhadap lingkungan dan produk [17], [18].

Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan (CBBE) adalah metrik untuk mengukur kekuatan merek yang digariskan Keller. Ini didasarkan pada persepsi dan pengalaman pelanggan dengan merek [19]. Persepsi publik terhadap suatu merek berbanding lurus dengan nilai yang dirasakannya. Ketika datang untuk menciptakan kesan yang abadi, Keller mengatakan bahwa identitas merek dan pengalaman adalah raja [19]. Membangun citra kuat membutuhkan aplikasi yang konsisten dari sistem visual, termasuk warna, logo, tipografi, gambar, dan lainnya [6], [11]. Dalam desain komunikasi visual, identitas merek

berfungsi sebagai representasi dari nilai, karakter, visi, dan sifat organisasi atau wilayah [6].



Gambar 2. Banner Seminar Pengabdian Masyarakat

C. Teori Ekologi

Penelitian tentang saling ketergantungan semua bentuk kehidupan dan lingkungan fisiknya dikenal sebagai ekologi. Studi tentang interaksi antara makhluk hidup dan lingkungannya, serta efek timbal balik dari interaksi tersebut, dikenal sebagai ekologi. Variabel abiotik, seperti air, udara, dan tanah, dan faktor biotik, seperti organisme hidup, keduanya termasuk dalam ekologi. Untuk merawat Bumi dengan lebih baik, ekologi mencerahkan kita pada keterkaitan semua hal [5].

Ekologi adalah bidang dinamis yang mempelajari interaksi antara aktivitas manusia, perluasan populasi, dan pengelolaan lingkungan di samping keseimbangan alam yang rapuh. Dengan demikian, Pembangunan Berkelanjutan dapat mengambil manfaat dari perspektif ekologis. Itu juga yang terjadi dalam desain komunikasi visual, tujuan bidang tersebut untuk mempengaruhi opini publik. Penting untuk mengenali dan melindungi alam karena merupakan aspek integral dari keberadaan, bukan hanya sumber daya yang dapat digunakan [3], [5].

Orang-orang yang sadar lingkungan memandang diri mereka sebagai bagian integral dari alam. Oleh karena itu, keadaan lingkungan dipengaruhi oleh setiap tindakan yang dilakukan manusia. Mengetahui tempat seseorang di dunia alami juga berarti sadar lingkungan. Oleh karena itu, lingkungan pasti akan terpengaruh oleh setiap tindakan kita [3], [5].

D. Hubungan teori dan Metode

Kami menggunakan metode deskriptif dan kualitatif dalam penelitian kami. Di bidang desain komunikasi visual, kami juga menggunakan teknik penelitian tindakan partisipatif dalam hubungannya dengan pengalaman penelitian praktis. Proyek ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Desa Kebon Besar di Kecamatan Batuceper, Kota Tangerang, dapat memanfaatkan desain komunikasi visual untuk memasukkan tong sampah daur ulang ke dalam strategi branding lingkungan dan sebagai media pembelajaran lingkungan. Relawan dari Universitas Muhammadiyah Tangerang Program studi Desain Komunikasi Visual, serta anggota dari Kebon Besar masyarakat desa, pejabat setempat, dan pendidik di antara mata pelajaran.

Ada sejumlah proses terkait yang dilakukan saat melakukan penelitian. Berdasarkan temuan tersebut, lahirlah gagasan media pembelajaran berbasis Desain Komunikasi visual. Proses perancangan komunikasi visual dilanjutkan dengan tahap perancangan setelah tahap observasi. Ide visual disusun menurut teori semiotika Roland Barthes [1], [2], teori branding [6], [15], [16], [19], dan teori ekologi [3], [5] sebagai landasan perencana. Sebagai bagian dari proses desain, kami menggambar ide, mengurutkan warna berdasarkan kategori sampah, membuat simbol, memilih font, membuat slogan instruksional, dan mengatur informasi sehingga orang-orang dari segala usia dapat memahaminya. Untuk memperkuat sifat identitas lingkungan, gagasan visual diciptakan dengan menggabungkan peran informasional, persuasif, dan estetika [6], [11]. Rancangan tersebut kemudian diimplementasikan melalui lokakarya dan dukungan masyarakat pada langkah keempat.

Langkah selanjutnya adalah mengecat Recycle Bin sesuai dengan desain visual yang telah dibuat sebelumnya. Peserta dalam acara tersebut antara lain anggota masyarakat, anggota kelurahan, mahasiswa, dan instruktur yang semuanya bekerja sama untuk memfasilitasi pembelajaran. Branding lingkungan, kesadaran ekologis, 3R (Reduce, Reuse, and Recycle), dan kekuatan desain komunikasi visual untuk mempengaruhi perubahan sosial merupakan bagian dari kurikulum untuk kegiatan ini. Secara khusus, inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran lingkungan, membantu dalam pengurangan sampah, mempromosikan gaya hidup ramah lingkungan pilihan, mendidik melalui desain komunikasi visual, dan menjalin hubungan yang semakin kuat antara lembaga-lembaga lokal dan masyarakat umum. Penilaian dari program ini adalah langkah terakhir. Hal ini dilakukan dengan mengamati penggunaan dikerahkan materi pembelajaran. Masyarakat tingkat keterlibatan dalam mengikuti acara ini juga jelas. Mengamati jika tindakan orang alter adalah sangat penting. Bagaimana individu memanfaatkan tong sampah berdasarkan klasifikasi mereka menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran. Keampuhan media visual yang telah diciptakan untuk pendidikan lingkungan juga dievaluasi melalui pertemuan dengan tokoh masyarakat dan desa.

Pengurangan data, penyajian data, dan kesimpulan adalah tiga langkah yang membentuk pendekatan analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldañ Untuk mengetahui bagaimana penggunaan Desain Komunikasi Visual berkontribusi pada peningkatan kesadaran lingkungan masyarakat, dilakukan analisis deskriptif terhadap data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, analisis tersebut diinterpretasikan dengan menggunakan berbagai teori, seperti teori ekologi yang menjelaskan bagaimana perilaku masyarakat berubah menuju budaya yang lebih bersih dan berkelanjutan [3], [5], teori branding yang menganalisis pembentukan identitas lingkungan [15], [16], [19], [20], [21], dan teori semiotika Roland Barthes yang menjelaskan makna visual media pendidikan [1], [2].

A. Lokasi, Waktu, dan Pihak yang Terlibat

Kegiatan dilaksanakan di Kelurahan Kebon Besar, Kota Tangerang, pada 3 dan 5 Agustus 2026. Kegiatan 3 Agustus 2026 berfokus pada praktik pengecatan tong sampah daur ulang, sedangkan kegiatan 5 Agustus 2026 dilaksanakan dalam bentuk seminar dan penyuluhan lingkungan. Pihak yang terlibat meliputi dosen dan mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Muhammadiyah Tangerang, aparat kelurahan, serta masyarakat setempat. Durasi setiap sesi mengikuti agenda pelaksanaan kegiatan dan perlu dicantumkan berdasarkan catatan waktu atau dokumentasi kegiatan yang tersedia.

B. Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi empat tahapan berikut.

1. Observasi dan Identifikasi Permasalahan

Tahap awal dilakukan dengan mengamati kondisi lingkungan serta kebutuhan media edukasi pemilahan sampah di lokasi kegiatan. Identifikasi diarahkan pada penggunaan fasilitas tempat sampah, kebutuhan informasi mengenai jenis sampah, serta peluang pemanfaatan wadah bekas sebagai media komunikasi visual. Hasil pengamatan digunakan sebagai dasar untuk menentukan pesan dan bentuk media yang akan dikembangkan.

2. Perancangan Media Edukasi Visual

Tahap perancangan dilakukan dengan menentukan pesan utama, menyusun konsep visual, memilih warna, membuat ilustrasi dan ikon, menentukan tipografi, serta menyusun informasi pemilahan sampah. Setiap elemen visual dirancang agar mudah dikenali dan dibaca dalam konteks penggunaan fasilitas publik. Wadah bekas dipilih sebagai media untuk mendukung prinsip penggunaan kembali (reuse) sekaligus memberikan fungsi edukatif dan estetis.

3. Pelaksanaan Edukasi dan Praktik Pengecatan

Tahap implementasi dilakukan melalui kegiatan seminar, penyuluhan, dan praktik pengecatan tong sampah. Seminar pada 5 Agustus 2026 menghadirkan materi mengenai branding dan hukum lingkungan, pemanfaatan wadah, ilustrasi dan desain komunikasi visual, serta penerapan teknis branding lingkungan. Praktik pengecatan dilaksanakan pada 3 Agustus 2026 dengan menerapkan konsep visual yang telah disiapkan. Dosen, mahasiswa, aparat kelurahan, dan masyarakat dilibatkan sesuai dengan peran masing-masing dalam pelaksanaan kegiatan.

4. Evaluasi dan Dokumentasi

Evaluasi dilakukan secara deskriptif melalui pengamatan terhadap proses kegiatan, keterlibatan peserta, hasil visual tong sampah, dan pemanfaatan media sebagai sarana edukasi. Dokumentasi berupa foto kegiatan, hasil pengecatan, dan pelaksanaan seminar digunakan sebagai bukti pelaksanaan serta bahan analisis. Apabila tersedia, hasil wawancara atau tanggapan peserta digunakan sebagai data pendukung untuk menilai keterbacaan pesan, kemudahan mengenali kategori sampah, dan penerimaan terhadap media yang dibuat. Tanpa pengukuran sebelum dan sesudah kegiatan, evaluasi dibatasi pada hasil yang dapat diamati dan tidak digunakan untuk menyimpulkan perubahan perilaku secara kuantitatif.

C. Teknik Analisis Data

Data hasil observasi, dokumentasi, dan catatan kegiatan dianalisis secara deskriptif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis difokuskan pada kesesuaian rancangan visual dengan tujuan edukasi, fungsi warna dan ikon dalam menyampaikan informasi, keterlibatan peserta selama pelaksanaan, serta potensi penggunaan tong sampah sebagai media komunikasi lingkungan. Interpretasi elemen visual mengacu pada konsep semiotika Roland Barthes, sedangkan aspek pembentukan identitas visual dan kepedulian lingkungan dianalisis melalui konsep branding dan ekologi [1], [2], [3], [4], [5], [12].

III. PELAKSANAAN KEGIATAN

A. Identifikasi Kondisi Lingkungan dan Perancangan Media

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pengamatan terhadap kondisi lingkungan Kelurahan Kebon Besar dan kebutuhan media edukasi pemilahan sampah. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan selama kegiatan, permasalahan yang menjadi perhatian meliputi pencampuran sampah organik dan anorganik serta perlunya media informasi visual yang mudah dikenali di lingkungan publik. Temuan tersebut menjadi dasar pengembangan tong sampah bekas sebagai media edukasi yang mengintegrasikan fungsi penampungan, penyampaian informasi, dan pembentukan karakter visual lingkungan.

Perancangan media dilakukan melalui pemilihan warna, ilustrasi, ikon, tipografi, dan pesan singkat yang berkaitan dengan pemilahan sampah. Penggunaan elemen visual diarahkan untuk memudahkan pengenalan informasi tanpa mengandalkan penjelasan tertulis yang panjang. Pemanfaatan tong sampah bekas juga mendukung prinsip penggunaan kembali material yang masih layak pakai. Dengan demikian, media yang dihasilkan dirancang untuk memiliki fungsi praktis sekaligus menjadi sarana komunikasi mengenai kebersihan dan kepedulian lingkungan.

B. Pelaksanaan Seminar dan Edukasi Lingkungan

Seminar pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 5 Agustus 2026 dengan melibatkan narasumber yang membahas aspek branding, pemanfaatan wadah, ilustrasi dan desain komunikasi visual, serta penerapan teknis branding lingkungan. Materi tersebut memberikan konteks mengenai pentingnya komunikasi visual dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dan pemanfaatan fasilitas yang tersedia sebagai media edukasi.

Penyampaian materi dikaitkan dengan persoalan pengelolaan sampah dan kebutuhan pembentukan kebiasaan menjaga kebersihan. Kegiatan edukasi ini menjadi bagian pendukung dari praktik perancangan dan pengecatan tong sampah. Dokumentasi seminar digunakan untuk menunjukkan proses penyampaian materi dan keterlibatan pihak-pihak yang berpartisipasi dalam kegiatan.

C. Implementasi Desain pada Tong Sampah

Praktik pengecatan tong sampah dilaksanakan pada 3 Agustus 2026 dengan menerapkan konsep desain komunikasi

visual yang telah dirancang. Proses ini menggabungkan pemanfaatan kembali wadah dengan penerapan elemen visual yang mendukung pesan lingkungan. Warna, ilustrasi, ikon, dan tipografi ditempatkan sebagai unsur yang membantu membedakan informasi sekaligus meningkatkan keterlihatan media di lingkungan penggunaannya.

Secara visual, tong sampah yang dirancang memiliki dua fungsi utama. Fungsi pertama adalah fungsi praktis sebagai fasilitas penampungan sampah, sedangkan fungsi kedua adalah fungsi komunikatif sebagai media penyampaian pesan pemilahan dan kepedulian lingkungan. Integrasi kedua fungsi tersebut menunjukkan peluang penerapan desain komunikasi visual pada fasilitas publik tanpa harus selalu menggunakan media cetak atau papan informasi yang terpisah.

D. Evaluasi Hasil Kegiatan

Evaluasi dilakukan dengan meninjau hasil pengecatan, kesesuaian elemen visual dengan pesan yang disampaikan, dokumentasi pelaksanaan, dan keterlibatan peserta. Aspek yang diamati meliputi keterlihatan warna, keterbacaan tipografi, kemudahan mengenali ilustrasi atau ikon, serta kesesuaian media dengan kebutuhan edukasi pemilahan sampah.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan desain komunikasi visual dapat diterapkan pada fasilitas yang digunakan sehari-hari untuk menyampaikan pesan lingkungan. Pemanfaatan tong sampah bekas juga memperlihatkan bahwa objek yang memiliki fungsi praktis dapat dikembangkan menjadi media edukasi dan elemen pembentuk karakter visual kawasan. Meskipun demikian, efektivitas media dalam mengubah kebiasaan pemilahan sampah perlu dikaji lebih lanjut melalui pemantauan penggunaan secara berkala atau evaluasi sebelum dan sesudah intervensi.

Berdasarkan rangkaian kegiatan tersebut, kontribusi utama program terletak pada integrasi edukasi lingkungan, penggunaan kembali wadah, dan penerapan desain komunikasi visual dalam kegiatan partisipatif. Keberlanjutan program dapat didukung melalui pemeliharaan fasilitas, konsistensi informasi pemilahan, dan keterlibatan masyarakat dalam menggunakan serta merawat media yang telah dibuat.





Gambar 3. Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Peserta seminar mendengar dari para ahli tentang berbagai masalah lingkungan dan kekuatan desain untuk meningkatkan kesadaran pada konferensi pada 5 Agustus 2026. Sinopsis masing-masing presenter adalah sebagai berikut:

Branding Law by Pak Arif Pak Arif membahas tentang pentingnya branding dalam kerangka Hukum Lingkungan. Rasa harga diri, katanya, dapat menerangi hak dan kewajiban lingkungan. Logo hanyalah salah satu bagian dari branding; itu juga mencakup cita-cita dan kepribadian yang dapat dipupuk dalam suatu komunitas.

Di segmen ini, Bu Widya menjelaskan bagaimana memanfaatkan kontainer dengan lebih baik. Dengan menggunakan wadah sebagai contoh, dia mendemonstrasikan bagaimana mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pengolahan dan pemilahan sampah.

Dengan menggunakan gambar dan teks pada tong sampah yang digunakan kembali, Bu Zulfa menghadirkan konsep desain yang menarik untuk tempat sampah dé Dia melanjutkan dengan mengatakan bahwa desain komunikasi visual berpotensi mengubah kebiasaan masyarakat tentang pembuangan sampah, menarik perhatian pada isu-isu penting, dan berfungsi sebagai alat pengajaran yang sangat baik.

Memperkenalkan Bu Dewi: Pakar Teknis dan Branding Smart Environment Society Jika kita ingin membangun masyarakat yang peduli terhadap lingkungan, Bu Dewi menjabarkan langkah-langkah khusus yang harus diambil. Dia mengimbau semua orang untuk melakukan bagian mereka untuk menjaga kebersihan lingkungan dengan melakukan hal-hal seperti mendaur ulang dan membawa botol air.



Gambar 4. Aktivitas Seminar Pengabdian Masyarakat

1. Analisis Semiotika pada Desain Tong Sampah Edukatif

Setiap bagian dari tempat sampah, menurut teori semiotika Roland Barthes, adalah simbol dengan semacam makna [1], [2]. Orang mengambil warna sebagai penanda sebelum membaca informasi lainnya. Hijau sering dianggap sebagai simbol kehidupan, lingkungan, dan umur panjang. Warna kuning sering digunakan untuk menunjukkan kewaspadaan dan daya tarik, sedangkan warna biru sering dikaitkan dengan kebersihan dan keteraturan. Penggunaan kombinasi warna ini memungkinkan pemirsa mempelajari cara kerja media tanpa membaca keseluruhan pesan [4].

Ilustrasi memiliki tujuan semiotik yang signifikan selain warna. Upaya pembersihan dilambangkan dengan gambar pohon, dedaunan, tempat sampah daur ulang, dan simbol lingkungan lainnya. Gambaran ini membuat orang berpikir bahwa kebersihan merupakan dasar dari nilai-nilai yang dianut oleh individu kontemporer yang sadar lingkungan. Dengan kata lain, media visual melakukan tugas ganda sebagai pemancar dan pengolah informasi, membentuk apa yang dipelajari orang menjadi kebiasaan berdasarkan cita-cita masyarakat [1], [2]. Tipografi media dibuat dengan huruf-huruf sederhana yang sangat mudah dibaca.

Mendorong orang untuk menjaga kebersihan lingkungan mereka dan memilah sampah mereka berdasarkan jenisnya adalah cara yang bagus untuk menggunakan komunikasi visual untuk keuntungan Anda. Sebagai penahan, teks dalam teori Barthes menjelaskan makna gambar tersebut, memungkinkan pemahaman yang lebih bermakna tentang masyarakat [1]. Sistem rambu efisien lainnya adalah simbol pemilahan sampah yang ditempelkan pada tong sampah. Untuk menunjukkan sampah organik, kami menggunakan gambar daun; untuk menunjukkan sampah anorganik, kami menggunakan ikon botol plastik, kaleng, atau karton. Dengan menghilangkan kebutuhan untuk membaca penjelasan yang panjang lebar, tanda universal memfasilitasi identifikasi orang yang lebih cepat. Penggunaan desain komunikasi visual, kemudian, dapat berfungsi sebagai bahasa visual yang memfasilitasi informasi yang jelas, ringkas, dan mudah diingat [4], [11].

2. Dampak Program terhadap Masyarakat

Anggota masyarakat yang hadir dalam acara tersebut sangat terlibat dalam lokakarya lingkungan, ceramah, dan proyek melukis tong sampah yang diikuti oleh anak-anak. Universitas, pemerintah desa, dan masyarakat semuanya mendapat manfaat dari peningkatan komunikasi dan pembangunan hubungan yang terjadi sebagai hasil dari kegiatan bersama, yang pada gilirannya menyediakan alat pembelajaran. Media pendidikan visual lebih diterima dengan baik daripada bentuk penyebaran informasi yang lebih tradisional, menurut data penilaian lapangan.

Orang-orang lebih mampu mengenali berbagai jenis sampah dan menemukan lokasi pembuangan yang tepat ketika ada gambar yang jelas, perbedaan warna yang jelas, dan informasi yang terorganisir [4]. Tong sampah dengan identitas visual tidak hanya berfungsi sebagai teknik edukasi, tetapi juga memberikan nilai estetika dengan membuat area sekitarnya tampak lebih tertata [10], [16].



Gambar 5. Aktivitas Seminar Pengabdian Masyarakat

IV. KESIMPULAN

Ternyata Desain Komunikasi Visual merupakan cara yang bagus untuk meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan, dan inisiatif pengabdian masyarakat di Kelurahan Kebon Besar memberikan hasil yang menarik. Bidang desain komunikasi visual dapat mengambil manfaat dari meluasnya penggunaan media pembelajaran yang mudah diakses dan komunikatif. Dengan memasukkan desain ke dalam tempat sampah, tidak hanya memiliki tujuan praktis dalam menjaga kebersihan fasilitas, tetapi juga membantu membentuk identitas visual kawasan melalui branding lingkungan, memperkuat persepsi kawasan sebagai tempat yang bersih, sehat., nyaman, dan berkelanjutan.

Roland Barthes mengemukakan dalam semiotika bahwa elemen visual seperti warna, citra, ikonografi, tipografi, dan slogan semuanya dapat berfungsi sebagai tanda yang menyampaikan makna literal dan tersirat. Penonton mungkin menganggap karya yang akan datang sebagai representasi kepedulian terhadap pelestarian lingkungan. Penggunaan identitas visual yang konsisten dalam media instruksional dapat berkontribusi pada kesan yang lebih baik dari pengaturan dari perspektif branding. Menciptakan pengalaman visual yang dapat meningkatkan rasa memiliki masyarakat terhadap area publik adalah inti dari branding lingkungan, bukan hanya menggunakan logo. Bangunan dan ruang publik dapat memperoleh manfaat dari media yang menarik secara visual, informatif, dan mudah dikenali karena memberi mereka lebih banyak kepribadian dan meningkatkan lingkungan mereka. Mengubah sikap masyarakat didukung dengan menerapkan pendekatan ekologis berdasarkan prinsip 3R: reducing, reusing, dan recycling. Drum yang digunakan kembali memiliki potensi pedagogis. Desain yang mudah dapat menghasilkan keberlanjutan, seperti yang terlihat di sini.

Nilai pendidikan dan manfaat praktis tetap diberikan oleh desain dasarnya. Kolaborasi antara sekolah, pemerintah kota, mahasiswa, dan masyarakat umum dapat membuahkan hasil yang luar biasa, seperti yang ditunjukkan oleh acara ini. Sangat penting bagi mahasiswa, dosen, anggota masyarakat, dan pemerintah daerah untuk bekerja sama. Cara terbaik untuk mempromosikan pengelolaan lingkungan adalah dengan melibatkan masyarakat secara keseluruhan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Kebon Besar menunjukkan bahwa Desain Komunikasi Visual dapat diterapkan dalam pengembangan media edukasi lingkungan melalui pemanfaatan tong sampah bekas. Penerapan warna, ilustrasi, ikon, tipografi, dan pesan singkat memberikan pendekatan visual untuk membantu penyampaian informasi mengenai pemilahan sampah sekaligus meningkatkan fungsi estetis fasilitas publik. Integrasi penggunaan kembali wadah, edukasi lingkungan, dan partisipasi masyarakat menjadi kontribusi utama kegiatan dalam mendukung pembentukan karakter visual kawasan yang bersih dan berkelanjutan.

Pelaksanaan seminar, penyuluhan, dan praktik pengecatan juga menjadi ruang kolaborasi antara perguruan tinggi, aparat kelurahan, mahasiswa, dan masyarakat. Meskipun media yang dihasilkan berpotensi mendukung edukasi pemilahan sampah, efektivitasnya dalam membentuk perubahan perilaku belum dapat disimpulkan tanpa pengukuran dan pemantauan lanjutan. Keberlanjutan program perlu didukung melalui pemeliharaan fasilitas, konsistensi informasi visual, pengamatan terhadap penggunaan media, dan evaluasi berkala terhadap kebiasaan pemilahan sampah masyarakat.

REFERENSI

[1] R. Barthes, *Elements of Semiology*. New York, USA: Hill and Wang, 1967.

[2] R. Barthes, *Mythologies*. New York, USA: Hill and Wang, 1972.

[3] A. S. Keraf, *Etika Lingkungan Hidup*. Jakarta: Buku Kompas, 2010.

[4] K. B. Schloss, L. Lessard, C. S. Walmsley, and K. Foley, "Color Inference in Visual Communication: The Meaning of Colors in Recycling," *Cogn. Res. Princ. Implic.*, vol. 3, no. 1, p. 5, 2018, doi: 10.1186/s41235-018-0090-y.

[5] O. Soemarwoto, *Ekologi, Lingkungan Hidup dan Pembangunan*. Jakarta: Djambatan, 2004.

[6] A. Wheeler, *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2018.

[7] A. B. Pradani *et al.*, "Edukasi dan Pelatihan Pemilahan Sampah Dimulai Dari Rumah Pada Masyarakat RT. 23 Hibrida 9A Kota Bengkulu," *J. Pengabdi. Masy. Bumi Rafflesia*, vol. 6, no. 2, pp. 273–279, 2023, [Online]. Available: https://jurnal.umb.ac.id/index.php/pengabdianbumir/article/view/5421

[8] R. A. Nurlaeli, S. U. Hani, L. D. Nurmasyanti, and B. Sohim, "Kegiatan Melukis Tong Sampah dan Edukasi Lingkungan pada Siswa Kelas V SDN Sanca 1," *Karunia J. Has. Pengabdi. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 3, pp. 29–44, 2023, doi: 10.58192/karunia.v2i3.1138.

[9] F. Candy *et al.*, "Edukasi Pemilahan dan Pengolahan Sampah Bersama SDN Jatinegara 10 Pagi," *Madani J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 9, no. 2, pp. 73–83, 2023, doi: 10.53834/mdn.v9i2.6857.

[10] I. Fathiyah *et al.*, "Upaya Meningkatkan Kesadaran Lingkungan Masyarakat Melalui Edukasi Pemilahan dan Pengelolaan Sampah," *Abdimasku J. Pengabdi. Masy.*, vol. 6, no. 3, pp. 888–894, 2023, doi: 10.62411/ja.v6i3.1437.

[11] R. Landa, *Graphic Design Solutions*. Boston: Cengage Learning, 2018.

[12] M. B. Miles, A. M. Huberman, and J. Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2014.

[13] N. Morgan, A. Pritchard, and R. Pride, *Destination Brands*. New York: Routledge, 2012.

[14] B. J. Pine and J. H. Gilmore, "Welcome to the Experience Economy," *Harv. Bus. Rev.*, vol. 76, no. 4, pp. 97–105, 1998.

[15] W. Chandra and A. Wirapraja, "The Effect of Application Usability, Service Quality, and E-Satisfaction on Influencing Purchase Intention of GO-FOOD Customers," *Indones. J. Inf. Syst.*, vol. 3, no. 1, pp. 38–49, 2020, doi: 10.24002/ijis.v3i1.3563.

[16] D. A. Aaker, *Building Strong Brands*. New York, NY, USA: The Free Press, 1996.

[17] S. Bresciani and P. Del Ponte, "New Brand Logo Design: Customers' Preference for Brand Name and Icon," *J. Brand Manag.*, vol. 24, no. 5, pp. 375–390, 2017, doi: 10.1057/s41262-017-0046-4.

[18] T. Heding, C. F. Knudtzen, and M. Bjerre, *Brand Management: Mastering Research, Theory and Practice*. New York: Routledge, 2020.

[19] K. L. Keller, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (4th ed)*.

Boston: Pearson Education, 2013.

[20] M. Kavaratzis and M. J. Hatch, "The Dynamics of Place Brands: An Identity-based Approach to Place Branding Theory," *Mark. theory*, vol. 13, no. 1, pp. 69–86, 2013, doi: 10.1177/1470593112467268.

[21] M. Kavaratzis, "From City Marketing to City Branding: Towards a Theoretical Framework for Developing City Brands," *Place Brand.*, vol. 1, no. 1, pp. 58–73, 2004, doi: 10.1057/palgrave.pb.5990005.