

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Pada bab ini akan dijabarkan kesimpulan melalui hasil temuan serta analisis yang sudah peneliti jabarkan sebelumnya. Penelitian ini membahas mengenai proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta kepada masyarakat Kota Yogyakarta dalam situasi darurat sampah tahun 2023. Kesimpulan dan saran yang didapat melalui penelitian ini sebagai berikut:

#### **A. Kesimpulan**

Yogyakarta mengalami kondisi darurat sampah di mana TPA Piyungan dinyatakan *overload* dan diperkirakan tidak dapat menampung sampah pada tahun-tahun yang akan mendatang. Kondisi Yogyakarta seperti ini mendorong Pemerintah Kota Yogyakarta untuk lebih tegas dan segera mengambil tindakan dalam mengatasi permasalahan. Pemerintah Kota Yogyakarta kemudian melakukan komunikasi persuasif kepada masyarakat Kota Yogyakarta dalam mengelola sampah.

Dalam penelitian ini, Pemerintah Kota Yogyakarta mengatasi permasalahan pengelolaan sampah di TPA Piyungan melalui proses komunikasi persuasif. Kesadaran terhadap masalah diawali dengan langkah tegas berupa Surat Edaran penutupan sementara TPA Piyungan. Pemerintah tidak hanya membatasi diri pada penyampaian pesan persuasif, namun juga merancang gerakan kesadaran, kebijakan pendukung, dan memberikan

pendampingan aktif kepada masyarakat. Desain pesan persuasif secara verbal dan nonverbal yang efektif dan penyebaran merata dari tingkat RT, RW hingga publik menunjukkan upaya mencapai seluruh lapisan masyarakat. Pemerintah juga secara aktif terlibat dalam melakukan pendampingan, sosialisasi, pelatihan, dan bimbingan.

Dalam proses komunikasi persuasif yang terjadi Pemerintah Kota Yogyakarta mengalami hambatan terkait alur komunikasi yang kurang lancar sehingga berdampak pada publikasi konten yang tidak berurutan sesuai jadwalnya. Hal ini kemudian diatasi dengan memperbaiki komunikasi antar Pemerintah Kota Yogyakarta dengan membangun grup komunikasi secara intens.

Proses komunikasi persuasif yang dilakukan Pemerintah Kota Yogyakarta memperhatikan 4 elemen penting, yakni sumber, pesan, media, serta penerima. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi proses komunikasi persuasif yang terdiri dari kredibilitas Pemerintah Kota Yogyakarta, pesan-pesan persuasif secara verbal dan nonverbal yang memperhatikan kode dan konten, pemilihan kedua media baik media lama juga media baru, serta memahami karakteristik masyarakat Kota Yogyakarta menciptakan dampak positif pada proses komunikasi persuasif Pemerintah Kota Yogyakarta terhadap masyarakat Kota Yogyakarta terkait isu pengelolaan sampah.

## **B. Saran**

### **1. Saran Akademis**

Pada penelitian ini, peneliti hanya berfokus pada proses komunikasi persuasif yang dilakukan Pemerintah Kota Yogyakarta tanpa meneliti dan membahas lebih lanjut mengenai efek yang dari proses komunikasi persuasif yang terjadi kepada masyarakat Kota Yogyakarta. Maka dari itu, peneliti berharap pada penelitian selanjutnya dapat diteliti dan dibahas efek dari proses komunikasi persuasif yang terjadi dengan lebih mendalam.

Pada saat pengumpulan data terjadi, peneliti hanya mewawancarai beberapa perwakilan dari Pemerintah Kota Yogyakarta. Namun, peneliti menyadari bahwa terdapat perwakilan Pemerintah Kota Yogyakarta dari divisi lain yang dapat memberikan data mendukung lainnya terkait proses komunikasi persuasif. Maka dari itu, peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat menelusuri lebih banyak persuader dan mendapatkan data mendukung lainnya dalam penelitian proses komunikasi persuasif.

### **2. Saran Praktis**

Hasil dari penelitian ini memaparkan dan menjelaskan bagaimana proses komunikasi persuasif yang dilakukan Pemerintah Kota Yogyakarta kepada masyarakat Kota Yogyakarta dalam mengelola sampah. Penelitian ini dapat dijadikan gambaran bagi

Pemerintah Kota Yogyakarta untuk melihat kembali bagaimana proses komunikasi persuasif yang terjadi dan Pemerintah Kota Yogyakarta dapat melakukan evaluasi terkait proses komunikasi persuasif. Hasil dari evaluasi dapat dijadikan acuan agar Pemerintah Kota Yogyakarta lebih baik dalam melakukan proses komunikasi persuasif mengenai pengelolaan sampah di waktu mendatang.

Proses komunikasi persuasif yang sudah berjalan dengan terstruktur dapat diteruskan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta untuk selalu menjaga perilaku sosial masyarakat sehingga sistem sosial ini terus berkelanjutan sehingga menjadi dasar untuk kunci keberhasilan pengelolaan sampah kota Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Devito, J. (2010). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Anggito, A. dan Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Bensley, R. J. dan Fisher, J. B. (2008). *Metode Pendidikan Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: Buku Kedokteran EGC.
- Biasini, N. (2018). Model dan Proses Komunikasi Persuasif. Tangerang Selatan: Universitas Pembangunan Jaya. Diakses pada 23 Mei 2023, dari <https://ocw.upj.ac.id/files/Slide-COM208-COM208-5-Model-dan-Proses-Komunikasi-Persuasif.pptx>
- Bkpsdm.jogjakota.go.id. (2023, Agustus 09). Mengatasi Darurat Sampah di Kota Yogyakarta: Kreativitas Menuju Kebersihan yang Memikat Hati. Diakses pada 11 Oktober 2023, dari <https://bkpsdm.jogjakota.go.id/detail/index/28545>
- Budiarto, I. (2016). Proses Komunikasi Cyber Community (Studi Bisnis Online Shop di Kalangan Mahasiswa UNY). *Jurnal Pendidikan Sosiologi*. 1-16.
- Cangara, H. dan Flor, A. G. (2018). *Komunikasi Lingkungan: Penanganan Kasus-kasus Lingkungan Melalui Strategi Komunikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Daymon, C. dan Holloway, I. (2002). *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka.
- Detik.com. (2022, Mei 14). Jogja Dirundung Sampah!. Diakses pada 10 Maret 2023, dari <https://www.detik.com/jateng/jogja/d-6077491/jogja-dirundung-sampah>
- Dprd-diy.go.id. (2020, Desember 17). Sampah di TPST Piyungan Kian Melebihi Kapasitas. Diakses pada 11 Oktober 2023, dari <https://www.dprd-diy.go.id/sampah-di-tpst-piyungan-kian-melebihi-kapasitas/>
- Evanne, L. (2021, Oktober 28). Pergeseran Komunikasi Media Lama Menuju Media Baru. *Jurnal Komsopol*. 1(2), 75-81.
- Fatimah, S. (2022, Agustus 8). Kesadaran Rendah, Sampah Berserakan di Sepanjang Gumaton. Diakses pada 05 April 2023, dari <https://radarjogja.jawapos.com/jogja-raja/2022/08/08/kesadaran-rendah-sampah-berserakan-di-sepanjang-gumaton/>
- Firdaus, H. dan Rukmorini, R. (2023, Agustus 12). Kalang Kabut Warga di Tengah Darurat Sampah Yogyakarta. Diakses pada 11 Oktober 2023, dari <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2023/08/10/kalang-kabut-warga-di-tengah-darurat-sampah-yogyakarta>
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Indardi. (2016). *Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: UNPAD PRESS.

- Indardi. (2016). Pengembangan Model Komunikasi dalam Pemberdayaan Masyarakat Tani. *Journal of Agribusiness and Rural Development Research*. 2(1), 75-86.
- Inspektorat.jogjakota.go.id. (2023). Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 36 Tahun 2023 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Inspektorat Daerah dan Badan Daerah. Diakses pada 22 September 2023, dari <https://inspektorat.jogjakota.go.id/assets/instansi/inspektorat/files/peraturan-walikota-no-36-tahun-2023-ttg-kedudukan,-susunan-organ-11530.pdf>
- Ismail, N. dan Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Ivan. (2020, November 30). Umur Pembuangan Sampah Piyungan Tinggal 3 Tahun. Diakses pada 11 Oktober 2023, dari <https://www.krjogja.com/yogyakarta/1242504827/umur-pembuangan-sampah-piyungan-tinggal-3-tahun>
- Jogjakota.go.id. (2023). Struktur Organisasi. Diakses pada 22 September 2023, dari <https://www.jogjakota.go.id/page/struktur-organisasi>
- Kartikasari, B. (2023, Juli 22). Fakta-fakta TPA Piyungan Ditutup sampai September 2023, Tak Sanggup Terima 707 Ton Sampah per Hari. Diakses pada 11 Oktober 2023, dari <https://jogja.tribunnews.com/2023/07/22/fakta-fakta-tpa-piyungan->

ditutup-sampai-september-2023-tak-sanggup-terima-707-ton-sampah-per-hari?page=2

Kurniawan, B. A. (2016). Proses Komunikasi Komunitas All Variant 250 UP Community (AVC 250 UP) Dalam Pembentukan Identitas Komunitas. *Jurnal E-Komunikasi*. 4(1), 1-12.

Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Lingkunganhidup.jogjakota.go.id. (2023). Visi dan Misi. Diakses pada 24 September 2023, dari <https://lingkunganhidup.jogjakota.go.id/page/index/visi-dan-misi>

Littlejohn, Stephen, W., dan Karen, A. F. (2011). *Teori Komunikasi. 9th ed.* Jakarta: Salemba Humanika.

Machmud, Muslimin. (2016). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Penerbit Selaras.

Maulana, H. dan Gumelar, G. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.

Miles, B.M. dan Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.

Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Muttaqien, K., Sugiarto, dan Sarifudin, S. (2019). Upaya Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Kesehatan Lingkungan Melalui Program Bank Sampah. *Indonesian Journal of Adult and Community Education*. 1(1), 6-11.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nadya, F., dan Zahra, D. (2023, Juli 17). 10 Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2023. Diakses pada 22 November 2023, dari <https://www.pramborsfm.com/tech/10-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2023/all>
- Newswire. (2022, Desember 14). Mulai Januari 2023, Masyarakat Jogja Dilarang Buang Sampah Anorganik. Diakses pada 05 April 2023, dari <https://www.solopos.com/mulai-januari-2023-masyarakat-jogja-dilarang-buang-sampah-anorganik-1499510>
- Pangaribowo, W.S. (2022, Mei 17). Sudah “Overload”, TPA Piyungan Tak Bisa Lagi Tampung Sampah pada Akhir 2022. Diakses pada 10 Maret 2023, dari <https://yogyakarta.kompas.com/read/2022/05/17/175249778/sudah-overload-tpa-piyungan-tak-bisa-lagi-tampung-sampah-pada-akhir-2022?page=all>
- Pawestri, N. (2019, Februari 19). Forpi Kota Yogyakarta Temukan Sampah Berserakan di Area Pedestrian Malioboro. Diakses pada 12 April 2023, dari <https://jogja.tribunnews.com/2019/02/19/forpi-kota-yogyakarta-temukan-sampah-berserakan-di-area-pedestrian-malioboro>

- Parwanto, D. (2023, Agustus 01). Mbah Dirjo, Gerakan Masyarakat Penanganan Kondisi Darurat Sampah. Diakses pada 23 September 2023, dari <https://www.rri.go.id/yogyakarta/daerah/303608/mbah-dirjo-gerakan-masyarakat-penanganan-kondisi-darurat-sampah>
- Peraturan.bpk.go.id. (2012). Peraturan Daerah (PERDA) Kota Yogyakarta Nomor 10 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah. Diakses pada 22 September 2023, dari <https://peraturan.bpk.go.id/Details/11731/perda-kota-yogyakarta-no-10-tahun-2012>
- Peraturan.bpk.go.id. (2017). Peraturan Daerah (PERDA) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta No. 3 Tahun 2013. Diakses pada 29 Maret 2023, dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/25695/perda-prov-diy-no-3-tahun-2013>
- Peraturan.bpk.go.id. (2023). Peraturan Walikota (PERWALI) Kota Yogyakarta Nomor 37 Tahun 2023 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi dan Tata Kerja Dinas Daerah. Diakses pada 22 September 2023, dari <https://peraturan.bpk.go.id/Details/254845/perwali-kota-yogyakarta-no-37-tahun-2023>
- Pertana, P. R. (2023, Juni 08). 850 Ton Sampah Masuk TPA Piyungan Tiap Hari, Pemda DIY: Akan Kita Batasi. Diakses pada 11 Oktober 2023, dari <https://www.detik.com/jateng/jogja/d-6762209/850-ton-sampah-masuk-tpa-piyungan-tiap-hari-pemda-diy-akan-kita-batasi>
- Pratminingsih, S. A. (2006). *Komunikasi Bisnis (Edisi Pertama)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Ramadhan, A. (2022, Desember 18). Pemkot Yogyakarta Keluarkan SE Gerakan Zero Sampah Anorganik, Resmi Diterapkan Mulai Januari 2023. Diakses pada 23 September 2023, dari <https://jogja.tribunnews.com/2022/12/18/pemkot-yogyakarta-keluarkan-se-gerakan-zero-sampah-anorganik-resmi-diterapkan-mulai-januari-2023>
- Ria, S. Y. (2023, Januari 5). Masyarakat Jogja Masih Malas Memilah Sampah, Ini Buktinya. Diakses pada 05 April 2023, dari <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2023/01/05/510/1122218/masyarakat-jogja-masih-malas-memilah-sampah-ini-buktinya>
- Ria, S. Y. (2023, September 04). Mulai Besok, TPA Piyungan Dibuka secara Terbatas, Segini Pembagian Volume Sampah Tiap Daerah. Diakses pada 11 Oktober 2023, dari <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2023/09/04/510/1147323/mulai-besok-tpa-piyungan-dibuka-secara-terbatas-segini-pembagian-volume-sampah-tiap-daerah>
- Ritonga, M. J. (2005). *Tipologi Pesan Persuasif*. Jakarta: PT Indeks.
- Salmaa. (2023, Maret 2). Teknik Pengumpulan Data: Pengertian, Jenis, dan Contoh. Diakses pada 14 April 2023, dari <https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengumpulan-data/>
- Santana, S. (2010). *Menulis Ilmiah Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi II*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Setiawan, S. D. dan Assidiq, Y. (2023, Januari 12). Gerakan Zero Sampah Anorganik Aktifkan Kembali Bank Sampah Yogyakarta. Diakses pada 23 September 2023, dari <https://rejoja.republika.co.id/berita/rodj0s399/gerakan-zero-sampah-anorganik-aktifkan-kembali-bank-sampah-yogyakarta>
- Sucahyo, N. (2022, Mei 11). Sampah: Dilema Yogya yang Tak Pernah Reda. Diakses pada 10 Maret 2023, dari <https://www.voaindonesia.com/a/sampah-dilema-yogya-yang-tak-pernah-reda-/6566605.html>
- Sugiyono. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiorini, I.N. (2019, November 5). Pengelolaan Sampah Rumah Tangga. Diakses pada 14 April 2023, dari <https://dlhk.jogjaprovo.go.id/pengelolaan-sampah-rumah-tangga>
- Sunartono. (2023, Juli 22). TPA Piyungan Ditutup 1,5 Bulan, Ini Data Lengkap Volume Sampah 10 Tahun Terakhir. Diakses pada 11 Oktober 2023, dari <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2023/07/22/510/1142661/tpa-piyungan-ditutup-15-bulan-ini-data-lengkap-volume-sampah-10-tahun-terakhir>
- Sunartono. (2022, September 28). Kesadaran Mengelola Sampah Plastik Masih Rendah, Masyarakat Perlu Diedukasi. Diakses pada 05 April 2023, dari <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2022/09/28/510/1113108/kes>

adanan-mengelola-sampah-plastik-masih-rendah-masyarakat-perlu-diedukasi

Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta.

Suprayogi, W. (2023, Agustus 06). Mengenal 'Mbah Dirjo' Gerakan Mengurangi Sampah ala Jogja. Diakses pada 23 September 2023, dari <https://www.harianmerapi.com/news/409720885/mengenal-mbah-dirjo-gerakan-mengurangi-sampah-ala-jogja>

Syaputra, A. dan Sariwaty, S. (2021). Strategi Komunikasi Pemerintah dalam Penyebaran Informasi Pengelolaan Sampah Sungai Cidurian Selatan Kota Bandung. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*. 8(2), 38-49.

Trisaktipilarpersada.id. (2023, April 03). Yogyakarta Bersih dengan Gerakan Zero Sampah Anorganik. Diakses pada 23 September 2023, dari <https://trisaktipilarpersada.id/yogyakarta-bersih-dengan-gerakan-zero-sampah-anorganik/#:~:text=Gerakan%20Zero%20Sampah%20Anorganik%20adalah,yang%20dihasilkan%20di%20dalam%20kota>.

Warta.jogjakota.go.id. (2022, Desember 13). SE Walikota Perkuat Gerakan Zero Sampah Anorganik Per Januari 2023. Diakses pada 11 Oktober 2023, dari <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/25121>

Warta.jogjakota.go.id. (2020, Desember 29). Pemkot Yogya Minta Warga Tingkatkan Kesadaran Kelola Sampah Mandiri. Diakses pada 05 April 2023, dari <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/13122>

Warta.jogjakota.go.id. (2022, November 07). Revolusi Sampah Kota Yogya, Akhir  
2023 Targetkan Bebas Sampah Anorganik. Diakses pada 10 Maret  
2023, dari <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/24580>

Yanuar, C. (2023, Juli 29). Gerakan 'Mbah Dirjo': Solusi Pembuangan Sampah  
Organik di Kota Yogyakarta. Diakses pada 23 September 2023, dari  
[https://jogja.sorot.co/berita-51808-gerakan-39mbah-dirjo39-solusi-  
pembuangan-sampah-organik-di-kota-yogyakarta.html](https://jogja.sorot.co/berita-51808-gerakan-39mbah-dirjo39-solusi-pembuangan-sampah-organik-di-kota-yogyakarta.html)



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 *Interview Guide*

Berikut adalah *interview guide* atau pedoman wawancara yang disusun oleh peneliti agar dapat mengetahui bagaimana proses komunikasi persuasif Pemerintah Kota Yogyakarta terhadap Masyarakat Kota Yogyakarta dalam pengelolaan sampah. Pertanyaan ditujukan kepada Pemerintah Kota Yogyakarta yang terlibat dalam proses komunikasi persuasif yang terjadi untuk mengetahui bagaimana berjalannya proses komunikasi persuasif.

#### a. Konsep dan Teori

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana kondisi sampah di Kota Yogyakarta?
2.	Apa yang dimaksud dengan pengelolaan sampah?
3.	Bagaimana pendapat Pemerintah Kota Yogyakarta mengenai pengelolaan sampah yang dilakukan oleh masyarakat selama ini?
4.	Apa masalah atau urgensi yang ada sehingga pengelolaan sampah harus dilakukan seluruh Masyarakat Kota Yogyakarta?
5.	Bagaimana pentingnya pengelolaan sampah untuk mengatasi masalah atau urgensi yang ada?
6.	Apa konsep atau gagasan utama yang ingin disampaikan Pemerintah Kota

	Yogyakarta kepada masyarakat dalam upaya pengelolaan sampah? Apa pesan inti yang ingin Pemerintah Kota Yogyakarta komunikasikan kepada warga?
7.	Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta melihat peran komunikasi persuasif dalam membantu mencapai tujuan pengelolaan sampah yang lebih baik di Yogyakarta? Menurut Pemerintah Kota Yogyakarta, mengapa komunikasi persuasif diperlukan dalam proses ini?
8.	Bagaimana proses komunikasi persuasif yang dilakukan Pemerintah Kota Yogyakarta terkait pengelolaan sampah terhadap Masyarakat Kota Yogyakarta?

b. Sumber (*Source*)

No.	Pertanyaan
1.	Siapa saja komunikator yang ada di dalam proses komunikasi Pemerintah Kota Yogyakarta mengenai pengelolaan sampah? Apakah terdapat tim-tim khusus yang menjalankan dan bertanggung jawab atas proses komunikasi persuasif ini?
2.	Apa pertimbangan atau alasan yang mendasari dipilihnya komunikator atau tim yang menjalankan dan bertanggung jawab atas proses komunikasi persuasif terkait pengelolaan sampah?
3.	Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta memastikan bahwa komunikasi persuasif mereka kredibel dan dapat dipercaya bagi masyarakat? Apakah ada langkah-langkah khusus yang diambil untuk membangun kredibilitas dalam pengelolaan sampah?
4.	Apa yang menjadi tujuan utama Pemerintah Kota Yogyakarta dalam berkomunikasi

	<p>persuasif terkait pengelolaan sampah kepada Masyarakat Kota Yogyakarta?</p> <p>Apakah ada tujuan khusus yang ingin dicapai melalui komunikasi ini?</p>
--	---

c. Pesan (*Message*)

No.	Pertanyaan
1.	<p>Apakah terdapat program atau kebijakan yang dibuat Pemerintah Kota Yogyakarta dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pengelolaan sampah? Jika ada, apa saja program atau kebijakan tersebut?</p>
2.	<p>Bagaimana program atau kebijakan yang dijalankan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pengelolaan sampah? Terdapat pesan atau kegiatan apa saja di dalam program tersebut?</p>
3.	<p>Bagaimana pesan-pesan persuasif terkait pengelolaan sampah dirancang oleh Pemerintah Kota Yogyakarta?</p>
4.	<p>Dalam merancang pesan-pesan persuasif, apakah Pemerintah Kota Yogyakarta menggunakan data atau informasi spesifik untuk mendukung pesan yang dibuat? Bagaimana penggunaan fakta dan data mendukung pesan persuasif Pemerintah Kota Yogyakarta?</p>
5.	<p>Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan kepada masyarakat relevan dan mudah dimengerti? Apakah ada proses khusus dalam penyusunan pesan-pesan ini?</p>
6.	<p>Bagaimana bentuk pesan-pesan persuasif disampaikan oleh Pemerintah Kota</p>

	Yogyakarta untuk mempersuasi terkait pengelolaan sampah kepada Masyarakat Kota Yogyakarta?
7.	Bagaimana penggunaan pesan verbal (lisan dan tulisan) dalam menyampaikan pesan? Bisakah Pemerintah Kota Yogyakarta menunjukkan kepada peneliti terkait pesan verbal yang disampaikan?
8.	Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta menggunakan pesan nonverbal (simbol dan elemen) dalam menyampaikan pesan? Apa makna dari pesan non verbal tersebut? Bisakah Pemerintah Kota Yogyakarta menunjukkan kepada peneliti terkait pesan nonverbal yang disampaikan?
9.	Apa yang menjadi tujuan Pemerintah Kota Yogyakarta menggunakan pesan nonverbal? Apakah untuk meyakinkan penerima, menyampaikan perasaan, memperkenalkan, melengkapi pesan verbal, atau lain halnya?
10.	Apa yang menjadi pertimbangan Pemerintah Kota Yogyakarta memilih simbol tertentu untuk menjadi pesan nonverbal?
11.	Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta memilih bahasa dan gaya komunikasi yang tepat dalam menyampaikan pesan-pesan persuasif? Adakah pertimbangan khusus terkait budaya, demografi, atau karakteristik masyarakat Kota Yogyakarta yang mempengaruhi pilihan bahasa dan gaya?
12.	Adakah pendekatan emosional atau naratif yang digunakan dalam pesan-pesan persuasif untuk meningkatkan daya tarik dan pengaruhnya? Bisakah Pemerintah Kota Yogyakarta memberikan contoh tentang bagaimana pendekatan ini digunakan dalam konteks pengelolaan sampah?

13.	Upaya apa saja yang dilakukan Pemerintah Kota Yogyakarta agar seluruh pesan persuasif terkait pengelolaan sampah bisa tercapai?
14.	Dalam menghadapi tantangan terhadap pesan-pesan persuasif, adakah tindakan khusus yang diterapkan oleh pemerintah kota Yogyakarta? Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta berusaha mengatasi potensi ketidaksetujuan atau keraguan akan pesan persuasif dari masyarakat?

d. Media (*Channel*)

No.	Pertanyaan
1.	Media apa saja yang digunakan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta untuk menyampaikan pesan pengelolaan sampah kepada Masyarakat Kota Yogyakarta?
2.	Bagaimana pemerintah Kota Yogyakarta memilih jenis media yang digunakan untuk menyampaikan pesan pengelolaan sampah kepada Masyarakat Kota Yogyakarta? Apa pertimbangan utama dalam pemilihan media-media ini?
3.	Dalam penggunaan media, adakah media yang diutamakan atau lebih efektif dalam mencapai berbagai segmen masyarakat Kota Yogyakarta? Apakah ada media yang digunakan secara khusus untuk berkomunikasi dengan kelompok tertentu?
4.	Apakah terdapat perbedaan media yang digunakan sesuai dengan kelompok masyarakat yang ditargetkan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta? Jika iya, bagaimana perbedaan penggunaan media tersebut?
5.	Bisakah Pemerintah Kota Yogyakarta memberikan contoh konkret tentang

	bagaimana media-media ini digunakan untuk menyampaikan pesan persuasif terkait pengelolaan sampah? Misalnya, bagaimana media cetak atau elektronik digunakan dalam kampanye-kampanye pengelolaan sampah?
6.	Apakah pemerintah kota Yogyakarta menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan masyarakat terkait pengelolaan sampah? Jika ya, pesan atau konten seperti apa yang sering disampaikan melalui platform-media sosial ini?
7.	Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta mengoptimalkan penggunaan media untuk menyampaikan pesan terkait pengelolaan sampah kepada Masyarakat Kota Yogyakarta?
8.	Adakah tantangan khusus dalam menggunakan media sebagai alat komunikasi persuasif dalam pengelolaan sampah? Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta mengatasi kendala-kendala ini?

e. Penerima (*Receiver*)

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana masyarakat Kota Yogyakarta menggambarkan pemahaman mereka tentang pesan-pesan yang disampaikan oleh pemerintah kota terkait pengelolaan sampah? Apakah ada pemahaman umum atau kesalahpahaman yang perlu diatasi?
2.	Apakah ada kelompok-kelompok tertentu di masyarakat Kota Yogyakarta yang menunjukkan tanggapan yang berbeda terhadap pesan-pesan persuasif? Misalnya, apakah ada perbedaan antara generasi muda dan generasi tua dalam tanggapannya?
3.	Apa saja upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Yogyakarta agar Masyarakat Kota

	Yogyakarta timbul kesadaran akan pentingnya pengelolaan sampah?
4.	Apakah terdapat perubahan yang terlihat dari Masyarakat Kota Yogyakarta setelah mendapatkan pesan-pesan persuasif terkait pengelolaan sampah dari Pemerintah Kota Yogyakarta?
5.	Apakah Pemerintah Kota Yogyakarta dapat memberikan contoh sikap atau tindakan positif yang telah diambil oleh masyarakat Kota Yogyakarta sebagai tanggapan terhadap pesan-pesan persuasif pemerintah dalam hal pengelolaan sampah? Misalnya, apakah ada peningkatan dalam pemilahan sampah atau partisipasi dalam program-program lingkungan?
6.	Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta menanggapi umpan balik atau pertanyaan dari masyarakat terkait pengelolaan sampah? Apakah ada mekanisme untuk berinteraksi dengan masyarakat dalam konteks ini?
7.	Apakah Pemerintah Kota Yogyakarta menyediakan wadah bagi masyarakat yang memberikan masukan atau kekhawatiran mereka terkait pengelolaan sampah? Bagaimana masyarakat dapat berpartisipasi dalam proses komunikasi persuasif terkait pengelolaan sampah?
8.	Adakah tantangan atau hambatan yang dihadapi oleh masyarakat dalam memahami pentingnya pengelolaan sampah? Bagaimana pemerintah kota Yogyakarta merespons hambatan ini dalam upaya komunikasi persuasif?
9.	Dalam jangka panjang, apa harapan Pemerintah Kota Yogyakarta terhadap masyarakat Kota Yogyakarta dalam pengelolaan sampah sebagai hasil dari komunikasi persuasif ini?

f. Hambatan

No.	Pertanyaan
1.	Selama proses komunikasi persuasif berjalan dengan Pemerintah Kota Yogyakarta terus berupaya agar Masyarakat Kota Yogyakarta teredukasi dan memahami pentingnya kesadaran untuk mengelola sampah, adakah hambatan atau kendala yang dialami oleh Pemerintah Kota Yogyakarta? Apakah hambatan atau kendala tersebut?
2.	Bagaimana solusi Pemerintah Kota Yogyakarta mengatasi berbagai hambatan atau kendala yang ada dalam proses komunikasi persuasif terkait pengelolaan sampah terhadap Masyarakat Kota Yogyakarta?
3.	Dalam jangka panjang, bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta berencana untuk mempertahankan komunikasi persuasif mereka tentang pengelolaan sampah? Adakah rencana masa depan yang ingin Pemerintah Kota Yogyakarta bagikan?
4.	Dalam jangka panjang, apa yang ingin dicapai oleh Pemerintah Kota Yogyakarta melalui komunikasi persuasif terkait pengelolaan sampah? Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta melihat masa depan pengelolaan sampah di Yogyakarta?

## Lampiran 2 Transkrip Wawancara 1

**Narasumber :**

1. Mokhammad Zaenuri, S.T. (Sekretaris Pribadi Sekretaris Daerah)

**Tanggal Wawancara :** 20 September 2023

**Pukul :** 09.00 WIB

**Lokasi Wawancara :** Daring via *Whatsapp*

### a. Konsep dan Teori

No.	Pertanyaan
1.	<p>Bagaimana kondisi sampah di Kota Yogyakarta?  <i>Jawab:</i>            Pasca penutupan TPA Piyungan sejak tanggal 23 Juli-5 September dan dilanjutkan dengan pembatasan kuota sampah yang diangkut ke TPA, menyebabkan kondisi pengelolaan sampah di Kota Yogyakarta mengalami permasalahan berupa terjadinya penumpukan sampah di TPS/Depo dan ditemukannya titik-titik pembuangan sampah liar di area tertentu</p>
2.	<p>Apa yang dimaksud dengan pengelolaan sampah?  <i>Jawab:</i>            Pengelolaan sampah adalah kegiatan yang sistematis, menyeluruh, dan berkesinambungan yang meliputi pengurangan dan penanganan sampah (Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No 10 Tahun 2012 tentang Pengelolaan sampah)</p>
3.	<p>Bagaimana pendapat Pemerintah Kota Yogyakarta mengenai pengelolaan sampah yang dilakukan oleh masyarakat selama ini?  <i>Jawab:</i>            Pengelolaan sampah yang selama ini dilakukan oleh masyarakat, umumnya masih menganut kebiasaan yang lama yaitu “ kumpul-angkut-buang”</p>
4.	<p>Apa masalah atau urgensi yang ada sehingga pengelolaan sampah harus dilakukan seluruh Masyarakat Kota Yogyakarta?  <i>Jawab:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Kota Yogyakarta tidak memiliki TPA yang dikelola sendiri</li> <li>● Kondisi TPA Regional Piyungan yang sudah melebihi kapasitas daya tampung</li> <li>● Terbatasnya lahan di Kota Yogyakarta yang dapat dimanfaatkan sebagai tempat pengolahan sampah</li> </ul>

5.	<p>Bagaimana pentingnya pengelolaan sampah untuk mengatasi masalah atau urgensi yang ada?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Pengelolaan sampah merupakan hal yang sangat penting karena sampah merupakan sisa kegiatan manusia yang dapat berpotensi menyebabkan pencemaran apabila tidak dikelola dengan baik.</i></p>
6.	<p>Apa konsep atau gagasan utama yang ingin disampaikan Pemerintah Kota Yogyakarta kepada masyarakat dalam upaya pengelolaan sampah? Apa pesan inti yang ingin Pemerintah Kota Yogyakarta komunikasikan kepada warga?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Pemerintah Kota Yogyakarta berharap masyarakat di Kota Yogyakarta dapat menerapkan pengelolaan sampah secara terpadu dengan Gerakan Zero Sampah Anorganik (GZSA) yaitu membudayakan pengurangan dan penanganan sampah sesuai jenis sejak dari sumbernya, sehingga kesadaran masyarakat terhadap lingkungan akan meningkat. Konsep pengelolaan sampah ini diharapkan jenis anorganik dapat dikelola di sumber sehingga dapat mengurangi volume sampah yang dibuang ke TPA. Lalu dilanjutkan pula oleh Gerakan Mbah Dirjo yaitu Gerakan Mengolah Limbah &amp; Sampah Dengan Biopori Ala Jogja. Tujuannya untuk bisa mengurangi jenis sampah organik di masing2 sumber penghasil sampah, agar tidak terbuang ke TPA.</i></p>
7.	<p>Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta melihat peran komunikasi persuasif dalam membantu mencapai tujuan pengelolaan sampah yang lebih baik di Yogyakarta? Menurut Pemerintah Kota Yogyakarta, mengapa komunikasi persuasif diperlukan dalam proses ini?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Adanya komunikasi persuasif dapat membantu jalannya penyelenggaraan pengelolaan sampah secara terpadu dan terintegrasi. Terjalannya komunikasi antar OPD di lingkungan Pemerintah Kota Yogyakarta ataupun komunikasi ke masyarakat akan memudahkan penyelenggaraan kebijakan sehingga minim penolakan dan lebih lancar pelaksanaannya.</i></p>
8.	<p>Bagaimana proses komunikasi persuasif yang dilakukan Pemerintah Kota Yogyakarta terkait pengelolaan sampah terhadap Masyarakat Kota Yogyakarta?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Komunikasi persuasif yang dilakukan pemerintah berupa ajakan untuk peduli lingkungan kepada lingkungan yang dibuat dalam bentuk infografis, poster, video, iklan layanan masyarakat, dan sebagainya di media sosial. Selain itu, pemerintah juga aktif melakukan pendampingan, sosialisasi, pelatihan, dan bimbingan teknis kepada masyarakat.</i></p>

b. Sumber (Source)

No.	Pertanyaan
1.	<p>Siapa saja komunikator yang ada di dalam proses komunikasi Pemerintah Kota Yogyakarta mengenai pengelolaan sampah? Apakah terdapat tim-tim khusus yang menjalankan dan bertanggung jawab atas proses komunikasi persuasif ini?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Semua OPD di lingkungan pemerintah Kota Yogyakarta memiliki peran dalam proses komunikasi ini. Namun, dalam pelaksanaannya akan dipantau dan dikelola oleh Dinas Komunikasi Informasi dan Persandian (Diskominfosan) Kota Yogyakarta.</i></p>
2.	<p>Apa pertimbangan atau alasan yang mendasari dipilihnya komunikator atau tim yang menjalankan dan bertanggung jawab atas proses komunikasi persuasif terkait pengelolaan sampah?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Penanganan persoalan sampah membutuhkan kerja sama lintas Perangkat Daerah karena menyangkut banyak aspek. Dipilihnya Dinas Komunikasi, Informatika, dan Persandian untuk memantau dan mengelola Komunikasi didasarkan pada Tupoksi Dinas tersebut sesuai dengan Peraturan Walikota Nomor 37 Tahun 2023 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Fungsi, dan Tata Kerja Dinas Daerah.</i></p>
3.	<p>Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta memastikan bahwa komunikasi persuasif mereka kredibel dan dapat dipercaya bagi masyarakat? Apakah ada langkahlangkah khusus yang diambil untuk membangun kredibilitas dalam pengelolaan sampah?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Pemerintah Kota Yogyakarta telah membentuk Tim Khusus Media Sosial melalui Diskominfosan yaitu dibentuk Grup Analisis Medsos Jogja &amp; Publikasi Darurat Sampah Jogja 2023 untuk berkoordinasi lintas OPD terkait serta memantau terselenggaranya komunikasi di media mengenai pengelolaan sampah di masyarakat.</i></p>
4.	<p>Apa yang menjadi tujuan utama Pemerintah Kota Yogyakarta dalam berkomunikasi persuasif terkait pengelolaan sampah kepada Masyarakat Kota Yogyakarta? Apakah ada tujuan khusus yang ingin dicapai melalui komunikasi ini?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Tujuannya agar kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat dan mengajak masyarakat agar mau mengikuti kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah</i></p>

c. Pesan (*Message*)

No.	Pertanyaan
1.	<p>Apakah terdapat program atau kebijakan yang dibuat Pemerintah Kota Yogyakarta dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pengelolaan sampah? Jika ada, apa saja program atau kebijakan tersebut?</p> <p><i>Jawab:</i>  Ada, Pemerintah Kota Yogyakarta memiliki program berupa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Gerakan Zero Sampah Anorganik (GZSA)</i></li> <li>● <i>Gerakan Mengolah Limbah dan Sampah dengan Biopori Ala Jogja (MBAH DIRJO)</i></li> </ul>
2.	<p>Bagaimana program atau kebijakan yang dijalankan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pengelolaan sampah? Terdapat pesan atau kegiatan apa saja di dalam program tersebut?</p> <p><i>Jawab:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Program GZSA dijalankan untuk memastikan tidak ada sampah anorganik yang dibuang ke TPS/Depo. Sampah anorganik ini diharapkan sudah dipilah dan dikelola sejak dari sumber sampah. Dalam pelaksanaannya terdapat pembagian peran antara masyarakat, penggerobak, penjaga TPS/Depo, bank sampah/pengepul, dan perangkat wilayah</i></li> <li>● <i>Program MBAH DIRJO dilakukan untuk mengurangi sampah organik yang dibuang ke TPA Piyungan. Pemerintah Kota Yogyakarta mengajak masyarakat agar dapat mengolah sampah organik secara mandiri salah satunya dengan menggunakan biopori darurat/jumbo/reguler.</i></li> </ul>
3.	<p>Bagaimana pesan-pesan persuasif terkait pengelolaan sampah dirancang oleh Pemerintah Kota Yogyakarta?</p> <p><i>Jawab:</i>  Pesan-pesan persuasif terkait pengelolaan sampah dipublikasikan melalui kanal-kanal publikasi Pemkot Jogja yang dikelola oleh masing-masing Perangkat Daerah khususnya Dinas Kominfo seperti website, Instagram, X, Facebook, Youtube dalam bentuk infografis dan video, melalui kerja sama dengan media massa seperti surat kabar, TV, dan Radio dalam bentuk ILM, Talkshow, dan kerja sama penulisan, serta melalui akun influencer.</p>

4.	<p>Dalam merancang pesan-pesan persuasif, apakah Pemerintah Kota Yogyakarta menggunakan data atau informasi spesifik untuk mendukung pesan yang dibuat? Bagaimana penggunaan fakta dan data mendukung pesan persuasif Pemerintah Kota Yogyakarta?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Pemkot Jogja melalui Dinas Kominfo menggunakan data dan informasi spesifik yang didapat dari Dinas Lingkungan Hidup maupun Satpol PP seperti jumlah Biopori Mbah Dirjo, penegakkan Perda Kota Yogyakarta Nomor 10 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah, Lokasi Depo/TPS, dsb.</i></p>
5.	<p>Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan kepada masyarakat relevan dan mudah dimengerti? Apakah ada proses khusus dalam penyusunan pesan-pesan ini?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Dalam pembuatan konten, Dinas Kominfo mengadakan Rapat Redaksi untuk memastikan pesan-pesan yang disampaikan ke masyarakat relevan dan mudah dimengerti. Selain itu, terdapat juga grup diskusi antara Dinas Kominfo dan DLH untuk membahas redaksional konten. Tema konten yang dibuat didasarkan pada kebijakan-kebijakan yang perlu dipublikasikan dan hasil analisis isu terkini di media sosial.</i></p>
6.	<p>Bagaimana bentuk pesan-pesan persuasif disampaikan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta untuk mempersuasi terkait pengelolaan sampah kepada Masyarakat Kota Yogyakarta?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Media Sosial: Infografis, Reels, Foto Berita</i>  <i>Website jogjakota.go.id: Berita dan Peliputan</i>  <i>Surat Kabar: kerja sama penulisan</i>  <i>TV dan Radio: Talkshow dan ILM</i></p>
7.	<p>Bagaimana penggunaan pesan verbal (lisan dan tulisan) dalam menyampaikan pesan? Bisakah Pemerintah Kota Yogyakarta menunjukkan kepada peneliti terkait pesan verbal yang disampaikan?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Contoh pesan tersebut dapat dilihat di media sosial DLH, pemerintah Kota Yogyakarta, dan akun lainnya. Secara lebih rinci dapat ditanyakan ke Kominfo</i></p>

8.	<p>Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta menggunakan pesan nonverbal (simbol dan elemen) dalam menyampaikan pesan? Apa makna dari pesan non verbal tersebut? Bisakah Pemerintah Kota Yogyakarta menunjukkan kepada peneliti terkait pesan nonverbal yang disampaikan?</p> <p><i>Jawab:</i> Salah satu simbol dalam pengelolaan sampah adalah simbol 3R (Reduce, Reuse, dan Recycle), Penggunaan simbol ini tidak mengharuskan tulisan atau warna tertentu. salah satu contohnya adalah berikut ini</p> 
9.	<p>Apa yang menjadi tujuan Pemerintah Kota Yogyakarta menggunakan pesan nonverbal? Apakah untuk meyakinkan penerima, menyampaikan perasaan, memperkenalkan, melengkapi pesan verbal, atau lain halnya?</p> <p><i>Jawab:</i> untuk memudahkan masyarakat untuk mengenali dan mengingat cara pengelolaan sampah secara mandiri</p>
10.	<p>Apa yang menjadi pertimbangan Pemerintah Kota Yogyakarta memilih simbol tertentu untuk menjadi pesan nonverbal?</p> <p><i>Jawab:</i> Penggunaan simbol tersebut merupakan simbol umum yang digunakan dalam kegiatan pengelolaan sampah.</p>
11.	<p>Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta memilih bahasa dan gaya komunikasi yang tepat dalam menyampaikan pesan-pesan persuasif? Adakah pertimbangan khusus terkait budaya, demografi, atau karakteristik masyarakat Kota Yogyakarta yang mempengaruhi pilihan bahasa dan gaya?</p> <p><i>Jawab:</i> pemilihan bahasa dan gaya komunikasi disesuaikan dengan sasaran masyarakatnya. untuk kalangan anak-anak dan pemuda biasanya menggunakan bahasa dan gaya komunikasi kekinian dan tidak terlalu baku. sementara untuk orang tua menggunakan bahasa yang lebih sopan dan mudah dipahami secara umum.</p>

12.	<p>Adakah pendekatan emosional atau naratif yang digunakan dalam pesan-pesan persuasif untuk meningkatkan daya tarik dan pengaruhnya? Bisakah Pemerintah Kota Yogyakarta memberikan contoh tentang bagaimana pendekatan ini digunakan dalam konteks pengelolaan sampah?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Ada. Pendekatan emosional diberikan melalui narasi bahwa TPA Piyungan sudah penuh, Jogja mengalami darurat sampah yang mengharuskan warga untuk bergerak bersama melakukan pengelolaan sampah, dan testimoni warga terkait program dan kebijakan yang diterapkan Pemkot Jogja.</i></p> <p><i>Contoh:</i>  <a href="https://www.instagram.com/reel/CvqgxEhdhKT8/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA==">https://www.instagram.com/reel/CvqgxEhdhKT8/?igshid=MzRIODBiNWF1ZA==</a>   <a href="https://www.instagram.com/reel/CvcRZLbAks-/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRIODBiNWF1ZA==">https://www.instagram.com/reel/CvcRZLbAks-/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRIODBiNWF1ZA==</a></p>
13.	<p>Upaya apa saja yang dilakukan Pemerintah Kota Yogyakarta agar seluruh pesan persuasif terkait pengelolaan sampah bisa tercapai?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>membuat poster, stiker, infografis, dan video yang memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai metode pengolahan sampah yang dapat dilakukan secara mandiri oleh masyarakat</i></p>
14.	<p>Dalam menghadapi tantangan terhadap pesan-pesan persuasif, adakah tindakan khusus yang diterapkan oleh pemerintah kota Yogyakarta? Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta berusaha mengatasi potensi ketidaksetujuan atau keraguan akan pesan persuasif dari masyarakat?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Pemerintah Kota Yogyakarta membentuk Tim Medsos yang akan memantau dan mengevaluasi postingan yang telah dibuat oleh OPD di lingkungan Kota Yogyakarta.</i></p>

d. Media (Channel)

No.	Pertanyaan
1.	<p>Media apa saja yang digunakan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta untuk menyampaikan pesan pengelolaan sampah kepada Masyarakat Kota Yogyakarta?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Instagram, Youtube, website, media massa, iklan layanan masyarakat, dan sebagainya.</i></p>
2.	<p>Bagaimana pemerintah Kota Yogyakarta memilih jenis media yang digunakan untuk menyampaikan pesan pengelolaan sampah kepada Masyarakat Kota Yogyakarta? Apa pertimbangan utama dalam pemilihan media-media ini?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>pemilihan media yang digunakan disesuaikan dengan isi/konten yang akan disajikan.</i></p>
3.	<p>Dalam penggunaan media, adakah media yang diutamakan atau lebih efektif dalam mencapai berbagai segmen masyarakat Kota Yogyakarta? Apakah ada media yang digunakan secara khusus untuk berkomunikasi dengan kelompok tertentu?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Untuk saat ini media sosial berupa instagram menjadi media komunikasi yang cukup efektif untuk menyampaikan informasi ke masyarakat karena banyak masyarakat yang menggunakan instragram. selain itu, di dalamnya juga dapat dimasukkan informasi berupa video, infografis, foto, ataupun narasi</i></p>
4.	<p>Apakah terdapat perbedaan media yang digunakan sesuai dengan kelompok masyarakat yang ditargetkan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta? Jika iya, bagaimana perbedaan penggunaan media tersebut?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Tidak ada</i></p>
5.	<p>Bisakah Pemerintah Kota Yogyakarta memberikan contoh konkret tentang bagaimana media-media ini digunakan untuk menyampaikan pesan persuasif terkait pengelolaan sampah? Misalnya, bagaimana media cetak atau elektronik digunakan dalam kampanye-kampanye pengelolaan sampah?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>contoh pesan persuasif tersebut dapat dilihat di media sosial milik DLH dan Pemerintah Kota Yogyakarta, sedangkan media cetak dapat dilihat di leaflet Laron Sarungan, stiker pemilahan sampah, poster, dan booklet budidaya BSF</i></p>

6.	<p>Apakah pemerintah kota Yogyakarta menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan masyarakat terkait pengelolaan sampah? Jika ya, pesan atau konten seperti apa yang sering disampaikan melalui platform-media sosial ini?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>contoh pesan persuasif tersebut dapat dilihat di media sosial milik DLH dan Pemerintah Kota Yogyakarta</i></p>
7.	<p>Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta mengoptimalkan penggunaan media untuk menyampaikan pesan terkait pengelolaan sampah kepada Masyarakat Kota Yogyakarta?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Pemerintah aktif memposting kegiatan atau upaya pengelolaan sampah, cara pemilahan sampah, cara pengomposan, dan cara pengolahan sampah lainnya.</i></p>
8.	<p>Adakah tantangan khusus dalam menggunakan media sebagai alat komunikasi persuasif dalam pengelolaan sampah? Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta mengatasi kendala-kendala ini?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Tantangan dalam menggunakan media adalah tanggapan warganet yang kontra/tidak setuju terhadap kebijakan pemerintah dan memberikan asumsi yang keliru.</i></p>

e. Penerima (Receiver)

No.	Pertanyaan
1.	<p>Bagaimana masyarakat Kota Yogyakarta menggambarkan pemahaman mereka tentang pesan-pesan yang disampaikan oleh pemerintah kota terkait pengelolaan sampah?</p> <p>Apakah ada pemahaman umum atau kesalahpahaman yang perlu diatasi?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>warga kota yogyakarta yang membaca, melihat, atau mendengar infomasi tersebut ada yang bertanya melalui kolom komentar pada postingan di media sosial atau berkunjung ke kantor untuk memastikan informasi tersebut.</i></p>
2.	<p>Apakah ada kelompok-kelompok tertentu di masyarakat Kota Yogyakarta yang menunjukkan tanggapan yang berbeda terhadap pesan-pesan persuasif? Misalnya, apakah ada perbedaan antara generasi muda dan generasi tua dalam tanggapannya?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Ada. Di media sosial khususnya X dan Instagram @pemkotjogja dapat terlihat pro kontra dari pesan-pesan persuasif yang dipublikasikan. Pro kontra ini juga terlihat di akun-akun besar non pemerintah di media sosial.</i></p>

	<i>Perbedaan generasi tidak mempengaruhi tanggapan dari pesan-pesan persuasif yang disampaikan karena hal tersebut kembali ke pribadi masing-masing. Namun, dengan adanya sosialisasi GZSA, generasi muda menjadi lebih aware terkait pengelolaan sampah.</i>
3.	<p>Apakah upaya yang dilakukan Pemerintah Kota Yogyakarta agar Masyarakat Kota Yogyakarta timbul kesadaran akan pentingnya pengelolaan sampah?</p> <p><i>Jawab:</i>  Pemerintah Kota Yogyakarta memiliki program <i>Laboratorium Pengolahan Sampah Rumah Tangga Perkotaan (Laron Sarungan)</i> yang menyediakan berbagai metode pengolahan sampah organik, pembuatan <i>ecobricks</i>, <i>press sampah plastik residu</i>, dan <i>identifikasi sampah</i>.</p>
4.	<p>Apakah terdapat perubahan yang terlihat dari Masyarakat Kota Yogyakarta setelah mendapatkan pesan-pesan persuasif terkait pengelolaan sampah dari Pemerintah Kota Yogyakarta?</p> <p><i>Jawab:</i>  Ya, warga Kota Yogyakarta sudah mulai sadar pentingnya pengelolaan sampah. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah kunjungan ke <i>Laron Sarungan</i> yang berasal dari berbagai sekolah, instansi, atau kegiatan usaha bahkan masyarakat dari luar Kota Yogyakarta juga berkunjung ke <i>Laron Sarungan</i> untuk belajar tentang pengolahan sampah.</p>
5.	<p>Apakah Pemerintah Kota Yogyakarta dapat memberikan contoh sikap atau tindakan positif yang telah diambil oleh masyarakat Kota Yogyakarta sebagai tanggapan terhadap pesan-pesan persuasif pemerintah dalam hal pengelolaan sampah? Misalnya, apakah ada peningkatan dalam pemilahan sampah atau partisipasi dalam program-program lingkungan?</p> <p><i>Jawab:ada, contoh tindakan positif yang dilakukan masyarakat adalah melakukan pemilahan sampah dan mengikuti kegiatan bank sampah, menjalankan Gerakan MBAH DIRJO, dan melakukan pengolahan sampah organik lainnya. Jika dilihat dari segi pendidikan, banyak sekolah yang mengikuti kunjungan ke Laron Sarungan untuk belajar cara pengolahan sampah</i></p>
6.	<p>Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta menanggapi umpan balik atau pertanyaan dari masyarakat terkait pengelolaan sampah? Apakah ada mekanisme untuk berinteraksi dengan masyarakat dalam konteks ini?</p> <p><i>Jawab: Tanggapan dari Pemerintah Kota Yogyakarta diberikan dengan penanganan langsung dan publikasi langkah-langkah yang telah Pemkot Jogja lakukan melalui balasan di kolom komentar dan konten publikasi seperti infografis, reels, video, peliputan, kerja sama penulisan, ILM, dan Talkshow.</i></p>

7.	<p>Apakah Pemerintah Kota Yogyakarta menyediakan wadah bagi masyarakat yang memberikan masukan atau kekhawatiran mereka terkait pengelolaan sampah? Bagaimana masyarakat dapat berpartisipasi dalam proses komunikasi persuasif terkait pengelolaan sampah?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Ya, masyarakat Kota Yogyakarta dapat menyampaikan aduannya melalui aplikasi Jogja Smart Service (JSS)</i></p>
8.	<p>Adakah tantangan atau hambatan yang dihadapi oleh masyarakat dalam memahami pentingnya pengelolaan sampah? Bagaimana pemerintah kota Yogyakarta merespons hambatan ini dalam upaya komunikasi persuasif?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Masyarakat seringkali masih belum bisa membedakan jenis sampah dan belum tau cara mengolah sampah organik di lahan sempit. Oleh karena itu, Pemerintah Kota Yogyakarta aktif memberikan informasi mengenai pemilahan dan metode-metode pengolahan sampah secara mandiri.</i></p>
9.	<p>Dalam jangka panjang, apa harapan Pemerintah Kota Yogyakarta terhadap masyarakat Kota Yogyakarta dalam pengelolaan sampah sebagai hasil dari komunikasi persuasif ini?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Harapan Pemerintah Kota Yogyakarta adalah masyarakat dapat melakukan pemilahan sampah dan pengolahan sampah secara mandiri sehingga jumlah sampah yang diangkut ke TPA menjadi berkurang</i></p>

f. Hambatan

No.	Pertanyaan
1.	<p>Selama proses komunikasi persuasif berjalan dengan Pemerintah Kota Yogyakarta terus berupaya agar Masyarakat Kota Yogyakarta teredukasi dan memahami pentingnya kesadaran untuk mengelola sampah, adakah hambatan atau kendala yang dialami oleh Pemerintah Kota Yogyakarta? Apakah hambatan atau kendala tersebut?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Kendala yang dihadapi adalah adanya perbedaan karakter, usia, pendidikan dan latar belakang dapat berpotensi menimbulkan persepsi dan tanggapan yang tidak sejalan dengan Pemerintah Kota Yogyakarta.</i></p>

2.	<p>Bagaimana solusi Pemerintah Kota Yogyakarta mengatasi berbagai hambatan atau kendala yang ada dalam proses komunikasi persuasif terkait pengelolaan sampah terhadap Masyarakat Kota Yogyakarta?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Pemerintah Kota Yogyakarta melakukan pendampingan secara langsung untuk membantu menyampaikan informasi di masyarakat.</i></p>
3.	<p>Dalam jangka panjang, bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta berencana untuk mempertahankan komunikasi persuasif mereka tentang pengelolaan sampah? Adakah rencana masa depan yang ingin Pemerintah Kota Yogyakarta bagikan?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Ya, edukasi mengenai pengelolaan sampah akan terus dilakukan agar masyarakat Kota Yogyakarta dapat terbiasa melakukan pengolahan sampah secara mandiri.</i></p>
4.	<p>Dalam jangka panjang, apa yang ingin dicapai oleh Pemerintah Kota Yogyakarta melalui komunikasi persuasif terkait pengelolaan sampah? Bagaimana Pemerintah Kota Yogyakarta melihat masa depan pengelolaan sampah di Yogyakarta?</p> <p><i>Jawab:</i>  <i>Pemerintah Kota Yogyakarta berharap pengelolaan sampah dapat berjalan secara terpadu dari hulu ke hilir.</i></p>

### Lampiran 3 Transkrip Wawancara 2

**Narasumber :**

1. Ir. Aman Yuriadijaya (Sekretaris Daerah Kota Yogyakarta)
2. Drs. Sugeng Darmanto (Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta)

**Tanggal Wawancara :** 20 September 2023

**Pukul :** 09.30 WIB

**Lokasi Wawancara :** Ruang Rapat Sekda, Kantor Walikota Yogyakarta

Q: Pertanyaan

A1: Jawaban dari Ir. Aman Yuriadijaya

A2: Jawaban dari Drs. Sugeng Darmanto

Q: Selamat Pagi Pak, perkenalkan Saya Sheila

A1: Iya

Q: Dari mahasiswi Ilmu Komunikasi Atma Jaya Yogyakarta. Jadi maksud dan tujuan saya menghubungi Bapak Aman dan Bapak Sugeng untuk mewancarai terkait data skripsi Pak Mohon bantuannya ya Pak

A1: Iya, boleh

Q: Jadi saya ada dapat dari Bapak Zaen beberapa jawaban. Dan ini saya ingin bertanya lebih detail ya bapak terkait beberapa pertanyaan

A1: Iya, iya, monggo

Q: Kita awali dengan, seperti yang sudah kita ketahui bapak kalau Jogja ini sudah lumayan darurat sampah ya Pak. Jadi sudah tertera yang dikirimkan oleh Bapak Zaen, namun saya akan bertanya lagi apa pesan inti yang Pemerintah Jogja ingin sampaikan dengan mengkomunikasikan terkait pengelolaan sampah kepada warga Pak?

A1: Ee, iya, jadi intinya adalah kita harus mengubah paradigma, ya, paradigma yang pertama adalah bahwa yang mempunyai kewajiban mengelola sampah adalah sumber sampah. Jadi paradigma ini yang ingin kami buat karena selama ini masyarakat berpikir tentang membuang sampah, padahal intinya adalah yang wajib mengelola sampah adalah sumber sampah. Jadi kita tidak hanya membuang tapi bagaimana kita mengelola sampah di basis rumah tangga sejak awal. Intinya itu Mba

Q: Baik Bapak, intinya adalah membangun paradigma setiap masyarakat untuk mengelola sampah yang berasal dari sumbernya ya mulai dari rumah tangga yang kecil dulu ya Pak

A1: Iya betul

Q: Baik untuk Bapak Sugeng ada yang ingin ditambahkan terkait komunikasi intinya?

A2: Tidak, sama saja mba jawabannya

Q: Baik Pak. Kemudian tertera juga dalam kertas jawaban bahwa proses komunikasi persuasif yang dilakukan Pemerintah Kota Jogja ini ada terkait pendampingan, sosialisasi, pelatihan, dan bimbingan. Apakah boleh dijelaskan

lebih lanjut Pak mengenai bagaimana pendampingan, sosialisasi, pelatihan, dan bimbingan dilakukan?

A1: Iya, jadi intinya, intinya, apa yang kita lakukan sekarang bahwa tanggung jawab sampah itu di sumber sampah. Basis rumah tangga. Maka sesungguhnya, yang kita lakukan adalah perubahan perilaku sosial masyarakat, perubahan perilaku sosial masyarakat di rumah tangga. Maka, apapun kegiatan yang kita lakukan adalah upaya untuk memastikan bahwa masyarakat sudah berubah perilakunya, makanya sosialisasi, pendampingan, atau apapun bentuknya itu adalah untuk memastikan bahwa adanya perubahan perilaku sosial masyarakat tadi. Untuk sosialisasi dan bimbingan dalam bentuk penjelasan Mba

Q: Baik Bapak, untuk sosialisasi dan bimbingan kan dalam bentuk penjelasan Pak terkait pentingnya pengelolaan sampah. Bagaimana dengan pendampingan Bapak? Maksudnya bagaimana?

A1: Iya, pendampingan itu adalah iya tadi. Intinya mengawal

Q: Mengawal?

A1: Kalau sosialisasi tadi kan untuk membuka sesuatu, sementara pendampingan ini untuk mengawal, butuh pengawal untuk perubahan perilaku itu tidak sederhana, tidak mudah, butuh waktu, butuh proses, nah maka mengawal itu, makanya yang namanya pendampingan adalah mengawal. Kalau sosialisasi membuka, kalau pendampingan mengawal. Begitu mba

Q: Berarti untuk pendampingan apakah ada diajarkan ya Bapak? Bagaimana untuk sampahnya dikelola?

A1: Iya, di dalam proses sosialisasi. Kemudian, nanti setelah itu mengawal. Iya seperti itu

Q: Baik Pak, kemudian. Melalui jawaban yang saya dapatkan tertera ada beberapa gerakan dan kebijakan yang dibuat Pemerintah. Seperti, ada Gerakan Zero Sampah Anorganik juga ada Gerakan MBAH DIRJO.

A1: Iya. Betul.

Q: Nah, ini Bapak. Saya menemukan di artikel bahwa ada 4 gerakan lagi yang tidak disebutkan dalam jawaban. Itu ada Bank Sampah, Daur Ulang Canggih, Edukasi Pintar, serta Kolaborasi Hebat. Apakah itu termasuk dalam gerakan dan kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah juga Pak?

A1: Oh, gini Mba. Jadi prinsip dasarnya. Yang paling penting adalah Gerakan Zero Sampah Anorganik yang dimulai sejak awal tahun kemarin. Itu satu, dan nyatanya sekarang sudah benar-benar zero. Karena perubahan perilaku di dalam sampah anorganik itu membuat sampah di Kota Yogyakarta itu menurun. Jumlahnya. Yang semula 300 ton per hari, sudah bisa turun menjadi 200 ton. Itu sampah anorganik. Sementara, yang kedua. Setelah anorganik dikelola maka sekarang sampah organiknya. Sampah organiknya bagaimana? Dengan MBAH DIRJO. dengan biopori. Itu sementara sudah bisa menurunkan lagi. 50 ton. Sehingga yang tadinya sampahnya 300 ton menjadi sekarang 150 ton. Sementara yang lain-lain itu, yang tadi disebutkan itu, hanya pendukung.

Q: Oh hanya gerakan pendukungnya Bapak?

A1: Iya, gerakan pendukung. Tapi yang penting menjadi catatan adalah Gerakan Zero Sampah Anorganik dan MDAH DIRJO. Gerakan Zero Sampah Anorganik untuk anorganik. MDAH DIRJO untuk organik gitu.

Q: Oh ya, Bapak saya sekitar 1 bulan yang lalu ada mengunjungi TPA Piyungan. Kemudian, saya diarahkan ke suatu tempat yang berisi maggot begitu. Yang maggot tersebut mengkonsumsi sampah organik. Apakah itu termasuk salah satu gerakan Pemerintah Bapak?

A1: Oh ya jadi gini. Kalau sampah anorganik itu kan disingkirkan, dijual, diolah. Sementara sampah organik diolah dengan cara biopori. Tapi sesungguhnya yang namanya pengelolaan sampah organik itu bisa macam-macam. Mulai dari biopori, ada ember tumpuk, ada maggot. Tapi Kota Yogyakarta lebih memprioritaskan biopori karena sesuai dengan karakter perkotaan. Kalau pedesaan itu kan halamannya luas, bisa diberikan maggot. Tapi kalau di kota, rata-rata halamannya sempit, maka dibuatlah biopori yang turun ke bawah sehingga terkesan rapi, hanya memakan tempat terbatas, sehingga sesuai dengan karakter perkotaan. Begitu Mba.

Q: Baik Pak. Kemudian, seperti yang kita ketahui masyarakat itu terdiri dari berbagai demografis ya Pak. Ada usia remaja, ada dewasa, dan ada lansia. Nah, bagaimana Pemerintah Kota Jogja ini memilih bahasanya. Saya diberikan jawaban bahwa terdapat perbedaan. Nah, apakah Bapak dapat menjelaskan perbedaan lebih jelasnya. Kalau ke remaja bagaimana komunikasinya, kalau ke dewasa bagaimana?

A1: Iya, saya kira intinya itu substansinya sama. Hanya media-mediana saja yang berbeda. Artinya gini Mba, substansinya, materi kontennya itu sama. Hanya mediana mana yang disampaikan, bahwa seluruh saluran ada yang disampaikan

secara umum. Ada yang disampaikan ke remaja, tapi kontennya itu sebenarnya sama. Karena simple to, kamu mengubah perilaku itu aja kan. Simple itu mba

Q: Baik Pak, kemudian Bapak adakah pendekatan yang dilakukan secara emosional untuk mendekati ke masyarakat dalam mengelola sampah. Jadi bagaimana Pemerintah Kota Jogja ini mendekati dirinya dengan masyarakat?

A1: Ya, pendekatan paling baik di dalam perubahan perilaku sosial adalah membangun basis komunitas masyarakat. Maka, pendekatan itu dalam komunitas masyarakat adalah dibuatkan bank sampah berbasis RW se Kota Yogyakarta. Nah, makanya, basis masyarakat itu sangat lebih efektif mana kala dibangun atas sebuah komunitas masyarakat. Basis komunitas masyarakat yang bergerak di ruang-ruang kegiatan pengelolaan sampah itu namanya Bank Sampah. Nah, Bank Sampah itu basisnya apa? RW. Nah itu yang kita bangun. Jadi, tangan-tangan kita itu di Bank Sampah yang ada di semua RW se kota Yogyakarta. Intinya itu mba

Q: Baik Pak, itu sudah lumayan dekat ya Pak, karena dimulai dari RW

A1: Iya, karena basis komunitas masyarakat di basis RW gitu

Q: Berarti dari komunitas yang terbentuk itu dari RW itu juga merupakan salah satu upaya Pemerintah Kota Yogyakarta ya Pak, agar seluruh pesan tersampaikan ke masyarakat

A1: Betul, tidak hanya tersampaikan. Satu, tersampaikan. Dua, melakukan. Tiga, pendampingan

Q: Oo.. Iya

A1: Tersampaikan iya, melakukan iya, mendampingi iya. Begitu

Q: Baik pak. Kemudian, terkait masyarakatnya sendiri Pak. Jadi bagaimana masyarakat Jogja ini menerima pesan-pesan yang disampaikan. Apakah ada pemahaman yang umum atau ada kesalahpahaman yang pernah Bapak temukan?

A1: Sepertinya tidak ada ya, buktinya apa, sampah anorganik itu mampu turun, gerakan zero sampah anorganik itu mampu menurunkan 100 ton, itu equivalent dengan 30% sampah. Dan secara teori sampah itu 30% adalah anorganik. Berarti kalau gerakan zero sampah anorganik itu mampu menurunkan 30% berartikan sudah zero. Kalau sudah zero berarti mereka sudah melakukan. Kalau sudah melakukan berarti kan mereka kan sudah menerima pesan kita. Jadi menurut saya aman saja tidak ada masalah

Q: Baik Pak, berarti dari usia remaja, dewasa itu memahami ya pak?

A1: Secara umum iya memahami, buktinya mampu turun 30% sesuai teori tadi

Q: Baik Pak, terdapat perubahan positifnya ya Pak

A1: Iya, begitu

Q: Baik, selanjutnya saya ingin bertanya terkait hambatan Pak. Apakah terdapat hambatan pak selama proses komunikasi ini yang dialami oleh Bapak Aman, Bapak Sugeng, dan stafnya?

A1: Iya, bukan hambatan, tetapi lebih tepatnya, kita harus selalu menjaga ritmenya, agar kesadaran masyarakat dalam perilaku itu tidak ada perubahan lagi. Jadi bukan hambatan, tapi lebih ke upaya preventif, agar tidak berubah lagi. Nah, bagaimana upaya preventif kita? Nah, pendampingan itu jawabannya. Begitu. Supaya mereka tidak berubah dan tetap konsisten.

Q: Baik, jika awal merintis gerakan zero anorganik Bapak menemui kesulitan dan hambatan, apa solusi yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan ini Pak?

A1: Saya kita karena kita punya tangan, ini adalah soal perubahan perilaku masyarakat, maka yang disentuh masyarakat. Masyarakat bisa tersentuh manakala mereka hidup dalam suatu komunitas. Nah, komunitas itu yang kita sentuh. Sehingga, kuncinya pun jika ada sedikit hambatan, kita bagaimana membangun pemahaman yang lebih kuat di dalam komunitas tadi. Kita selesaikan di per daerah atau di per komunitas aja

Q: Baik Pak, berarti per kelompok kecil ya Pak?

A1: Benar, per kelompok kecil

Q: Baik Pak. Untuk beberapa pertanyaan lainnya sudah dibantu jawab oleh Staff Bapak. Jadi mungkin sekian untuk wawancaranya. Sekiranya sewaktu mengolah data-data saya ada yang kurang jelas, izin menghubungi staff Bapak lagi ya Pak

A1: Iya, ndapapa, ndapapa

Q: Baik, untuk akhir kata apakah dari Bapak Aman ada yang ingin disampaikan terkait keseluruhan proses komunikasi ini?

A1: Iya, pada prinsipnya gini mba, bahwa perubahan perilaku sosial masyarakat adalah kunci utama untuk menjadi dasar keberhasilan pengelolaan sampah, sehingga oleh karenanya, jawabannya adalah bagaimana kita terus menjaga sistem sosial ini dalam langkah yang berkelanjutan, tidak hanya sekarang, tetapi terus selanjutnya. Begitu saja dari saya

Q: Baik, terima kasih Bapak Aman. Untuk Bapak Sugeng, apakah ada yang ingin Bapak sampaikan atau tambahkan Bapak?

A2: Iya cukup, sudah cukup.

Q: Baik kalau begitu saya ucapkan terima kasih banyak untuk Bapak Aman dan Bapak Sugeng telah bersedia meluangkan waktu untuk saya wawancara

A1: Iya, iya, monggo Mba Sheila

Q: Iya Bapak, saya izin meminta foto bersama boleh?

A1: Oiya, monggo, silahkan.

Q: Baik Terima kasih Bapak

A1: Iya, begitu ya Mba Sheila ya. Maaf ya Mba, karena waktunya dempet-dempetan jadi nda bisa lama-lama

Q: Iyaa, gapapa Bapak

A1: Iya, nanti kalau masih ada yang perlu dipertanyakan, monggo silahkan

Q: Baik, sekali lagi terima kasih banyak Bapak Aman dan Bapak Sugeng untuk waktunya

A1: Iya Mba Sheila

A2: Ya, sama sama Mba Sheila

#### Lampiran 4 Transkrip Wawancara 3

**Narasumber :**

1. Almira Nabila (Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Pertama & Admin Media Sosial @pemkotjogja

**Tanggal Wawancara :** 22 September 2023

**Pukul :** 13.30 WIB

**Lokasi Wawancara :** Dinas Kominfosan, Komplek Balaikota Yogyakarta

Q: Pertanyaan

A: Jawaban dari Almira Nabila

Q: Selamat Pagi Mba, perkenalkan Saya Sheila dari mahasiswi Ilmu Komunikasi Atma Jaya Yogyakarta. Maksud tujuan saya menghubungi Mba Almira untuk wawancara terkait data skripsi. Saya diarahkan oleh Bapak Zaen untuk menghubungi Mba Almira

A: Ooo, iyaa

Q: Baik, Mba Almira boleh memperkenalkan diri dahulu, silahkan

A: Baik, nama aku Almira Nabila, disini aku sebagai Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Pertama di Dinas Kominfosan

Q: Baik Mba, disini ada beberapa pertanyaan yang akan saya ajukan dikarenakan saya diarahkan Bapak Zaen bahwa terdapat beberapa pertanyaan yang merupakan

ranahnya Dinas Kominfo. Sebelumnya, Dinas Kominfo sendiri tugasnya apa ya Mba, dalam mengelola sampah ini?

A: Oh, jadi Dinas Kominfo ini kan sebenarnya terbagi dalam beberapa bidang ya. Mungkin yang paling berhubungan dengan sampah itu tu di bidang informasi dan komunikasi publik, karena yang lainnya tu bidang IT, infrastruktur, sekretariat, itu kan bidang yang enggak terlalu berhubungan. Kalau informasi dan komunikasi publik kita sih lebih kepada publikasi tentang sosialisasi pengelolaan sampah aja, yang mana itu kita juga bekerja sama dengan DLH, dan juga Satpol PP, dan yang lain. Tapi ya mungkin leading sektornya ini DLH gitu

Q: Oo iya, berarti nanti untuk media sosial juga dipegang oleh Kominfo?

A: Iya jadi media, semua media sosial di Pemkot Jogja itu dipegang oleh Kominfo. Jadi kita mengelolanya itu bukan media sosial dinas, tapi media sosial atas nama @pemkotjogja gitu juga dengan *website*, kalau *website* itu, *website* kotajogja.co.id itu portal utamanya, kita pengembangannya ada di atas, maksudnya di bidang IT, untuk kontennya di IKP gitu.

Q: IKP, Informasi Komunikasi Publik Mba?

A: Iya, betul..

Q: Baik mba, nah bagaimana pesan-pesan persuasif terkait pengelolaan sampah itu dirancang oleh Pemerintah Kota Yogyakarta, berarti kalau di dalam ranah ini adalah Dinas Kominfo khususnya tim Informasi dan Komunikasi Publik?

A: Oiya, jadi sebenarnya kalau pesan persuasif itu mungkin, sebenarnya kan bukan di kita juga kan ya yang punya pesan, tapi kan itu lintas sektor, ada termasuk DLH, mungkin yang terjun langsung ke masyarakat itu DLH, nah kalau dari kita, kita tuh

lewat media, pertama. Mediana dulu ya yang dibahas ya, kita ada media sosial, facebook, twitter atau X itu, instagram, tiktok, terus youtube, youtube pemkot jogja sama youtube YK TV, juga abis tu ada *website*, terus kita habis tu kerja sama juga nih dengan media massa, kayak koran, radio, televisi lokal, itu untuk publikasi program-program, kebijakan, atau iklan layanan masyarakat gitu sih. Termasuk juga talkshow kita tuh juga ada, disana, selain media massa kita juga ada *influencer*. Jadi kita ada pihak yang membuat konten tapi juga dengan verifikasi kita juga dan baru mintalah disebarkan ke akun-akun besar, kayak wonderful jogja, atau gimana akun-akun lain yang ada di jogja ini untuk publikasi konten-konten kita, begitu. Nah, untuk pesan-pesannya tuh yang pertama kali dirilis tuh Gerakan Zero Sampah Anorganik itu tu sudah dirancang dari akhir tahun lalu ya?

Q: Iyaa betul, akhir tahun lalu

A: Nah iya, itu tuh kita udah mulai ngerancang itu, terus kalau ga salah awalnya itu lewat sosialisasi pemilahan sampah, ada organik ada anorganik, R3 dan lain-lainnya. Nah, habis tuh kita ini sih, waktu tu sempat bikin konten tentang awalnya tuh ya kayak ngasih tau ke masyarakat kalau TPA Piyungan tuh udah mulai penuh dan kebijakan baru yang habis tuh kan Pemda DIY menutup terus abis tu kita kasih tau juga Pemda DIY udah mulai tutup dan salah satunya adalah kita mengelola sampah, memilah dan mengelola sampah. Dan disini kita tekankan mengelola sampah ya, kan kebijakan itu apa, kita mengikuti kebijakan yang terus berubah, nah, dari yang mungkin awalnya tuh masuk ke TPA Piyungan tu sampah organik aja, sekarang kan sampah residu aja gitu, sampah organik dikelola sendiri. Nah sekarang kita pesan yang lagi disampaikan ke masyarakat adalah memilah sampah

dari rumah gitu. Jadi sampah dari rumah yang dipisah. Dipilah dan diolah. Kalau yang diolah tu mungkin sampah organik jadi pupuk, jadi pakan ternak, atau pakan maggot. Nah, terus kalau sampah anorganik itu ke Bank Sampah atau rongsok gitu, nah terus sampah residu baru bisa dibuang, gitu sih.

Q: Oh ya baik, ternyata seperti itu. Izin memastikan mba, berarti pesan persuasif terkait yang bentuknya kayak poster, kayak media itu dipegang oleh Dinas Kominfo, sedangkan seperti yang menyampaikan langsung terkait penyuluhan disampaikan oleh DLH

A: DLH iya, walaupun mereka bikin poster juga, biasa ada tandanya di bawah itu, kalau misalkan kita, yang pernah kita buat itu kita buat pamflet gitu, terus habis tu stiker kita akan buat dengan CSR untuk di tempel di rumah-rumah jadi biar, kalau stiker kan orang inget gitu, terus abis tu media sosial yang di upload di Pemkot Jogja kemudian video DLH itu kita

Q: Baik, selanjutnya mba, dalam merancang pesan-pesan persuasif itu, dari Dinas Kominfosannya sendiri itu menggunakan data atau informasi dari mana untuk mendukung pesan itu?

A: Jadikan, kalau dari humas sendiri itu ya, itu kan kita itu mempublikasikan kebijakan kita, bukan kita membuat kebijakan, kebijakan tetap ada di pengambil kebijakan itu ada Pak Sekda, Pak Pejabat Walikota, dan lain sebagainya, nah kita mengikuti saja kebijakan-kebijakan dari Pak Pejabat Walikota, Pak Sekda, dan Pak DLH sebagai *leading* sektor kita mengikuti apa yang menjadi kebijakan Pemkot saat ini dan kita mempublikasikan. Jadi kita ada mengkomunikasikan gitu, ke DLH juga, ke Satpol PP sebagai penegak dari ini, dari penertiban dari pengelolaan

sampah, terus kita juga ada jumpa pers, kadang kita juga dapat info bersamaan dengan para wartawan, kadang-kadang begitu pada saat jumpa pers itu. Gitu..

Q: Baik mba, kemudian bagaimana Dinas Kominfosan nya sendiri merancang pesan-pesan yang ada di media sosial agar lebih mudah dicerna oleh masyarakatnya mba?

A: Sebenarnya kita kan ada ini, tim redaksi kita tuh ada rapat redaksi gitu kan, di situ kita dari bidang IKP, juga dari tim kerja humas aja itu membahas pesan-pesan itu mau apa aja. Kayak gitu, dan bentuknya apa. Kita rapatkan disitu, itu kita juga ambil dari sentimen yang ada di media. Media *online*, media massa atau media sosial, kan itu orang banyak kasih *feedback*, jadi dari situ kita bisa liat sentimennya, dan dari situ kita pasti setiap hari kita ada analisis isu di media sosial dan media *online* untuk melihat isu yang sedang berkembang. Nah, dari situ tuh kita bisa tau nih, apa sih sebenarnya pesan yang dibutuhkan oleh masyarakat, dan dari situ juga misal kita ada data yang kita belum punya, dari situ kita tanyakan ke instansi terkait, misalnya DLH, kita juga ada usul darurat sampah gitu bareng DLH yang khusus buat konten. ee, selain grup itu, kita juga ada grup analisis media sosial sih yang bareng sama lintas OPD. Gitu sih

Q: Oh gitu, kemudian mba, untuk pesan-pesan persuasifnya itu sendiri itu disampaikan oleh Dinas Kominfosan itu apakah ada ranahnya tertentu. Misalnya seperti Instagram itu khusus konten, atau Youtube itu isinya Talkshow. Nah, pembagian media sosial dengan kontennya itu apakah satu konten dipost di semua medsos atau ada yang tertentu mba?

A: Ada beberapa yang tertentu, jadi misal nih kalau kayak konten yang video pendek, itu tuh cenderung di upload di instagram, tiktok, sama facebook. Tapi ga semua video pendek itu di upload di empat media sosial itu ya. Bisa aja cuma di upload di TikTok kalau misal itu terlalu ringan gitu.

Q: Oh gitu..

A: Heeh.. Habis tuh apalagi ya tadi?

Q: Selanjutnya seperti media sosial Youtube mba?

A: Oiya, youtube. Kalau youtube pemkot jogja itu lebih ke live streaming sih kalau misal ada live streaming. Misal nih kita ada kerja sama dengan salah satu televisi. Televisinya itu live streaming juga tapi mereka itu maunya live streaming bareng dengan kita, ya itu yang di youtube pemkot jogja. Kalau udah live streaming biasanya juga ada talkshow ya, kalau misalnya di YK TV itu kita buat seolah-olah dia adalah media. Media, bukan media kita walaupun sebenarnya masih media kita ya, jadi kacamata YK TV adalah kacamata media, bukan kacamata pemerintah. Jadi, dari YK TV itu bentuknya berita sih. Berita dari kegiatan pemerintah, berita dari liputan khusus, kayak gitu. Terus habis itu kalau kayak infografis itu ada di Twitter, Facebook sama Instagram. Kalau kayak di *website* itu liputan liputan, karena kayak setiap hari tuh kita pasti ada liputan, ee, ga cuma agenda dari kepala daerah tapi juga ada liputan khusus yang kita buat dari kesepakatan tim redaksi tadi. Kita juga ada spanduk, baliho kayak gitu, dan surat kayak gitu juga sih

Q: Nah, kalau untuk penggunaan pesan verbalnya sendiri mba, seperti lisan atau tulisan, itu gimana Dinas Kominfosan itu menunjukkan pesan verbalnya?

A: Kalau lisan ini sih, kita jarang, kita lebih jarang ketemu sama masyarakat ya, kalau kita. Tapi kita tuh ada tim diseminasi informasi sebenarnya itu tuh tim khusus bukan untuk sosialisasi sampah tapi untuk sosialisasi JSS. Jadi kita ada aplikasi namanya Jogja Smart Service mereka tuh ngebantu, mereka tuh turun langsung ke rapat-rapat RT gitu, atau rapat-rapat yang ada di wilayah sana untuk sosialisasikan JSS atau bantu menginstall dengan daftar. Nah sekarang karena ada program pengelolaan sampah ini, selain sosialisasi tentang JSS, mereka juga ditugaskan untuk sosialisasi tentang, nih pengelolaan sampah. Jadi sosialisasinya langsung terjun ke acara-acara di wilayah, kayak gitu sih. Terus tuh ada konten-konten yang kita buat kayak infografis lalu ada juga surat edaran dari pemerintah yang disebarin kadang di grup-grup Whatsapp RT-RW yang ada di wilayah-wilayah begitu. Walaupun gak semuanya ya, tapi ada beberapa yang disebarin disitu. Begitu

Q: Baik, kalau secara nonverbalnya sendiri gimana, Dinas Kominfo ini menyampaikan pesan secara non-verbal terkait pengelolaan sampah?

A: Secara nonverbal sih ee, paling simbol-simbol, paling yang lewat media sosial yang tadi tuh, lewat pamflet, dan lewat media-media yang kita punya, yaitu baliho. Gitu-gituu

Q: Oh ya, Mba, kira-kira ada contohnya ga ya beberapa mungkin baliho yang pernah ada..

A: Kalau baliho kebetulan, nanti kalau desainnya aku coba cariin dulu, ada atau engga. Kalau masih ada ya, soalnya kadang jarang difoto tuh kalau baliho. Nanti aku coba tanyain desainnya dulu yah

Q: Oh iya boleh mba

A: Kalau spanduk gitu, mungkin mba sheila pernah liat tapi gak sadar karena gak ada logonya gitu. Seperti hanya tulisan dilarang membuang sampah gitu. Spanduk ni ada si, di balaikota sini kalau gak salah, harusnya di depan ini ada spanduk pemilahan sampah, di kemintran, di kantor-kantor kelurahan ada juga tuh spanduknya kalau pemilahan sampah. Nanti aku coba kasih desainnya aja kalau nanti misalnya ketemu

Q: Oh iya boleh mba, terima kasih mba. Nanti saya juga coba eksplor di media sosial dan jalanan yang ditemui

A: Iyaaa, mungkin nanti bisa ditemukan di kantor-kantor lain di pemkot

Q: Okee, baik mba. Kemudian, apa nih tujuan dari Dinas Kominfo menggunakan simbol-simbol tertentu mungkin atau ada logo tertentu mungkin gitu mba?

A: Sebenarnya kalau logo khusus terkait pengelolaan sampah ya, kita gak ada yang khusus sih, paling ya kalau sosialisasi tentang pemilahan sampah itu, kita ya kita biar infonya tuh langsung dapat paling ya foto-foto tentang tempat sampah, ya sekalian contohnya ni. Misalnya nih tempat sampahnya organik, langsung ada contohnya nih sampah-sampah yang masuk ke organik tuh apa aja, residu tuh apa aja, gitu aja sih

Q: Oh iya, biar bagi masyarakat yang gak bisa membedakan jenisnya juga jadi bisa liat

A: Heem, iya betul, langsung tau dan liat gitu

Q: Okay, nah kemudian pertanyaan selanjutnya ini Mba, kan masyarakat Jogja nih banyak ya Mba, demografinya ini luas, ada yang usia remaja, usia dewasa, dan bahkan tua. Nah, bagaimana Dinas Kominfosan ini memilih bahasa ataupun gaya komunikasinya Mba untuk menyampaikan pesan-pesan. Apakah secara general atau ada nih tertentu, kayak konten ini lebih ke remaja atau konten ini lebih ke usia dewasa, dan lain sebagainya?

A: Ada sih beberapa kayak gitu, kalau misalkan di TikTok tadi kan itu lebih ringan gitu, ada nih konten-konten yang TikTok banget lah, kalau di Instagram tu gak cocok gitu, yang misal cuma nunjukkin sampah, ini sampah apa itu sampah apa. Ini mungkin lebih ke usia muda ya, kalau sebenarnya di Instagram pemkot jogja atau di Facebook atau di Twitter sebenarnya itu lebih ke muda dewasa sih, jadi rentang usianya itu dari umur 25 sampai rentang awal 30an gitu lah. Itu ya bahasanya tuh, ga terlalu baku, tapi bukan yang kayak ini banget, teman banget juga, terus kita juga pasang di header JSS, untuk JSS ya lebih ke yang general aja sih. Kayak gitu, karena banyak rentang usia jadi bahasanya, bahasa yang lebih formal kayak gitu

Q: Oiya, mba, mengenai surat edaran, saya beberapa kali menemukan surat edaran terkait pengelolaan sampah atau yang terkait pengumuman TPA Piyungan ditutup. Nah terkait surat edaran tersebut, itu apakah dari Dinas Kominfosan juga yang menyusun pesan-pesannya?

A: Bukan sih, sebenarnya kalau surat edaran itu lebih ke DLH sama sekretaris daerah

Q: Ohh.. Nah untuk suratnya itu ya mba, kan setelah disebar dan didapatkan melalui Whatsapp ya mba, mungkin dari RT-RW wilayah seperti itu ya, itu apakah oleh

Dinas Kominfo itu ada diunggah di *Website* atau di media sosial seperti Instagram gitu ya?

A: Ee.. seingat aku tuh pernah kita unggah, memang ga selalu sih, ga selalu kita unggah di media sosial, tapi tuh ada gitu, harusnya kadang-kadang gitu tuh juga ada harusnya sih di <https://jdih.jogjakota.go.id> harusnya ada, nanti mba sheila pastikan ya ada ga surat edarannya disitu

Q: Oiya, siap mba

A: Kalau surat edaran yang diupload di media sosial ada. Tapi ga semua. Gitu.

Q: Oh iya baik mba, nanti saya coba cek lagi di Instagramnya surat edaran apa saja yang pernah diunggah di media sosial Instagramnya. Oke mba. Nah, untuk menyusun pesan-pesan persuasif ini mba, dalam meningkatkan daya tarik sebuah pesan atau konten, dari Dinas Kominfo ada menggunakan pendekatan emosional tertentu atau cerita-cerita secara naratif mungkin?

A: Ada.. Misalnya ceritanya nih kayak yang awal gitu, misalnya ceritanya tentang kita tanya mereka tau ga kalau TPA Piyungan udah ditutup kayak gitu, kemudian ceritalah nantinya akan kayak gimana karena overload, terus kita harus gimana, itu *engagementnya* tinggi karena kan banyak orang yang merasakan langsung dari dampak penutupan itu

Q: Iyaa, benar..

A: Setelah itu tuh, waktu tuh kejadian yang di Kotagede yang orang-orang ada truk sampah kan terus rame gitu kan

Q: Oh iya, yang truknya jalan pelan-pelan terus masyarakatnya berbondong-bondong lempar sampah ke truk waktu truknya lewat ya

A: Heeh.. Iya, nah itu kan sebenarnya membuang sampah. Nah, kita tuh di media bukan mau menunjukkan saling melempar gitu, sebenarnya bukan saling melempar tapi mau menunjukkan bahwa mereka tuh *excited* gitu ada truk sampah datang gitu. Nah, setelah itu kita bikin kontennya wawancara dengan ini apa, petugas, apa supir truk sampah gitu. Nah gitu sih, jadi kita tuh mau menunjukkan bahwa mereka tuh *excited* bukan kayak ini excited dan bersyukur karena saling melempar gitu, tapi karena truk sampah datang

Q: Oh ya, saya juga ada lihat komentarnya positif gitu, netizen juga kagum dengan masyarakat yang menunggu dan membuang sampah di truk sampah itu tertib dan sabar gitu, tidak ricuh

A: Nah iya, betull..

Q: Baik, mba kemudian, dari Dinas Kominfo sendiri ada melakukan upaya apa aja nih Mba agar seluruh pesan atau konten itu bisa tersampaikan ke masyarakat?

A: Nah, jadikan banyak banget ya orang di Jogja, dan ga semua pegang Instagram dan rentang usianya juga beda, jadinya kita mencoba mendekatkan, menyampaikan pesan-pesan itu dengan kanal yang berbeda-beda kayak gitu kan, ada yang lewat media sosial, televisi, radia, terus spanduk tadi, dan akan dibuat stiker juga tadi yang akan ditempel di rumah-rumah. Itu salah satu cara kita buat ini apa, biar merata gitu sosialisasinya. Sama yang tadi kerja sama dengan akun-akun besar di Jogja kayak wonderful jogja

Q: Baik, dalam membuat pesan-pesan persuasif ini, apakah dari Dinas Kominfo ini pernah mendapati tantangan atau hambatan mba? Mungkin ada masyarakat yang

tidak setuju dengan kontennya atau negatif gitu. Nah, kalau ada hambatannya apa, tantangannya apa, dan solusi dari Dinas Kominfo bagaimana Mba?

A: Pro kontra pasti ada kan ya, paling ini sih, kan ga semua kayak mungkin yang masih kontra kayak kok ditutup, terus kita buang sampah di mana, terus kayak kok buang sampah di pinggir jalan didenda, itu mungkin orang-orang kayak gitu yang belum memilah sampah pastinya kan, dan pastinya semua orang tuh mau gitu memilah sampah dan bisa aja ga semua orang belum dapat sosialisasinya atau belum bener-bener kayak pentingnya kita memilah dan mengelola sampah kita sendiri gitu, itu sih salah satu hambatannya. Terus kayak, selanjutnya juga mungkin ini sih, tapi kadang-kadang justru malah di media sosial kalau ada yang komentar buruk tentang itu ya nanti ada netizen lain yang menimpali, jadi sebenarnya tuh udah banyak masyarakat yang sadar juga tentang hal itu gitu tuh, kayak gak semua orang tuh mau, dan gak semua orang tuh paham tentang pengelolaan sampah

Q: Baik, nah mbak, di awal tadi dikatakan ada banyak media ya mbak, dan setiap medianya ada konten yang disesuaikan dengan medianya dan sebaliknya. Nah, dari banyaknya media ini ada gak mba satu media yang lebih ditonjolkan, mungkin dengan lebih aktif, lebih didorong?

A: Sebenarnya ada sih, sebenarnya kan sekarang kepala daerah kita, mereka sangat melek dengan media sosial terutama Instagram sih. Mereka aktif banget di Instagram. Nah, karena mereka aktif itu, jadinya kita jadinya terdoronglah untuk menyesuaikan aktif di Instagram. Jadi Instagram tuh dan juga media sosial yang lain tuh salah satu yang benar-benar kita dorong yang sekarang tuh lebih ke menuju lebih cepat gitu, tapi kita juga pengennya engga mengesampingkan *website*, karena

gimanapun pasti orang itu, *website* tuh jadi leading page gitu, dan kita gak pengen fungsi *website* itu tuh jadi kurang maksimal karena kita cuma memperhatikan media sosial atau Instagram aja gitu

Q: Iya, setuju sih Mba, memang *website* nih bisa dibilang leading sih karena memang kita mau cari kontak apapun rata-rata ke *website* dulu untuk cari kontak atau media lainnya seperti twitternya apa, instagramnya apa, youtubenanya apa begitu

A: Iyakan mba sheila, betul betul

Q: Baik selanjutnya yang saya ingin tanyakan dari aspek penerimanya mba, jadi dari masyarakatnya sendiri. Jadi, dari Dinas Kominfo ini apakah merasa bahwa di dalam masyarakat saat ini ada pemahaman yang keliru atau masyarakat udah satu pemahaman nih tentang pesan-pesan yang disampaikan oleh Dinas Kominfo?

A: Sebenarnya kalau dilihat dari kolom komentar di Instagram sih sudah banyak yang paham lah, sudah banyak yang melakukan juga gerakan zero sampah anorganik, terus juga mereka tuh sendiri juga bisa kayak membantu memahamkan netizen netizen lain yang belum paham gitu, itu kan salah satu tanda kalau mereka tuh udah mengerti dan memahami gitu. Ya walaupun pro kontra itu masih ada tapi setidaknya dengan sosialisasi dan gerakan zero sampah anorganik ini, terus gerakan mbah dirjo, mereka bisa jadi lebih aware sih tentang pengelolaan sampah, kayak gitu

Q: Nah, kalau terkait dari kelompok usianya, antara usia remaja sampai usia dewasa menuju tua, apakah ada perbedaan tanggapan mbak dari pesan-pesan yang selalu diberikan dari Dinas Kominfo?

A: Sebenarnya kalau menurut aku itu tuh tergantung dari pribadi masing-masing yaa. Mau mengelola sampah atau tidak itu kan balik lagi dari diri masing-masing. Tapi, ya adanya gerakan ini, itu tuh tadi, jadi generasi muda jadi tau, bahkan anak SD pun jadi tau tentang mengelola sampah, karena diajarin oleh gurunya di sekolah, tapi ada juga yang beranggapan,

ini dari konten Satpol PP yang menindak orang yang buang sampah di pinggir jalan, itu tuh, ada yang beranggapan kebanyakan orang-orang yang tua gitu, itu tuh ya mungkin di generasi tua itu tuh belum begitu mau mengikuti gitu

Q: Baik mba, kemudian untuk perubahannya sendiri di masyarakat, apakah Dinas Kominfosan ada melihat perubahan dari masyarakat setelah kurang lebih satu tahun ya mba sudah diberikan konten-konten mengenai pengelolaan sampah?

A: Ya perubahannya itu dari yang awalnya mereka tuh bingung, kayak ini sampahnya terus gimana gimana, sekarang tuh jadi lebih variatif gitu, ada yang udah oke gitu, malah mereka bilang, saya sudah melakukan pengelolaan sampah begini begini, udah lama nihh, gitu, malah ada yang ngasih tips juga kayak jadi lebih perhatian dengan ini sih, pengelolaan sampah kayak gitu gitu

Q: Ah iyaa.. Kemudian mba untuk masyarakatnya sendiri, jika masyarakatnya bingung dengan konten dari Dinas Kominfosan, apakah ada wadah tertentu untuk masyarakat bertanya? Jadi seperti berinteraksi gitu dengan Dinas Kominfosannya?

A: Oh kalau dengan Dinas Kominfosannya sih sebenarnya kita bisa lewat media sosial, terus JSS juga ada, tapi sebenarnya kalau untuk pengelolaan sampah, selain dari kita, tuh mungkin dari DLH juga ada, kayak JSS itu kita bisa langsung tulis pengaduan kita itu langsung pilih kategori dan itu langsung ke direct ke DLH gitu.

Jadi, bukan ke kita, jadi DLH yang menjawab dan sebenarnya di DLH tuh ada ini juga Laron Sarungan. Itu tuh dibawah DLH, dia tuh bisa masyarakat berkunjung untuk belajar tentang pengelolaan sampah gitu. Jadi disana sebenarnya kita sudah dari lama sudah mengelola sampah secara mandiri ya, tapi masih dalam lingkup kecil, belum memenuhi kebutuhan kita, 110 ton kalau ga salah per harinya, dan itu baru beberapa ton aja disitu tuh, karena lingkupnya masih kecil

Q: Berarti kalau nanti masyarakatnya menghubungi melalui JSS itu langsung ke DLH ya mba berarti?

A: Heem, betul

Q: Tapi kalau komentar di media sosial langsung ke Dinas Kominfo?

A: Ke Dinas Kominfo kalau pun ada beberapa hal yang kita masih ragu untuk menjawab, nantinya kita bakal komunikasiin juga ke DLH gitu sih

Q: Biasanya Dinas Kominfo akan aktif untuk menjawab atau baca aja nih Mba?

A: Tergantung..., tergantunggg..., jadi kan ada beberapa yang apa ya, yang emang, ya udah deh mau diapain juga kayak gimana ya, ya gamau denger gitu, dan terus kayak, emang kebijakannya begitu, gabisa diubah lagi, ya kita, hanya bisa mengikuti kebijakan itu, ya.. tergantung

Q: Baik, tergantung pertanyaan dan tanggapannya gitu ya mba

A: Iya..

Q: Nah, untuk jangka panjangnya ini Mba, dari Dinas Kominfo sendiri, kira-kira, apanih harapannya kepada masyarakat terkait pengelolaan sampahnya ini, dan untuk komunikasi yang dibuat?

A: Ya harapannya, tentu saja masyarakat itu jadi lebih paham tentang pengelolaan sampah yang lebih baik, terus mereka juga bisa selain paham, mereka bisa mempraktekkan juga di rumah dengan cara memilah sampah dan menerapkan 3R. Reduce, Reuse, Recycle. Dan juga mereka bisa mengolah sampah dan nantinya kedepan kita tuh sampah ini gak jadi bom waktu lagi kayak sekarang, tapi sampah bisa dikelola dengan baik, dan ga menumpuk, dan bukan jadi masalah di kita lagi, bukan itu

Q: Baik, selanjutnya kita masuk ke aspek hambatan yaa mbak. Untuk proses komunikasi persuasif yang berjalan ada gak mbak hambatannya? Dari awal konten dibuat?

A: Mungkin hambatan, mungkin kayak kita sendiri kan bukan jadi leading sektor, makanya kita agak awal itu mungkin kita agak kekurangan data, belum tau nih jalannya kemana jadi agak ini, apa, belum terstruktur, konten-konten mana yang harus dibuat dan diupload, tapi lama-lama kita bisa yaudah menyesuaikan diri, terus abis tuh juga membangun grup whatsapp juga sama DLH untuk apa komunikasi tentang konten-konten yang akan kita buat. Gitu sih. Terus hambatan lainnya juga kayak ini sih, kayak SDM ya mungkin kita kan ada banyak kegiatan, kayak SDM yang kurang dan terbatas gitu, kita jadinya pekerjaan itu menumpuk gitu, walaupun ini gabisa dijadikan alasan ya karena ini pekerjaan kita gitu. Cuma ya mungkin kekurangan SDM juga. Kayak gitu sih

Q: Mba, kalau boleh tau tadi katanya ada perbedaan ya dari struktur konten atau komunikasi di awal-awal dan setelah menyesuaikan. Kalau boleh tau perbedaannya apa ya mbak yang awal-awal dan sekarang ini?

A: Ya paling awal-awal bukan dari kontennya tapi dari jadwalnya. Kan akan lebih baik gitu kalau kita ada ini loh rangkaian kampanyenya gitu, nah mungkin rangkaianannya dimulai dengan pemahaman kalau misalnya kita paham dulu masalahnya. Nah ini tuh kita sempat loncat nih langsung ke pemilahan sampah, kayak gitu. Nah mungkin harusnya awal-awal pemberitahuan dulu kalau TPA Piyungan udah mulai overload nih, terus abis tuh kita harusnya berusaha mensounding itu dulu, memberi pemahaman dulu, baru abis tuh masuk ke pemilahan sampah tentang apa jenis-jenis sampahnya tuh apa aja sih. Gitu, terus abis tuh lokasi-lokasi Depo dan baru nanti gerakan-gerakannya ada yang untuk sampah anorganik ada yang untuk organik

Q: Jadi kalau bisa dibilang itu dulu tuh, mungkin konten terkait pemahaman masalah sampah kurang ya mbak? Tiba-tiba udah minta tindakannya gitu dari masyarakat gitu ya mbak?

A: Waktu tuh gimana ya, waktu tuh langsung kita tuh sosialisasi pemilahan sampah gitu, ya itu cuma berlangsung bentar aja abis tuh kita langsung ngebangun bersama DLH lagi sih

Q: Setelah bersama DLH baru lebih tertata timelinenya ya mba?

A: Iyaa

Q: Berarti terkait hambatan yang ada solusinya adalah berkomunikasi dengan DLH ya mbak?

A: Iya betul

Q: Kalau untuk Dinas Kominfo apakah juga ada berkomunikasi dengan Sekda mbak?

A: Ada sih kita berkomunikasi juga pastinya dengan Sekda, kita kan ada, pertama tuh setiap agenda dari Walikota dan juga Sekda tuh akan dikirim ke kita, karena akan kita liput, itu sih komunikasinya, yang kedua mungkin komunikasinya itu langsung ke Pak Kepala Dinas, misalnya Pak Sekda ingin bikin talkshow atau konten apa, terus melibatkan ke mana itu kan komunikasiin ke kita.

Q: Mba, jadi apakah terdapat perbedaan konten gitu dari Dinas Kominfo berkomunikasi dengan DLH dengan Dinas Kominfo berkomunikasi dengan Sekda?

A: Sebenarnya bukan perbedaan konten sih, cuma mungkin kita lebih tau data yang real timenya tuh gimana sih, data-datanya dan proker yang terbarunya itu gimana, gitu sih. Dan kita emang harus selalu kayak gitu sih, karena kan emang kita bukan pembuat kebijakan tapi kita yang mensosialisasikan.

Q: Iya ya, yang menyampaikan ke publik nantinya ya

A: Heem

Q: Kemudian dalam jangka yang panjangnya ini mbak, bagaimana Pemerintah Kota Jogja seperti Sekda, DLH, dan juga Dinas Kominfo itu berencana untuk mempertahankan komunikasi persuasif yang telah dilakukan. Jadi, masyarakat tetap aware gitu dengan pengelolaan sampah atau pentingnya sampah hingga seterusnya gitu.

A: Em jadi, untuk sosialisasi itu akan terus kita lakukan ya tentang sampah, khususnya kita di media massa, media sosial, dan media *online*, dan lain-lain. Mungkin kalau Sekda sendiri bisa aja langsung terjun ke masyarakat gitu. Itu aja sih, paling ya terus sosialisasi, kalau kita lewat media

Q: Terus kalau dalam jangka panjangnya lagi, yang mau dicapai oleh Pemerintah Kota Jogja terkait komunikasi persuasif ini apa mbak? Jadi, gimana Pemerintah Kota Jogja ini melihat Jogja di masa depan terkait sampah?

A: Ya harapan masa depan sih, kita pengen pengelolaan sampah di kota Yogyakarta itu lebih baik ya, mungkin dari masyarakat dan dari pemerintahnya sama sama bekerja sama nih, buat menyukseskan gerakan zero sampah anorganik terus juga pengelolaan sampah yang ada, masyarakat lebih terstruktur gitu memilah sampah dan mengelola sampah masing-masing. Terus tuh, jadi ada rasa kalau sampah adalah tanggung jawab masing-masing. Begitu

Q: Baik mbaa.. Nah mbak, kalau dari saya sendiri pertanyaan sudah terjawab semua, kalau dari Mba Almira ada yang ingin ditambahkan terkait proses komunikasi persuasif pengelolaan sampah?

A: Em.. udah sihh, mungkin itu aja yah..

Q: Baik, mbaa nanti izin ya mungkin saya masih perlu bantuan mbak jika nanti saat mengelola data ada yang saya bingung. Jadi izinkan saya untuk menghubungi mba lagi yaa

A: Oh iya, boleh nanti bilang aja kalau ada yang bingung. Gapapa

Q: Baik, terima kasih kepada Mbak Almira sudah meluangkan waktunya untuk membantu saya

A: Sama-sama Mbak Sheila. Sukses yaa

## Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara

**Narasumber :**

1. Ir. Aman Yuriadijaya (Sekretaris Daerah Kota Yogyakarta)
2. Drs. Sugeng Darmanto (Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta)

**Tanggal Wawancara :** 20 September 2023

**Pukul :** 09.30 WIB

**Lokasi Wawancara :** Ruang Rapat Sekda, Kantor Walikota Yogyakarta

**Dokumentasi :**



**Narasumber :**

1. Almira Nabila (Pranata Hubungan Masyarakat Ahli Pertama & Admin Media Sosial @pemkotjogja)

**Tanggal Wawancara :** 22 September 2023

**Pukul :** 13.30 WIB

**Lokasi Wawancara :** Dinas Kominfosan, Komplek Balaikota Yogyakarta

**Dokumentasi :**

