

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi yang digunakan oleh Komunitas Rumah Kreatif dalam mengelola limbah popok melalui pendekatan *upcycling* sebagai media edukasi lingkungan di Rancaekek, Kabupaten Bandung. Permasalahan utama yang diteliti adalah bagaimana strategi komunikasi diterapkan dalam mengedukasi masyarakat mengenai pengelolaan limbah popok, mengapa komunitas memilih pendekatan *upcycling*, dan bagaimana penerapan strategi tersebut melalui berbagai media. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami strategi komunikasi komunitas, menganalisis alasan pemilihan *upcycling* sebagai media edukasi, dan mengevaluasi penerapan strategi komunikasi melalui produk, pelatihan, workshop, dan media sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan founder dan co-founder komunitas, observasi partisipatif terhadap kegiatan komunitas, serta dokumentasi aktivitas dan produk yang dihasilkan. Teknik analisis data menggunakan model analisis deskriptif kualitatif dengan tahapan pengumpulan data, klasifikasi data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, *member checking*, dan perpanjangan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunitas Rumah Kreatif menerapkan strategi komunikasi yang bersifat partisipatif, transformatif, dan edukatif dengan melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses *upcycling*. Pemilihan *upcycling* didasari pada kemampuannya untuk mengubah paradigma masyarakat terhadap limbah popok dari sesuatu yang tidak bernilai menjadi produk yang memiliki keindahan estetis dan nilai guna. Penerapan strategi komunikasi dilakukan secara terpadu melalui kombinasi kegiatan luring berupa pelatihan dan workshop, serta daring melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Produk hasil *upcycling* berfungsi sebagai media komunikasi nonverbal yang menyampaikan pesan lingkungan secara simbolik. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan program yang lebih terstruktur, penguatan

jejaring kolaborasi, peningkatan kapasitas digital, serta dukungan kebijakan pemerintah untuk mereplikasi model ini di wilayah lain.

Kata kunci: strategi komunikasi, komunitas, limbah popok, upcycling, edukasi lingkungan



ABSTRACT

This study examines the communication strategies employed by the Creative House Community in managing diaper waste through an upcycling approach as a medium for environmental education in Rancaekek, Bandung Regency. The main problems investigated are how communication strategies are implemented in educating the community about diaper waste management, why the community chose the upcycling approach, and how these strategies are applied through various media. The objectives of this research are to understand community communication strategies, analyze the reasons for selecting upcycling as an educational medium, and evaluate the implementation of communication strategies through products, training, workshops, and social media.

This research employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews with the founder and co-founder of the community, participatory observation of community activities, and documentation of activities and products produced. Data analysis techniques used descriptive qualitative analysis model with stages of data collection, data classification, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data validity was ensured through source triangulation, member checking, and extended observation.

The research findings indicate that the Creative House Community implements communication strategies that are participatory, transformative, and educational by directly involving the community in the upcycling process. The selection of upcycling is based on its ability to transform community paradigms regarding diaper waste from something worthless into products with aesthetic beauty and functional value. The implementation of communication strategies is conducted in an integrated manner through a combination of offline activities such as training and workshops, and online activities through social media platforms like Instagram, Facebook, and TikTok. Upcycling products function as nonverbal communication media that symbolically convey environmental messages. This research recommends developing more structured programs, strengthening

collaborative networks, enhancing digital capacity, and government policy support to replicate this model in other regions.

Keywords: communication strategy, community, diaper waste, upcycling, environmental education

