

BAB III

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA SEMARANG

DALAM MENGGIATKAN PROGRAM

“SEMARANG *WEGAH* NYAMPAH”

Dalam bab ini peneliti akan menyajikan dan memaparkan hasil temuan yang didapat di lapangan, hasil temuan yang terkait dengan beberapa hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu strategi komunikasi yang digunakan, target program *wegah nyampah*, strategi suksesnya program, strategi efektif pada program *wegah nyampah*, dan pertimbangan intensitas dan komunikasi.

Keikutsertaan informan dalam wawancara berdasarkan posisi serta jabatan mereka dalam perusahaan. Mereka pun ikut terlibat dan ambil andil dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan di jaman kemajuan teknologi seperti sekarang ini. Dalam penelitian ini, ada beberapa karakteristik informan yang peneliti pilih sesuai dengan rumusan masalah yang ada, karakteristik yang dimaksud ialah:

- a.) Masyarakat Semarang
- b.) Usia maksimal lebih dari 25 tahun

Untuk mendapatkan hasil wawancara dari informan yang masuk dalam karakteristik tersebut peneliti mengajukan surat permohonan izin penelitian kepada instansi terkait agar diperbolehkan untuk mengambil data kualitatif, sehingga ada 4 informan yang akan memberikan informasi terkait dengan “Semarang *Wegah Nyampah*”. Setelah selesai melakukan tahap wawancara, peneliti menganalisis serta mengidentifikasi data yang didapat guna menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

3.1. Hasil

Teknik statistika yang digunakan pada penelitian single case experimental design adalah dengan melakukan analisis data menggunakan analisis grafik yang sebelumnya di analisis dengan beberapa komponen yakni analisis dalam kondisi dan antar kondisi, sehingga diperoleh beberapa output data (terlampir). Berikut adalah rangkuman dari analisis data yang sudah terorganisir. Data disajikan dalam bentuk tabel dan grafik yang disertai dengan penjelasan.

3.2. Memberikan Edukasi Mengenai Program Wegah Nyampah

Edukasi merupakan suatu hal yang wajib dimiliki oleh sebuah organisasi dalam *deliver brand* atau program kepada *audience*. *Key message* berisi hal-hal penting yang ingin disampaikan oleh organisasi dan perlu diketahui oleh masyarakat yang ditargetkan. Hal-hal tersebut bisa mencakup keseluruhan organisasi maupun suatu *campaign* yang akan berjalan. Bagi seseorang yang bergelut di bidang komunikasi atau PR, *key message* sangat berguna untuk menyusun sebuah strategi *campaign* dan *press release*. Maka *key message* dalam kampanye tersebut salah satunya adalah sesuai judul kampanye, “Semarang Wegah Nyampah”. Kalimat tersebut dibuat dengan menggunakan Bahasa Jawa agar lebih dekat dengan masyarakat Kota Semarang. Ajakan tersebut tidak terkesan eksklusif sehingga masyarakat pun bersedia berpartisipasi terhadap gerakan ini. Selain itu ada pula Bumi Butuh Tresnomu, Semarang Tanpa Plastik, dan Kelola Sampah dari Rumah harapannya sampah cukup habis dirumah yaitu menolak potensi adanya sampah dan kemudian mengelolanya di lingkup rumah tangga. Pesan-pesan kunci atau *key message* tersebut juga dijadikan tagar agar dapat diikuti oleh masyarakat. Karena di era sekarang ini tagar dapat dimanfaatkan sebagai bentuk mobilisasi digital yang bermanfaat untuk kegiatan *campaign* ini.

Gambar 3.1



Sumber : dokumen humas pemerintah Kota Semarang

Dalam acara deklarasi “Semarang Wegah Nyampah” ini pemkot Semarang juga membagikan tumbler kepada seluruh jajaran karyawan pemerintah Kota Semarang, kantong belanja kain pada swalayan dan minimarket serta sticker “Toko ini tidak menyediakan Kantong Plastik”. Dengan begitu diharapkan tidak ada lagi penggunaan botol plastik, gelas plastik, serta kantong plastik sekali pakai dalam agenda Pemerintah Kota Semarang mulai tahun 2020 mendatang.

Peningkatan jumlah penduduk di Kota Semarang berbanding lurus dengan produksi sampah yang dihasilkan. Dimana menurut Dinas Lingkungan Hidup (DLH) setiap harinya menghasilkan 1.400 ton sampah ke TPA Jatibarang. Bahkan tidak sampai 2046, produksi sampah dapat mencapai 2.000 ton per harinya.

Gambar 3.2



Sumber : dokumen humas pemerintah kota Semarang

Pengelolaan sampah hendaknya dilakukan dari hulu ke hilir, tidak dapat jika hanya dikerjakan pemerintah seorang diri. Namun juga dibutuhkan peran aktif

masyarakat. Tetapi sangat disayangkan karena mindset masyarakat masih menganggap bahwa sampah adalah barang sisa pakai yang tidak bernilai dan tidak bermanfaat. Padahal sebaliknya, jika kita memiliki kemauan untuk mengelola sampah, maka kita kan menemukan sebuah barang yang memiliki value untuk peningkatan ekonomi ataupun nilai kegunaannya, seperti listrik, pupuk, atau barang-barang daur ulang lainnya.

Pemkot Semarang juga telah menggelar workshop pemanfaatan sampah yang berlangsung di gedung balai Kota. Dalam acara ini pemkot menggandeng Kertabumi Klinik Sampah sebagai fasilitator. Harapannya workshop yang digelar kali ini dapat memberikan pengalaman mengolah & mengubah sampah sehingga memiliki value/nilai lebih kepada para peserta yang mengikuti.

Dalam kegiatan tersebut para peserta diberikan edukasi mengenai sampah, cara daur ulang minyak jelantah menjadi lilin, daur ulang kantong kresek menjadi sarung hp, daur ulang kemasan plastik menjadi bantal, dll. Sangat tidak disangka antusiasme peserta sangat tinggi, peserta yang hadir pun dari berbagai kalangan dari pengelola Bank Sampah disejumlah Kelurahan, perwakilan komunitas, desainer, guru, hingga aktifis lingkungan.

Upaya Pemkot Semarang mengurangi sampah plastik tidak hanya berhenti dalam pembuatan regulasi melalui Perwal Semarang Nomor 27 Tahun 2019 tentang Pengendalian Penggunaan Plastik saja, tapi juga action. Salah satunya dengan mendeklarasikan gerakan #SemarangWegahNyampah. Tak hanya melarang penggunaan plastik seperti kantong, sedotan, gelas plastik serta stereofoam, pemkot juga mendorong masyarakat untuk melakukan pemanfaatan sampah agar tidak langsung terbuang di TPS Jatibarang. Sekda Kota Semarang Iswar Aminuddin saat

membuka acara menyebutkan bahwa peningkatan jumlah penduduk berbanding lurus dengan produksi sampah di suatu kota. Tak terkecuali Kota Semarang. Di mana menurut Dinas Lingkungan Hidup (DLH) setiap harinya menghasilkan 1.400 ton sampah ke TPA Jatibarang. Bahkan tidak sampai 2046, produksi sampah dapat mencapai 2.000 ton per hari.

Kegiatan workshop ini dibagi menjadi beberapa sesi mulai dari edukasi sampah, daur ulang minyak jelantah menjadi lilin, daur ulang kresek menjadi sarung hp, daur ulang kemasan plastik menjadi bantal. Berbagai macam produk daur ulangnya pun dipamerkan saat pelaksanaan workshop berlangsung seperti kresek yang diubah menjadi tas, kresek menjadi sandal jepit, tutup botol diubah menjadi ubin, botol plastic menjadi anting-anting, dll. Tak disangka antusiasme peserta sangat tinggi. Peserta yang hadir pun dari berbagai kalangan dari pengelola Bank Sampah di sejumlah Kelurahan, perwakilan komunitas, desainer, guru, hingga aktifis lingkungan. Ani perwakilan dari Komunitas Orangtualogy menyebutkan bahwa kegiatan ini sangat edukatif dan bermanfaat.

3.3. Implementasi Strategi Komunikasi Yang Digunakan

Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Seorang pakar perencanaan komunikasi membuat definisi dengan menyatakan. Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh

(efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Strategi yang digunakan dengan menggunakan smartphone yang kemudian akan dishare ke sosial media. Komunikasi yang digunakan ini ada dua macam yang pertama menggunakan media elektronik, di samping sosmed yang dibuat push disitu semua program-program Semarang wegah nyampah klenteng-klentengnya push disitu di Semarang wegah nyampah lewat media online setiap pemberitaan yang terkait dengan upaya mendukung program Semarang wegah nyampah akan push disitu lewat media online dan juga termasuk media cetak lalu media elektronik lain, karena kalo di humas ke tv, media tv, kalau di radio itu yang di kominfo. Jadi media yang digunakan strategi komunikasinya memanfaatkan media yang ada. Untuk kemudian atau masyarakat atau warga yang ikut pelatihan mereka nanti menyampaikan ke masyarakat yang lain jadi seperti itu harapan kita disamping mereka yang memang istilahnya yang melek teknologi, mereka dapat informasikan lewat sosial media, sementara kalau yang warga masyarakat yang mungkin awam tentang teknologi mungkin nggak pernah yang namanya IG dan sebagainya seperti itu, kita harapkan mereka tahu. Hasil wawancara yang dilakukan yaitu pada responden pertama menyatakan bahwa strategi yang dipakai saat ini adalah dengan media sosial karena sekarang adalah era digital, bagaimanapun sekarang orang ada yang tidak tergantung dengan yang namanya smartphone atau IT , untuk komunikasi yang kita gunakan ini ada dua macam yang pertama menggunakan media elektronik, di samping sosmed yang kita buat kita push di situ semua program program Semarang wegah nyampah klenteng-klentengnya kita push disitu di Semarang wegah nyampah lewat media online setiap pemberitaan yang terkait dengan upaya mendukung program Semarang wegah nyampah kita akan push disitu lewat media online dan juga termasuk media cetak lalu media elektronik lain, karena kalo di humas kita ke tv, media tv, kalau di

radio itu yang di kominfo. Jadi media yang kita gunakan strategi komunikasinya kita memanfaatkan media yang ada. Kemudian yang kedua, kita menggunakan trans komunikasi istilahnya langsung kita terbuka atau offline di masyarakat, kita menggandeng kertabumi semacam kondisi atau yayasan yang bergerak untuk mewujudkan istilahnya yang mendaur ulang sampah plastik untuk di olah kemudian menjadi barang yang lebih bernilai. Kita di saat itu sebelum deklarasi Semarang wegah nyampah, kita di bulan november itu mengadakan semacam pelatihan pengolahan plastik untuk menjadi, waktu itu kasen, terus lilin, terus kemudian tempat hape itu terbuat dari limbah plastik. Disaat kita menyampaikan pelatihan itu kita secara tidak langsung bersosialisasi kepada para peserta, untuk mulai sekarang meminimalisir pemakaian plastik sekali pakai. Untuk kemudian atau masyarakat atau warga yang ikut pelatihan mereka nanti menyampaikan ke masyarakat yang lain jadi seperti itu harapan kita disamping mereka yang memang istilahnya yang melek teknologi, mereka dapat informasikan lewat sosial media, sementara kalau yang warga masyarakat yang mungkin awam tentang teknologi mungkin nggak pernah buka yang namanya IG dan sebagainya seperti itu, kita harapkan mereka tau dari masyarakat yang melek teknologi dan yang telah mengikuti pelatihan tersebut.

Hasil wawancara peneliti responden kedua diketahui bahwa menurut responden kedua strategi untuk komunikasi yang kita gunakan ini ada dua macam yang pertama menggunakan media elektronik dan menggunakan trans komunikasi istilahnya langsung kita terbuka atau offline di masyarakat. Kita di saat itu sebelum deklarasi Semarang wegah nyampah, kita di bulan november itu mengadakan semacam pelatihan pengolahan plastik untuk menjadi, waktu itu kasen, terus lilin, terus kemudian tempat hape itu terbuat dari limbah plastik. Disaat kita menyampaikan pelatihan itu kita secara tidak langsung bersosialisasi kepada para peserta, untuk

mulai sekarang meminimalisir pemakaian plastik sekali pakai. Untuk kemudian masyarakat atau warga yang ikut pelatihan mereka nanti menyampaikan ke masyarakat yang lain yang tidak melek teknologi atau tidak tau IG dan sebagainya itu tadi.

Kemudian hasil wawancara yang dilakukan pada responden ketiga menyatakan bahwa strategi yang digunakan sekarang adalah orang ada yang tidak tergantung dengan yang namanya smartphone atau IT , untuk komunikasi yang kita gunakan ini ada dua macam yang pertama menggunakan media elektronik, di samping sosmed juga media cetak lalu media elektronik lain, karena kalo di humas kita ke tv, media tv, kalau di radio itu yang di kominfo. Kemudian kita juga menggunakan trans komunikasi istilahnya langsung kita terbuka atau offline di masyarakat, kita menggandeng kertabumi semacam kondisi atau yayasan yang bergerak untuk mewujudkan istilahnya yang mendaur ulang sampah plastik untuk di olah kemudian menjadi barang yang lebih bernilai. Disaat kita menyampaikan pelatihan itu kita secara tidak langsung juga bersosialisasi kepada para peserta, untuk mulai sekarang meminimalisir pemakaian plastik sekali pakai. Untuk kemudian masyarakat atau warga yang ikut pelatihan tersebut mereka nanti menyampaikan ke masyarakat yang lain juga jadi seperti itu harapan kita disamping mereka yang memang istilahnya yang melek teknologi, mereka dapat informasikan lewat sosial media, sementara kalau yang warga masyarakat yang mungkin awam tentang teknologi mungkin nggak pernah tau yang namanya IG dan sebagainya seperti itu, kita harapkan mereka tau dari masyarakat atau warga yang mengikuti pelatihan tersebut.

Kemudian hasil wawancara responden keempat menyatakan bahwa strategi yang dipakai menggunakan trans komunikasi istilahnya langsung kita terbuka atau

offline di masyarakat, kita menggandeng kertabumi semacam kondisi atau yayasan yang bergerak untuk mewujudkan istilahnya yang mendaur ulang sampah plastik untuk di olah kemudian menjadi barang yang lebih bernilai. Kita di saat itu sebelum deklarasi Semarang wegah nyampah, kita di bulan november itu mengadakan semacam pelatihan pengolahan plastik untuk menjadi, waktu itu kasen, terus lilin, terus kemudian tempat hape itu terbuat dari limbah plastik. Disaat kita menyampaikan pelatihan itu kita juga secara tidak langsung bersosialisasi kepada para peserta, untuk mulai sekarang meminimalisir pemakaian plastik sekali pakai”

Kesimpulan pada ketiga responden 1, 2, 3, dan 4 didapatkan hasil bahwa strategi yang dilakukan Pemkot Semarang pada program ini dengan menggunakan media sosial seperti Instagram. Hal ini dikarenakan karena media sosial yang sifatnya luas dapat memberikan nilai positif bagi masyarakat Kota Semarang.

Program Semarang Wegah Nyampah telah memberikan sebuah kontribusi yang besar bagi lingkungan. Hal ini terkait dengan lingkungan Semarang yang semakin bersih dan sudah tidak terdapat sampah yang terlalu banyak.

Hasil ini sesuai dengan hasil wawancara responden 1 yang menyatakan bahwa sebetulnya target utama kita adalah seluruh masyarakat Kota Semarang, terus terang kita target utamanya masyarakat tapi kita tidak mungkin langsung masyarakat secara luas langsung bisa menerapkan prinsip yang kita inginkan, di dalam program Semarang wegah nyampah itu meminimalisir penggunaan sampah plastik makanya pada saat awal kita menggaungkan program Semarang wegah nyampah ini, kita membuat semacam cluster-cluster dulu, jadi ada cluster pedagang kemudian store, kita awalnya di store kayak di Indomaret, Alfamart, dan minimarket lainnya yang ada di Kota Semarang. Dari salah satu sosialisasi kita membuahkan hasil bahwa kemudian pemilik store itu memiliki komitmen yang sama dengan pemerintah kota untuk

meminimalisir penggunaan plastik sekali pakai salah satunya dengan tidak memberikan plastik kepada setiap pembeli yang datang dengan menyampaikan “maaf kita tidak menyediakan plastik” laa dimulai dari situ mas, jadi ketika kita langsung ke masyarakat luas itu tidak mungkin dengan penduduk 1.7jt jiwa ini kita langsung ke semua, tapi Insya Allah kita akan bertahap mulai dari klaster supermarket kemudian ke pedagang yang ada di pasar-pasar lalu kemudian ibu-ibu warga di imunisasi, lha itu yang kita sasar terlebih dahulu untuk saat ini, mungkin untuk tahap berikutnya dimasa pandemi ini jika kemudian kehidupan sudah membaik sudah tidak lagi pandemi, mungkin kita akan mensosialisasikan misalnya kita menyasar ke kelurahan kita adakan sosialisasi atau pelatihan, plastik itu bisa berguna tidak hanya dibuang karena nanti terurainya bisa puluhan tahun ratusan tahun, jadi bagaimanapun target utama kita adalah seluruh masyarakat, karena bagaimanapun pengguna plastik sebagian besar kan dari masyarakat tapi kita bertahap agar harapannya yang kita sampaikan masyarakat menyampaikan hal yang sama ke pedagang, ke saudaranya, atau tetangganya terus tertular, seperti itu.

Kemudian hasil wawancara pada responden ke 2 menyatakan bahwa sebetulnya target utama kita adalah seluruh masyarakat di Kota Semarang, terus terang kita target utamanya masyarakat tetapi kita tidak mungkin langsung masyarakat secara luas. Tidak mungkin dengan penduduk 1.7jt jiwa ini kita langsung ke semua, tapi Insya Allah kita akan bertahap mulai dari klaster supermarket, minimarket, kemudian pedagang yang ada di pasar-pasar lalu kemudian ibu-ibu warga di imunisasi, lha itu yang kita sasar terlebih dahulu untuk saat ini mas, mungkin untuk tahap berikutnya ketika masa pandemi ini kemudian kehidupan sudah membaik sudah tidak lagi pandemi lagi, mungkin kita akan mensosialisasikan misalnya kita menyasar ke kelurahan kita adakan sosialisasi atau pelatihan, plastik itu bisa berguna tidak

hanya dibuang karena sampah plastik ini nanti terurainya bisa puluhan tahun ratusan tahun.

Hasil wawancara pada responden ke 3 diketahui bahwa target utamanya seluruh masyarakat Kota Semarang, tapi kita tidak mungkin langsung masyarakat secara luas langsung bisa menerapkan prinsip yang kita inginkan ini, di dalam program Semarang wegah nyampah itu meminimalisir penggunaan sampah plastik Insya Allah kita akan bertahap mulai dari klaster supermarket kemudian pedagang pasar lalu kemudian ibu ibu warga di imunisasi, la itu yang kita sasar terlebih dahulu, mungkin untuk tahap berikutnya masa pandemi ini kemudian kehidupan sudah membaik sudah tidak lagi pandemi, mungkin kita akan mensosialisasikan misalnya kita menyasar ke kelurahan kita adakan sosialisasi atau pelatihan, plastik itu bisa berguna tidak hanya dibuang karena nanti terurainya bisa puluhan tahun ratusan tahun jadi bagaimanapun target utama kita adalah masyarakat, karena bagaimanapun pengguna plastik sebagian besar kan masyarakat tapi kita bertahap agar harapannya yang kita sampaikan masyarakat menyampaikan hal yang sama ke pedagang, ke saudaranya, atau tetangganya terus tertular.

Kemudian hasil wawancara pada responden ke 4 menyatakan bahwa sebetulnya target utama kita adalah masyarakat, tapi kita tidak mungkin langsung masyarakat secara luas langsung bisa menerapkan prinsip yang kita inginkan, di dalam program Semarang wegah nyampah itu meminimalisir penggunaan sampah plastik makanya pada saat awal kita menggaungkan program Semarang wegah nyampah ini, kita membuat semacam cluster-cluster dulu, jadi cluster pedagang kemudian store, kita awalnya di store kayak di indomaret, alfamart, dari salah satu sosialisasi kita membuahkan hasil bahwa kemudian pemilik store itu memiliki komitmen yang sama dengan pemerintah kota untuk meminimalisir penggunaan

plastik sekali pakai salah satunya dengan tidak memberikan plastik kepada setiap pembeli yang datang.

Kesimpulan pada hasil wawancara diatas yaitu implementasi pada program Semarang Wegah Nyampah sudah terbukti dan berjalan di kawasan Semarang. Sehingga lingkungan yang tercipta di Semarang bersih.

Intensitas komunikasi yang diciptakan oleh program Semarang Wegah Nyampah yaitu dengan memberikan sebuah edukasi dengan siaran TV hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan oleh responden 1 yang menyatakan bahwa kalau di televisi kan kita mengenal rating ya mas, kita pertimbangannya mengapa menggunakan media A, B atau yang lain. Kita menggunakannya mempertimbangkannya media online kita melihat rangkingnya dia, kalau dulu kita kan pakainya alexa, menempatkan media ini di rangking 1 karena tujuan komunikasi kita itu apa, yaitu informasi sampai kepada masyarakat, misal kita menggunakan media dengan menit sedikit itu kan kita menggunakannya secara percuma, kerja sama dengan media dengan viewersnya cuma sedikit, kita kan sama saja membuang buang waktu, dan biaya karena kita keluarkan adalah komunikasinya tidak sampai ke masyarakat. Media cetaknya sekarang kan ada SM, detik, sama radar media cetak yang ada hanya 3 itu, kita pilih tiga tiganya kalau di online kita menggunakan detik.com, kemudian tribun news kita kerja sama, itu kan pembacanya atau viewers lah. Jadi pertimbangan kita apa, pembaca atau konsumen dari media itu, harapannya dengan media yang viewersnya banyak harapannya pesan yang kita sampaikan bisa ditangkap masyarakat.

Hasil wawancara responden ke 2 menyatakan bahwa kita menggunakannya mempertimbangkannya media online kita melihat rangkingnya. Media cetaknya sekarang kan ada SM, detik, sama radar media cetak yang ada hanya 3 itu, kita pilih

tiga tiganya kalau di online kita menggunakan detik.com, kemudian tribun news kita kerja sama, itu kan pembacanya atau viewers lah. Dengan media yang viewersnya banyak harapannya pesan yang kita sampaikan bisa ditangkap masyarakat..

Kemudian hasil wawancara responden ke 3 menyatakan bahwa kita mempertimbangkan media online kita melihat rangkingnya dia, kalau dulu kita kan pakainya alexa, menempatkan media ini di rangking 1 karena tujuan komunikasi kita itu apa, yaitu informasi sampai kepada masyarakat, misal kita menggunakan media dengan menit sedikit itu kan kita menggunakannya peercuma, kerja sama dengan media dengan viewersnya cuma sedikit, kita sama saja membuang buang waktu, biaya karena kita keluarkan adalah komunikasinya tidak sampai ke masyarakat. Media cetaknya sekarang kan ada SM, detik, sama radar media cetak yang ada hanya 3 itu, kita pilih tiga tiganya kalau di online kita menggunakan detik.com, kemudian tribun news kita kerja sama, pembacanya atau viewers.

Hal ini juga didukung hasil wawancara dengan responden 4 yang menyatakan bahwa Media cetaknya sekarang kan ada SM, detik, sama radar media cetak yang ada hanya 3 itu, kita pilih tiga tiganya kalau di online kita menggunakan detik.com, kemudian tribun news kita kerja sama, itu kan pembacanya atau viewers lah. Jadi pertimbangan kita apa, pembaca atau konsumen dari media itu, harapannya dengan media yang viewersnya banyak harapannya pesan yang kita sampaikan bisa ditangkap masyarakat.

Hasil pada wawancara diatas diketahui bahwa radar media telah meliput siaran yang ada pada program Semarang Wegah Nyampah. Hasilnya memberikan nilai positif dan rating yang positif.

3.4 Hambatan Komunikasi Program Semarang Wegah Nyampah

Strategi komunikasi Program Semarang Wegah Nyampah memiliki hambatan sehingga belum efektif hal ini sesuai dengan hasil wawancara responden ke 1 menyatakan bahwa jika berbicara efektif atau tidaknya memang kita untuk saat ini belum efektif, kita masih menjumpai pedagang untuk sistem transaksinya masih menggunakan plastik, penggunaan plastik di swalayan juga menjangkau masyarakat banyak juga disitu mereka berhasil menerapkan kebijakan untuk melayani masyarakat tidak menggunakan plastik saya rasa sudah efektif, jika kita mensosialisasikan program ini melalui media media yang kita gunakan melalui masalah masalah di lapangan yang kita hadapi untuk mensosialisasikan sdm, tetap kita melakukan sosialisasi untuk mencari tahu masih adakah cara yang lebih efektif mensosialisasikan SDM melalui evaluasi mungkin dalam bulan bulan ini, kesadaran masyarakat juga yang terpenting. Semuanya harus dilakukan secara bertahap.

Hasil wawancara responden ke 2 menyatakan bahwa saat ini masih belum efektif, kita masih menjumpai pedagang untuk sistem transaksinya masih menggunakan plastik, jika kita mensosialisasikan program ini melalui media media yang kita gunakan melalui masalah masalah di lapangan yang kita hadapi untuk mensosialisasikan sdm, tetap kita melakukan sosialisasi untuk mencari tahu masih adakah cara yang lebih efektif mensosialisasikan sdm melalui evaluasi mungkin dalam bulan bulan ini, kesadaran masyarakat juga yang terpenting.

Hasil wawancara responden ke 3 menyatakan bahwa saat ini implementasi dari program Semarang Wegah NYampah memang belum efektif, kita masih menjumpai pedagang untuk sistem transaksinya masih menggunakan plastik, jika kita mensosialisasikan program ini melalui media media yang kita gunakan melalui masalah masalah di lapangan yang kita hadapi untuk mensosialisasikan sdm, tetap kita melakukan sosialisasi untuk mencari tahu masih adakah cara yang lebih efektif

mensosialisasikan SDM melalui evaluasi mungkin dalam bulan-bulan ini, kesadaran masyarakat juga yang terpenting.

Hal senada juga dinyatakan dari hasil wawancara responden 4 yaitu kalau kita bicara efektif atau tidaknya memang kita untuk saat ini belum efektif, kita masih menjumpai pedagang untuk sistem transaksinya masih menggunakan plastik, penggunaan plastik di swalayan juga menjangkau masyarakat banyak juga disitu mereka berhasil menerapkan kebijakan untuk melayani masyarakat tidak menggunakan plastik dirasa sudah efektif.

Hasil dari pada wawancara diatas dapat diketahui bahwa strategi komunikasi program Semarang Wegah Nyampah memang belum efektif dilakukan karena masih banyak masyarakat yang tidak tahu dan tetap sering menggunakan plastik, meskipun sudah berkurang dari sebelumnya.

3.5 Solusi Komunikasi Program Semarang Wegah Nyampah

Solusi komunikasi Program Semarang Wegah Nyampah adalah dengan meningkatkan lagi intensitas kampanye di sosial media dan dengan sosialisasi langsung di lapangan. Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi harus ditingkatkan lagi.

Hasil wawancara responden ke 1 diketahui bahwa kalau untuk volume kita memang sejauh ini belum signifikan, tapi setidaknya meskipun mungkin belum signifikan tapi ada sedikit pengurangan sampah, ini kan yang di dinas lingkungan hidup ya mas, itu pernah menyampaikan bahwa jumlah volume sampah yang dihasilkan memang sedikit ada pengurangan penuh, meskipun jumlahnya belum signifikan. Tetapi dari jumlahnya yang sedikit itu ada masyarakat yang sadar kemudian meminimalisir pemakaian plastik sekali pakai. Kemarin muncul di berita

bahwa 1.4 ton sampah, kandidat terbersihnya di area wisata. Tapi komitmen kita ini sudah sangat kuat memajukan Semarang mengurangi banjir. Jadi dirasa ada pengurangan plastik sampah, kita mengambil sisi positifnya dari masyarakat yang sudah mengurangi sampah plastik.

Hasil wawancara responden ke 2 menyatakan bahwa sudah ada sedikit pengurangan sampah, ini kan yang di dinas lingkungan hidup ya mas, itu pernah menyampaikan bahwa jumlah volume sampah yang dihasilkan memang sedikit ada pengurangan penuh, meskipun jumlahnya belum signifikan. Tetapi dari jumlahnya yang sedikit itu ada masyarakat yang sadar kemudian meminimalisir pemakaian plastik sekali pakai..

Hal ini juga didukung dengan hasil wawancara responden ke 3 yaitu kalau kita bicara efektif atau tidaknya memang kita untuk saat ini belum efektif, kita masih menjumpai pedagang untuk sistem transaksinya masih menggunakan plastik, jika kita mensosialisasikan program ini melalui media media yang kita gunakan melalui masalah-masalah di lapangan yang kita hadapi untuk mensosialisasikan SDM, tetap kita melakukan sosialisasi untuk mencari tahu masih adakah cara yang lebih efektif mensosialisasikan sdm melaluievaluasi mungkin dalam bulan-bulan ini, kesadaran masyarakat juga yang terpenting.

Hasil wawancara responden 4 menyatakan bahwa kalau untuk volume kita memang sejauh ini belum, tapi setidaknya meskipun mungkin belum signifikan tapi ada sedikit pengurangan sampah, dari jumlahnya yang sedikit itu ada masyarakat yang sadar kemudian meminimalisir pemakaian plastik sekali pakai. Jadi memang ada pengurangan plastik sampah, kita mengambil sisi positifnya dari masyarakat yang sudah mengurangi sampah plastik

Berdasarkan pada hasil pada wawancara diatas diketahui bahwa strategi

komunikasi program Semarang Wegah Nyampah harus ditingkatkan lagi agar program ini berjalan dengan lancar dan sampah yang berkurang jumlahnya signifikan.

