



## PELATIHAN BRANDING DAN MANAJEMEN KONTEN MEDIA UNTUK MENINGKATKAN KAPASITAS PENGELOLA BANK SAMPAH MELALUI ADOPSI TEKNOLOGI

*Training in Branding and Media Content Management to Enhance the Capabilities of  
Waste Bank Managers Through Adopting Technology*

**Lilis Dwi Farida\* , Akhmad Dahlan, Eko Tri Anggono, Dwi Arini Ayu Ambarwati,  
Muhammad Rafi Nur Yuliana**

Program Studi D3 Manajemen Informatika Universitas Amikom Yogyakarta

*Jl. Padjadjaran, Ring Road Utara, Kel. Condongcatur, Kec. Depok, Kab. Sleman, DI Yogyakarta*

\*Alamat Korespondensi : rida@amikom.ac.id

*(Tanggal Submission: 19 November 2024, Tanggal Accepted : 20 Mei 2025)*



### **Kata Kunci :**

*Konten Media,  
Pelatihan,  
Branding, Bank  
Sampah, Adopsi  
Teknologi*

### **Abstrak :**

Bank Sampah Mitra Insani merupakan salah satu bank sampah yang berada di Kelurahan Ngupasan, Kecamatan Gondomanan, Kota Yogyakarta. Berada pada jarak kurang lebih 200 m dengan alun-alun utara, Bank Sampah Mitra Insani berada pada titik strategis untuk dicari. Memiliki nasabah sekitar 160 orang, menjadikan bank sampah masih bisa terus beroperasi sehingga mendukung program “zero sampah” dari Pemkot Kota Yogyakarta. Akan tetapi, nasabah dan publisitas bank sampah tidak meningkat secara signifikan. Hal tersebut yang melatarbelakangi kegiatan pelatihan. Pelatihan ini dilaksanakan untuk meningkatkan kesadaran peserta dalam hal ini adalah pengelola dan nasabah aktif Bank Sampah Mitra Insani dalam penggunaan konten media sosial untuk membantu branding usaha. Pelatihan ini dilaksanakan melalui aktivitas ceramah, diskusi, dan tanya jawab serta praktik singkat penggunaan media sosial dan manfaatnya. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan pada kemampuan peserta dalam mengelola konten media sosial (41,2%), membuat konten dengan smartphone (32,4%), dan mengedit gambar (20,5%). Kegiatan ini dilaksanakan di Bank Sampah Mitra Insani dengan melibatkan 19 peserta, mayoritas pelaku UMKM. Melalui pelatihan selama tiga jam, peserta mendapatkan pemahaman dasar tentang branding dan pemanfaatan media sosial. Metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung mendorong adopsi teknologi sederhana untuk meningkatkan engagement dan memperkuat branding unit usaha peserta maupun Bank Sampah. Saran kegiatan selanjutnya adalah pendampingan yang berkelanjutan pada pemanfaatan teknologi

sehingga para pengelola bank sampah dapat memanfaatkan konten media untuk meningkatkan branding usaha.

**Key word :**

*Media Content,  
Training,  
Branding,  
Waste Bank,  
Technology  
Adoption*

**Abstract :**

Bank Sampah Mitra Insani is one of the waste banks located in Ngupasan Village, Gondomanan District, Yogyakarta City. Located at a distance of approximately 200 m from the northern square, Bank Sampah Mitra Insani is at a strategic point to be found. Having around 160 customers, the waste bank can still continue to operate so that it supports the "zero waste" program of the Yogyakarta City Government. However, the customers and publicity of the waste bank have not increased significantly. This is the background to the training activities. This training was carried out to increase the awareness of participants in this case are managers and active customers of Bank Sampah Mitra Insani in the use of social media content to help branding their business. This training was carried out through lectures, discussions, and Q&A activities as well as short practices on the use of social media and its benefits. The results of the community service activity showed a significant improvement in participants' abilities to manage social media content (41.2%), create content using smartphones (32.4%), and edit images (20.5%). The activity was conducted at Bank Sampah Mitra Insani and involved 19 participants, the majority of whom were MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) actors. Through a three-hour training session, participants gained basic understanding of branding and the use of social media. Lectures, discussions, and hands-on practice encouraged the adoption of simple technology to enhance engagement and strengthen the branding of both participants' businesses and the Bank Sampah. The suggestion for the next activity is ongoing assistance in the use of technology so that waste bank managers can utilize media content to improve business branding.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

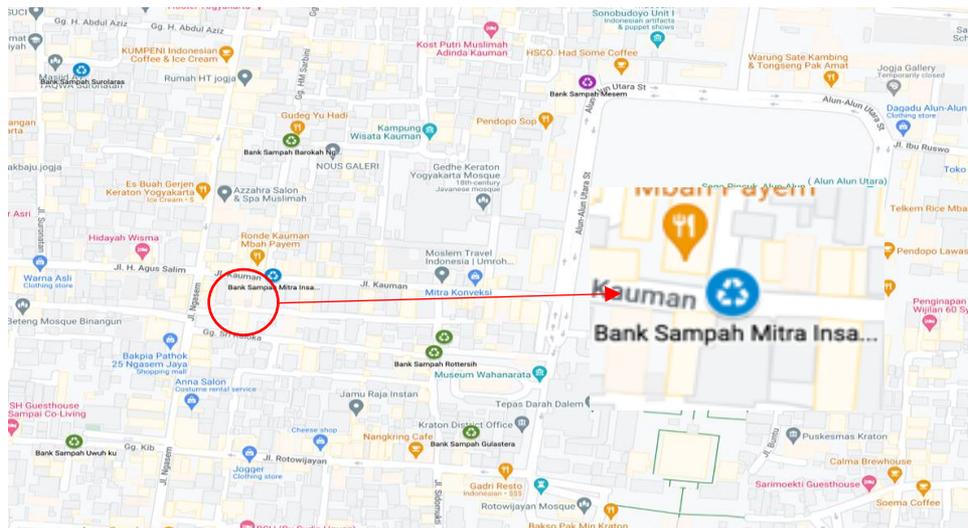
Farida, L. D., Dahlan, A., Anggono, E. T., Ambarwati, D. A. A., & Yuliana, M. R. N. (2025). Pelatihan Branding dan Manajemen Konten Media untuk Meningkatkan Kapasitas Pengelola Bank Sampah Melalui Adopsi Teknologi. *Jurnal Abdi Insani*, 12(5), 2176-2184. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i5.2261>

## PENDAHULUAN

"Jogja darurat sampah" menjadi isu panas pada akhir tahun 2023. Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami kondisi tersebut karena Tempat Pemrosesan Akhir (TPA) Piyungan tidak dapat beroperasi secara optimal. Hal itu menyebabkan masyarakat kebingungan untuk mengelola sampahnya (Firdaus & Rukmorini, 2023). TPA Piyungan didesain untuk dapat menampung sampah masuk sebanyak 650 ton/hari. Namun, volume sampah masuk dari Kota Yogyakarta, Bantul dan Sleman pada tahun 2022 kurang lebih 747 ton/hari, dan masih meningkat pada tahun 2023 (Humas, 2023). Pada kondisi tersebut, Pemerintah Kota Yogyakarta berupaya melakukan pengelolaan sampah dengan berbagai skema antara lain melalui Program Daur Ulang Canggih, Edukasi pengelolaan sampah, Bank Sampah, dan Kolaborasi dengan pihak swasta (Admin, 2023). Bank sampah yang menjadi salah satu upaya masyarakat dan pemerintah untuk menekan volume sampah yang akan ditampung di TPA. Sebanyak 479 bank sampah tersebar di 14 kemantren dan 45 kelurahan di wilayah Kota Yogyakarta (Admin, 2024).



Kelurahan Ngupasan, Kecamatan Gondomanan merupakan salah satu wilayah di Kota Yogyakarta yang melaksanakan berbagai kegiatan untuk mendukung program pemerintah. Kelurahan Ngupasan pada lingkungan RW XII dengan jumlah warga 221 orang turut serta berpartisipasi mendukung program pemerintah tersebut melalui pengelolaan Bank Sampah yang diberi nama Bank Sampah Insan Mandiri. Bank Sampah Insan Mandiri didirikan pada tanggal 9 Maret 2013 dan telah beroperasi selama kurang lebih 10 tahun. Hingga saat ini, tercatat ada 160 nasabah yang berasal dari warga RW XII dan sebagian lainnya dari luar lingkungan. Lokasi Bank Sampah Mitra Insani disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1 Lokasi Bank Sampah Mitra Insani di antara Bank Sampah Lain

Berdasarkan peta lokasi dari Dinas Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta, lokasi Bank Sampah Mitra Insani di daerah Kauman, Kelurahan Ngupasan dirasa cukup strategis dan memiliki cakupan yang luas. Akan tetapi, jumlah nasabah Bank Sampah Mitra Insani tidak mengalami peningkatan yang signifikan mengingat aturan pemerintah yang mengharuskan proses pengelolaan sampah secara mandiri dengan menggunakan metode 3R yaitu (Nisa & Saputro, 2021) (Takbiran, 2020):

- a. *Reduce* (mengurangi): Kegiatan mengurangi produksi sampah;
- b. *Reuse* (menggunakan kembali): Menggunakan kembali bahan yang masih layak dipakai agar tidak menjadi sampah;
- c. *Recycle* (mendaur ulang): Memanfaatkan bahan atau barang bekas dengan mengolah atau membuat agar dapat digunakan kembali dan tidak menjadi sampah.

Kegiatan rutin yang dilakukan oleh Bank Sampah Mitra Insani adalah pengumpulan sampah oleh para nasabah sekali dalam sebulan, atau jika sedang ada permintaan dan tabungan sampah dari para nasabah dirasa lebih banyak, maka kegiatan dilaksanakan dua kali dalam sebulan. Sampah pilahan tidak dapat dikumpulkan setiap saat karena tempat yang digunakan untuk pengumpulan sampah pilahan masih menggunakan halaman rumah dari salah satu warga. Akan tetapi, sejak awal tahun 2024 unit usaha ini mendapatkan tempat yang sebelumnya merupakan pos kampling dan saat ini dialihfungsikan untuk mengumpulkan sampah pilahan dari nasabah. Dengan keberadaan tempat yang strategis tetapi operasional tidak setiap hari, menyebabkan bank sampah tidak diketahui oleh masyarakat umum kecuali nasabah atau masyarakat di sekitar lingkungan tersebut. Hal ini menyebabkan tidak berkembangnya jumlah nasabah dari bank sampah Mitra Insani. Kondisi ruang dan penataan sampah di Bank Sampah Mitra Insani disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2 Kondisi Ruang Bank Sampah Mitra Insani (Sumber: Dokumentasi Pribadi: 2024)

Pada pencarian di mesin pencari google, belum ditemukan Bank Sampah Mitra Insani. Hal ini mengindikasikan bahwa bank sampah tersebut belum memiliki *engagement* di dunia maya. Kesadaran pengelola dalam membagikan informasi secara *online* melalui berbagai platform dirasa sangat kurang. Kesadaran dan pemahaman serta pengetahuan pengelola terhadap pentingnya informasi yang mudah didapatkan dan layanan *online* belum menjadi pertimbangan untuk meningkatkan pengguna/nasabah bank sampah (Ma'rufah *et al.*, 2022). Berdasarkan permasalahan tersebut, Program Kemitraan Masyarakat ini akan dilakukan dengan tujuan untuk memecahkan permasalahan terkait *branding* dan promosi unit usaha dengan memperluas jejaring nasabah melalui ICT. Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan melalui pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pengelola dan nasabah aktif dalam memanfaatkan konten dan media sosial dalam membangun *branding* usaha (Ramdhani *et al.*, 2024). Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi media untuk pengelola meningkatkan promosi dan *branding* unit usaha sehingga dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terutama yang belum bergabung menjadi nasabah pada Bank Sampah Mitra Insani.

## METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada hari Sabtu, 19 Oktober 2024 di ruang *meeting* Cordela, Jl. Bhayangkara No.35, Ngampilan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan ini diikuti oleh 19 peserta yang merupakan pengelola bank sampah Mitra Insani dan nasabah aktif dalam bentuk pelatihan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman peserta terhadap pentingnya *branding* usaha dan pemanfaatan konten media sosial. Tim pengabdian terdiri dari Dosen Universitas Amikom Yogyakarta, Fakultas Ilmu Komputer, dengan bidang ilmu Teknik Informatika dan Manajemen. Selain itu, kegiatan ini juga dibantu oleh para mahasiswa Program Studi D3 Manajemen Informatika yang bertugas menjadi asisten kegiatan. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan melalui tiga (3) tahapan yaitu, tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi (Pelaksanaan kegiatan disajikan pada Gambar 3).

### 1. Tahap Perencanaan dan persiapan

Tahap perencanaan dan persiapan merupakan tahapan awal untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada pada mitra. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan observasi dan diskusi terkait dengan keberadaan bank sampah Mitra Insani dan kendala yang ada di dalam proses pengelolaan. Selanjutnya, dilakukan koordinasi terkait jadwal pelaksanaan kegiatan dan peserta serta materi yang diperlukan sesuai dengan permasalahan yang ada dan tujuan yang ingin dicapai.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan tahapan implementasi dari perencanaan yang dilakukan sebelumnya. Hasil identifikasi masalah menjadi acuan dalam penyusunan dan rekomendasi materi pelatihan. Tahap pelaksanaan meliputi:

- a. Memberikan *Pre-test* kepada peserta yang bertujuan untuk mengukur pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap materi dan tema yang akan dibahas. *Pre-test* dilaksanakan pada awal kegiatan sebelum materi disampaikan. Pertanyaan pada *pre-test* meliputi pertanyaan umum terkait fungsi publisitas dan pentingnya membuat konten media sosial termasuk kemampuan dalam membuat konten secara praktis dengan memanfaatkan *smartphone* yang dimiliki.
- b. Materi branding dan konten digital yang diberikan dengan menganalisis bank sampah di Yogyakarta melalui media sosial dan mesin pencari. Serta pentingnya branding pada sebuah unit usaha. Materi yang disampaikan meliputi pentingnya sebuah produk atau usaha penting untuk dapat dikenal di mesin pencarian (misal google) maupun media sosial (instagram). Termasuk bagaimana membuat postingan dan bahan konten yang akan diunggah pada media sosial.
- c. Diskusi yang memungkinkan peserta untuk mengajukan pertanyaan, berbagi ide, pengalaman, dan pemahaman terkait branding dan konten media sosial yang mendukung unit usaha.
- d. Memberikan *Post-test* kepada peserta setelah proses pelatihan dan diskusi yang bertujuan untuk mengukur pemahaman para peserta. Sehingga materi *post-test* yang diberikan sama dengan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pada saat *pre-test*.

## 3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilaksanakan dengan mendiskusikan hasil pelatihan dan kendala yang terjadi selama proses pelatihan dan dilaporkan pada laporan akhir kegiatan. Evaluasi dilaksanakan dengan meminta masukan dan saran dari pihak mitra yaitu Bank Sampah Mitra Insani sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk kegiatan selanjutnya.



Gambar 3 Pelaksanaan Kegiatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat pada skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat terdiri dari perencanaan dan persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Kegiatan tersebut dilaksanakan di Bank Sampah Mitra Insani dengan melibatkan tim pengabdian dan para pengelola bank sampah.

### Perencanaan dan Persiapan

Pada tahap perencanaan dan persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan para pengelola bank sampah untuk menganalisis permasalahan yang ada di bank sampah Mitra Insani terkait dengan *branding* bank sampah dan pengelolaan media sosial untuk mengenalkan secara lebih luas keberadaan bank sampah mitra insani. Koordinasi seperti yang ada pada Gambar 4 dilaksanakan di bank sampah yang bertempat di Jl. Kauman, No. 44, Kelurahan Ngupasan, Kecamatan Gondomanan, Kota Yogyakarta. Kegiatan ini menghasilkan rumusan materi yang akan disampaikan pada kegiatan pelatihan.

Koordinasi ini menghasilkan rencana kegiatan berupa waktu dan tempat pelaksanaan, materi yang akan dibahas, serta peserta yang akan mengikuti kegiatan pelatihan. Berdasarkan hasil koordinasi didapatkan kesepakatan sebagai berikut:

- Waktu Pelaksanaan adalah hari Sabtu, 19 Oktober 2024 pada pukul 09.00 s.d 12.00 WIB
- Tempat pelaksanaan kegiatan di ruang meeting cordela, Jl. Bhayangkara No.35, Ngampilan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta
- Peserta kegiatan adalah pengelola dan nasabah Bank Sampah Mitra Insani yang selain aktif di Bank Sampah juga memiliki Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)



Gambar 4 Koordinasi Kegiatan Tim Pengabdian dengan Pengelola Bank Sampah Mitra Insani

### Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan sesuai dengan rencana yang dibuat. Peserta menghadiri dan mengikuti rangkaian dengan baik. Untuk mengukur pemahaman awal, dilaksanakan *pre-test* terkait dengan kemampuan dan pemahaman para peserta. Sebanyak 19 peserta hadir dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan, dengan data demografis seperti yang ada pada Tabel 1.

Tabel 1 Data Demografis Peserta Pelatihan

Jenis Kelamin	Pria: 1; Wanita: 18
Usia	<40 = 3; 41-50 = 4; >50 = 12
Memiliki Usaha	Ya = 14; Tidak = 5
Menggunakan Media Sosial untuk Usaha	Ya = 12; Tidak = 7

Berdasarkan data pada Tabel 1, sebagian besar pengelola dan anggota aktif dari Bank Sampah Mitra Insani berjenis kelamin wanita, dengan sebaran usia 29 s.d 64 tahun. Sebanyak 73,7% dari peserta memiliki usaha selain menjadi pengurus atau nasabah di bank sampah dan 85% dari peserta yang memiliki usaha telah memanfaatkan media sosialnya untuk membantu mempromosikan produknya. Selain itu, lebih dari 80% peserta mengetahui dan sepakat bahwa media sosial dapat membantu meningkatkan branding usaha. Tetapi, hanya 30% peserta yang memanfaatkan media sosial untuk mendukung usaha yang dijalankan.

Kegiatan yang berjudul Pelatihan *Branding* dan Manajemen Konten Media untuk Meningkatkan Kapasitas Pengelola Bank Sampah Melalui Adopsi Teknologi dilaksanakan selama tiga jam, dengan metode ceramah dan diskusi serta penyampaian contoh dan praktik singkat. Materi yang diberikan meliputi pentingnya pencarian produk atau unit usaha di mesin pencari, pentingnya *engagement* sebuah *brand* usaha (Pangestu *et al.*, 2024). Selain itu, dilakukan diskusi dan tanya jawab mengenai pentingnya penggunaan media sosial yang dapat mempengaruhi *branding* sebuah usaha (Andriani & Pujiyanto, 2024). Peserta pelatihan memberikan antusias melalui pertanyaan-pertanyaan dari materi yang dijelaskan oleh narasumber. Beberapa hal yang dipelajari antara lain pentingnya bahan konten meliputi desain grafis dan *caption* yang diberikan pada unggahan di media sosial. *Caption* dan *keyword* memiliki peranan penting pada mesin pencarian (Andriani, 2022). Selain itu, frekuensi pengunggahan materi di media sosial juga perlu diperhatikan agar konsistensi terjaga. Peserta mengungkapkan bahwa pengetahuan dan pemahaman terhadap media sosial sebatas dari pengguna dan penikmat konten belum mencakup sebagai pembuat konten (Pramusinto *et al.*, 2021).

Beberapa contoh dengan materi konten yang baik dan postingan yang dapat meningkatkan *engagement* diberikan untuk memberikan gambaran kepada para peserta pelatihan. Beberapa kegiatan tentang *editing* gambar disimulasikan dengan menggunakan *canva free* sehingga para peserta dapat langsung mencoba dan mensimulasikan dengan mudah. Akan tetapi, proses *editing* gambar belum dapat diberikan secara mendetail dan berkelanjutan karena keterbatasan waktu dan rencana pelatihan pada program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan. Dokumentasi kegiatan pelatihan disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5 Pelatihan *Branding* dan Pengelolaan Konten Media Sosial dengan Adopsi Teknologi

Melalui kegiatan ini, peserta mendapatkan peningkatan pemahaman dan kemampuan terhadap pengelolaan dasar media sosial dan *branding* usaha sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan *engagement* dari unit usaha Bank Sampah Mitra Insani maupun unit usaha lain yang sedang dijalankan.

Hasil dari pengukuran persentase peningkatan pemahaman pengelolaan media sosial untuk meningkatkan *branding* usaha meningkat dibandingkan dengan sebelum pelatihan dilaksanakan. Hasil perhitungan kuesioner sebelum dan setelah pelatihan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Hasil Kuesioner Sebelum dan Setelah Pelatihan

No	Pertanyaan	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan	Persentase
1	Saya sering menggunakan sosial media	78	78	-
2	Menurut saya sosial media membantu meningkatkan branding usaha	80	86	7.5
3	Saya dapat mengunggah postingan di media sosial	52	63	21.2
4	Saya dapat mengelola konten media sosial	34	48	41.2
5	Saya dapat membuat konten media sosial menggunakan <i>smartphone</i>	32	43	32.4
6	Saya dapat mengedit gambar/foto dengan memanfaatkan <i>smartphone</i>	39	47	20.5
7	Saya menggunakan media sosial untuk memasarkan usaha saya	45	45	-

Berdasarkan hasil pengukuran pada Tabel 2, terjadi peningkatan pengetahuan mengenai manfaat media sosial terhadap *branding* usaha. Terdapat peningkatan pengetahuan mengenai manfaat media sosial untuk meningkatkan *branding* usaha dengan persentase sebesar 7,5%. Selain itu, terdapat peningkatan pada pengetahuan dan pemahaman bagaimana mengunggah postingan di media sosial dan pemanfaatan *smartphone* dalam proses *editing* dan *posting* konten di media sosial. Adapaun peningkatan pada kemampuan mengunggah postingan sebesar 21,2%. Sedangkan pengelolaan konten media sosial dan pembuatan konten media sosial memiliki persentase cukup tinggi yaitu 41,2% dan 32,4%. Dan kemampuan dalam mengedit gambar atau foto dengan memanfaatkan *smartphone* meningkat sebesar 20,5%. Secara keseluruhan, pelatihan ini dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan dasar peserta dalam memanfaatkan teknologi yaitu *smartphone* untuk dapat membuat konten media sosial sebagai bentuk adopsi teknologi.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM), Direktorat Akademik Pendidikan Tinggi Vokasi (DAPTV), Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Tahun 2024. Terima kasih kepada Bank Sampah Mitra Insani sebagai mitra kegiatan pada pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat, dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang memberikan dukungan maksimal sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan baik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2023). *Mengatasi darurat sampah di Kota Yogyakarta: Kreativitas menuju kebersihan yang memikat hati*. Pemerintah Kota Yogyakarta. <https://bkpsdm.jogjakota.go.id/detail/index/28545>.
- Admin. (2024). *Peta bank sampah di Kota Yogyakarta*. Dinas Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta. <https://lingkunganhidup.jogjakota.go.id/page/index/peta-bank-sampah-di-kota-yogyakarta>.
- Andriani, R. (2022). *Pelatihan branding sosialisasi pengelolaan sampah mandiri (PSM) Kasturi* [Laporan kegiatan].
- Andriani, R., & Pujiyanto, A. (2024). Pembuatan konten social media pada PSM Kasturi sebagai media informasi dan edukasi. *SWAGATI: Journal of Community Service*, 1(3), 187–192. <https://doi.org/10.24076/swagati.2023v1i3.1296>.
- Firdaus, H., & Rukmorini, R. (2023, Agustus 10). Kalang kabut warga di tengah darurat sampah Yogyakarta. *Kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2023/08/10/kalang-kabut-warga-di-tengah-darurat-sampah-yogyakarta>.
- Humas. (2023). Kabupaten/kota harus kurangi sampah di hulu, Gubernur DIY mempersilakan penggunaan SG sebagai tempat penampungan sementara. *Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta*. <https://jogjaprovo.go.id/berita/kabupatenkota-harus-kurangi-sampah-di-hulu-gubernur-diy-mempersilakan-penggunaan-sg-sebagai-tempat-penampungan-sementara>.
- Ma'rufah, A., Nihayah, E. Z., & Awalliya, M. R. (2022). Upaya peningkatan pemasaran produk bank sampah melalui pelatihan digital marketing. *Abdimas Indonesian Journal*, 2(2), 124–130.
- Nisa, S. Z., & Saputro, D. R. (2021). Pemanfaatan bank sampah sebagai upaya peningkatan pendapatan masyarakat di Kelurahan Kebonmanis Cilacap. *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 89–103. <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v3i2.3899>.
- Pangestu, M. G., Karoluspasaribu, J. P., Fahdillah, Y., Sabrina, H. L., & Syaputra, A. S. (2024). Pelatihan konten digital untuk meningkatkan promosi pada UMKM Dimme Place di Kota Jambi. *JPMU: Jurnal Pengabdian Masyarakat UMJ*, 3(2), 75–81. <https://doi.org/10.33998/jpmu.v3i2.6230>.
- Pramusinto, W., Waluyo, S., & Susanti, I. (2021). JAM-TEKNO: Pemanfaatan digital marketing pada bank sampah PCH. *JAM-TEKNO: Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi dan Inovasi*, 2(2), 32–37. <http://jurnal.iaii.or.id/index.php/JAMTEKNO/article/view/166>.
- Ramdhani, L. S., Riyanto, A., Farlina, Y., Noviani, H., & Muttaqin, M. Z. (2024). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan pemasaran produk Bank Sampah IPPEC Kabupaten Sukabumi. *Abditeknika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 65–71. <https://doi.org/10.31294/abditeknika.v4i2.4347>.
- Takbiran, H. (2020). Bank sampah sebagai alternatif strategi pengelolaan sampah menuju Sentul City zero emission waste Kabupaten Bogor. *IJEEM - Indonesian Journal of Environmental Education and Management*, 5(2), 165–172. <https://doi.org/10.21009/IJEEM.052.05>.