

Pola Komunikasi Satpol PP pada Penertiban Pedagang Kaki Lima di Kawasan Bandung Electronic Center

(Studi Deskriptif Mengenai Kegiatan Komunikasi Satpol PP dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima di Kawasan Bandung Electronic Center)

The Satpol PP Communication Pattern on Street Vendors Policing in Bandung Electronic Center Area

(Descriptive Study on Communication Activity of Satpol PP in The Street Vendors Policing in Bandung Electronic Center Area)

¹Sissy Fransiska Irawan, ²Dadan Mulyana

^{1,2}*Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹sissyfransiscairawan@yahoo.com.

Abstract. Bandung is an urban area with complete function and development. In this city, there is the development of governmental and commercial center such as the services sector, trade, housing, industry, education, tourism, healthcare and public services. It affects land use patterns with the intensity of the vast land that awakened in urban areas. Development that is built up rapidly, propagating in a green open space, resulting in a lot of lands that should still be retained as a green open space the city had changed as a function of the area blame allocation. One form of the informal sector is street vendors. This thesis discusses the PP municipal police communication patterns within the control of street vendors in the area of Bandung Electronic Center. This study aims to determine Communication Patterns municipal police in controlling street vendors. The method used is descriptive research, which the authors describe Leadership Communication Patterns municipal police in controlling street vendors in Bandung Electronic Center Region whether it be direct communication (face to face), or through counseling. The type of data that is presented is primary data through questionnaires, observations, interviews and literature. While the secondary data obtained through the study of literature and the literature, such as books, documents, and the Internet. Data analysis techniques used to facilitate the process of analysis and interpretation of the results, through editing, coding, and other data processing. With a data analyst technique used in this research is the analysis of quantitative data.

Keywords: Communication municipal police, Control of Street Vendors, Bandung, Descriptive.

Abstrak. Kota Bandung merupakan wilayah perkotaan dengan fungsi dan perkembangan yang lengkap. Pada kota ini terdapat pengembangan pusat pemerintahan dan perdagangan seperti sektor jasa, perdagangan, pemukiman, industri, pendidikan, pariwisata, kesehatan dan pelayanan umum. Hal tersebut mempengaruhi pola penggunaan lahan dengan semakin luasnya intensitas lahan yang terbangun pada areal perkotaan. Pengembangan yang terbangun cepat sekali, merambat pada ruang terbuka hijau, mengakibatkan banyak lahan-lahan yang seharusnya tetap dapat di pertahankan sebagai ruang terbuka hijau kota telah berubah fungsi sebagai daerah yang disalahkan peruntukannya. Salah satu bentuk sektor informalnya adalah Pedagang Kaki Lima. Skripsi ini membahas mengenai pola komunikasi satpol PP dalam penertiban pedagang kaki lima di kawasan Bandung Electronic Center. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pola Komunikasi Satpol PP dalam penertiban Pedagang Kaki Lima. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, dimana penulis mendeskripsikan Pola Komunikasi Satpol PP dalam penertiban Pedagang Kaki Lima di Kawasan Bandung Electronic Center baik itu berupa komunikasi secara langsung (face to face), atau melalui penyuluhan. Jenis data yang disajikan yaitu data primer melalui angket, observasi, wawancara dan kepustakaan. Sedangkan data sekunder yang diperoleh melalui telah pustaka dan berbagai literatur seperti, buku, dokumen dan internet. Teknik analisis data yang digunakan untuk memudahkan proses analisis dan interpretasi hasilnya, dengan melalui pengeditan, pemberian kode, dan pemrosesan data lainnya. Dengan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif.

Kata Kunci : Komunikasi Satpol PP, Penertiban Pedagang Kaki Lima, Kota Bandung, Deskriptif.

A. Pendahuluan

Pedagang kaki lima (Sektor Informal) adalah mereka yang melakukan kegiatan usaha dagang perorangan atau kelompok yang dalam menjalankan usahanya menggunakan tempat-tempat fasilitas umum, seperti trotoar, pingir-pingir jalan umum, dan lain sebagainya. Pedagang yang menjalankan kegiatan usahanya dalam jangka tertentu dengan menggunakan sarana atau perlengkapannya yang mudah dipindahkan, dibongkar pasang dan mempergunakan lahan fasilitas umum sebagai tempat usaha. Permasalahan seperti ini menjadi tugas berat bagi pemerintahan Kota Bandung, terutama bagian keamanan, ketertiban lingkungan yaitu Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP). Mengingat kehadiran pedagang kaki lima sudah lama hadir di tengah masyarakat saat masa penjajahan dahulu, pada masa penjajahan kolonial peraturan pemerintahan waktu itu menetapkan bahwa setiap jalan raya yang dibangun hendaknya menyediakan sarana untuk para pedestrian atau pejalan kaki yang sekarang ini disebut dengan trotoar. Dalam hal ini berarti diharapkan para PKL tetap berjualan menjalankan usahanya untuk mendapatkan penghasilan mereka sehari-hari, tetapi tidak mengganggu optimalisasi fungsi tata ruang yang ada. Sebagai contoh banyak PKL yang berjualan di trotoar, sehingga pejalan kaki terenggut haknya tidak dapat menikmati fasilitas umum yang ada dan keselamatannya terganggu. Selain hal tersebut banyak PKL yang tidak memperhatikan kondisi kebersihan di sekitar berjualan, sehingga menyebabkan lokasi tersebut terlihat kotor atau kumuh seperti pedagang-pedagang kaki lima yang ada di Jl. Purnawarman Kota Bandung.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan tersebut, yakni :

1. “Bagaimana Kegiatan Komunikasi Satpol PP Kota Bandung dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima di Kawasan *Bandung Electronic Center* ?”
2. Bagaimana Isi Pesan Komunikasi Satpol PP Kota Bandung dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima di Kawasan *Bandung Electronic Center*?
3. Bagaimana Media Komunikasi Satpol PP Kota Bandung dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima di Kawasan *Bandung Electronic Center*?

B. Landasan Teori

Kebijakan publik di Indonesia terbentuk dalam suatu Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang, Keputusan Presiden, Keputusan Menteri, Keputusan Kepala Daerah dan lain sebagainya. Riant Nugroho mengatakan bahwa kebijakan publik yang terbaik adalah kebijakan yang mendorong setiap warga masyarakat untuk membangun daya saingnya masing-masing, dan bukan semakin menjerumuskan ke dalam pola ketergantungan (Nugroho, 2003:50), dengan demikian masyarakat merupakan tolak ukur keberhasilan suatu kebijakan publik. Efektif atau tidaknya suatu kebijakan publik tergantung kepada tepat tidaknya tujuan dan sasaran kebijakan publik tersebut kepada masyarakat, sehingga masyarakat terpenuhi hak-haknya sebagai warga negara.

Dalam teori ini komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok kecil seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi dan sebagainya. Komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. (Wiryanto, 2005:46). Komunikasi kelompok pada intinya menjelaskan mengenai komunikasi yang terjadi di dalam kelompok. Pemahaman kelompok ini pun kemudian mengalami

beberapa pemahaman yang pada intinya dibagi pada dua bagian utama mengenai kelompok kecil dan besar, sebagaimana diungkapkan (Effendy, 2009: 75) bahwa :

“Komunikasi kelompok berarti komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Sekelompok orang yang menjadi komunikasi itu bisa sedikit, bisa banyak. Apabila jumlah orang yang dalam kelompok itu sedikit berarti kelompok itu kecil (*small group communication*), jika jumlahnya banyak berarti kelompoknya besar dinamakan komunikasi kelompok besar (*large group communication*).”

Keikutsertaan individu menjadi anggota kelompok disebabkan alasan-alasan, sebagai berikut :

1. Perhatian dan keikutsertaan individu ditumbuhkan oleh solidaritas kelompok.
2. Perubahan sikap akan lebih mudah terjadi apabila individu berada dalam satu kelompok, selanjutnya keputusan-keputusan kelompok akan lebih mudah diterima dan dilaksanakan apabila individu terlibat dalam pengambilan keputusan.
3. Kepercayaan besar yang diberikan kepada kelompok.

Jaringan komunikasi kelompok merupakan perangkat hubungan yang menunjukkan lingkaran pergaulan antara individu satu dengan yang lainnya, atau anggot-anggota kelompok dalam membicarakan isu-isu tertentu. Individu berdiskusi mengenai isu-isu itu dengan siapa, dan sesering apakah mereka mendiskusikan isu-isu tersebut.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis data dilakukan setelah peneliti mengumpulkan seluruh data dan informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian, peneliti akan melakukan beberapa tahapan persiapan data untuk memudahkan proses analisis dan interpretasi hasilnya, yaitu melalui pengeditan, pemberitaan kode, dan pemrosesan data lainnya dalam penelitian. salah satu cara lain pemrosesan data untuk menghitung data frekuensi adalah distribusi frekuensi, perhitungan data dengan distribusi frekuensi ini dapat dilakukan dengan menghitung frekuensi data tersebut kemudian dipersentasekan. Frekuensi tersebut juga dapat dilihat penyebaran persentasenya, yang oleh kebanyakan orang dikenal dengan frekuensi relatif.

Untuk menghitung sebaran persentase dari frekuensi tersebut, dapat digunakan rumus :

$$N = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

N = Jumlah kejadian

Fx = Frekuensi Individu

Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan mengolah data angket yang telah dijawab oleh responden dengan kriteria tertentu. Data diolah berdasarkan sumber dan referensi yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun koefisien korelasi yang digunakan untuk menghitung korelasi antara skor item dengan skor total dalam pengujian validitas alat ukur penelitian ini adalah koefisien korelasi rank Spearman. Hal ini dikarenakan skala pengukuran pada alat ukur penelitian adalah berskala ordinal.

Untuk menentukan nilai korelasi, digunakan rumus sebagai berikut :

$$r_s = \frac{\sum R(X)R(Y) - n\left(\frac{n+1}{2}\right)^2}{\sqrt{\left(\sum (R(X))^2 - n\left(\frac{n+1}{2}\right)^2\right)\left(\sum (R(Y))^2 - n\left(\frac{n+1}{2}\right)^2\right)}}$$

Untuk menguji validitas setiap item maka skor-skor yang ada pada item yang dimaksud dikorelasikan dengan skor total. Skor item dipandang sebagai nilai X dan skor total dipandang sebagai Y. Dengan diperolehnya indeks validitas setiap item dapat diketahui dengan pasti item-item manakah yang tidak memenuhi syarat ditinjau validitasnya. Suatu sistem dikatakan valid apabila nilai r atau nilai korelasi antara skors item dengan totalnya menunjukkan koefisien yang signifikan, dikatakan signifikan apabila nilai r tabel lebih kecil dari nilai r korelasi dengan menggunakan tabel r untuk korelasi spearman atau r hitung \geq rtabel dengan mengambil $\alpha = 0,05$ dan $n = 30$ maka didapat nilai rtabel = 0.306, apabila terdapat pernyataan item yang tidak valid maka data yang didapat tidak bisa digunakan untuk analisis selanjutnya.

Hasil dari penelitian terlihat cara yang ditempuh untuk mengumpulkan data adalah melalui angket yang meliputi daftar pertanyaan dan beberapa alternatif jawaban. Serta berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan Satpol PP, responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban yang dianggap paling mewakili perasaan atau yang dirasakan responden. Penyebaran angket dilakukan dengan cara mendatangi para pedagang kaki lima yang berjumlah 45 orang. Seluruhnya dijadikan sampel yang dimana seluruh populasi diambil untuk dijadikan sampel dalam penelitian. Selanjutnya penulis akan menguraikan hasil angket yang disebarakan dalam bentuk tabel-tabel agar dapat memberikan gambaran yang jelas terhadap masalah yang perlu diteliti agar mudah dipahami.

Berdasarkan perhitungan akumulatif diatas, diperoleh 11% responden termasuk kedalam kategori tinggi, dan 89% masuk kedalam kategori sedang. Dengan demikian dalam aspek media komunikasi dari komunikasi pimpinan Satpol PP pada penertiban pedagang kaki lima di kawasan Bandung Electronic Center menurut mayoritas responden termasuk kedalam kategori sedang yaitu sebanyak 89%. Hal ini bisa terjadi karena media yang digunakan oleh pimpinan Satpol PP pada penertiban pedagang kaki lima di kawasan Bandung Electronic Center dinilai responden cukup efektif dalam sosialisasi rencana relokasi tersebut, salah satu keunggulan media yang digunakan oleh pimpinan Satpol PP adalah melalui interaksi langsung dengan para pedagang kaki lima dan spanduk yang dipasang disekitar kawasan tersebut.

Penilaian responden terhadap aspek media yang digunakan oleh Satpol PP pada penertiban pedagang kaki lima di kawasan Bandung Electronic Center dibagi kedalam 4 bagian yaitu: (1) media yang digunakan, (2) segmentasi media, (3) relevansi media, (4) kesesuaian media. Dimensi media yang digunakan menjadi dimensi yang paling menonjol atau tinggi pada aspek media komunikasi dalam kaitannya responden memberikan respon mengenai komunikasi Satpol PP pada penertiban pedagang kaki lima di kawasan Bandung Electronic Center dilihat dari skor total penjumlahan jawaban dari responden.

D. Kesimpulan

Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini sesuai dengan batasan dan tujuan penelitian ini adalah:

1. Intensitas Komunikasi

Intensitas pesan dari komunikasi Satpol PP pada penertiban pedagang kaki lima di Kawasan Bandung Electronic Center dibagi ke dalam dua bagian yaitu: (1) Frekuensi, (2) Durasi Pesan. Pada dimensi frekuensi menjadi dimensi yang paling dominan dalam sub variabel I intensitas pesan dalam kaitannya responden memberikan respon mengenai komunikasi Satpol PP pada penertiban pedagang kaki lima di kawasan Bandung Elektronik Center dilihat dari skor total penjumlahan jawaban dari responden.

2. Isi Pesan Komunikasi

Isi pesan dari komunikasi Satpol PP pada penertiban pedagang kaki lima di kawasan Bandung Electronic Center di bagi kedalam tiga bagian yaitu: (1) Kejelasan Pesan, (2) Daya Tarik Pesan, (3) Dimengerti. Dimensi kejelasan pesan menjadi dimensi yang paling menonjol dalam sub variabel II isi pesan dalam kaitannya responden memberikan respon komunikasi pimpinan Satpol PP pada penertiban pedagang kaki lima di kawasan Bandung Electronic Center dilihat dari skor total penjumlahan jawaban dari responden.

3. Media Komunikasi

Aspek media yang digunakan oleh Satpol PP pada penertiban pedagang kaki lima di kawasan Bandung Electronic Center dibagi kedalam 4 bagian yaitu: (1) Media yang Digunakan, (2) Segmentasi media, (3) Relevansi Media, (4) Kesesuaian Media. Dimensi media yang digunakan menjadi dimensi yang paling menonjol atau tinggi pada aspek media komunikasi dalam kaitannya responden memberikan respon mengenai komunikasi Satpol PP pada penertiban pedagang kaki lima di kawasan Bandung Electronic Center dilihat dari skor total penjumlahan jawaban dari responden.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Komunikasi yang dilakukan oleh Satpol PP harus lebih persuasif.
2. Satpol PP memberikan informasi secara up to date mengenai wacana relokasi sehingga masyarakat terutama pedagang kaki lima lebih bersiap dan Satpol PP harus berinteraksi secara langsung agar masyarakat tidak takut terhadap image Satpol PP yang sudah terlanjur buruk.
3. Bagi para pedagang kaki lima harus lebih sadar terhadap aturan yang berlaku.

Saran Keilmuan

1. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai rujukan pengetahuan baru khususnya dalam bidang komunikasi khususnya ilmu public relations.
2. Diharapkan juga dapat menambahkan wawasan mengenai penelitian deskriptif, sehingga dapat menunjang kemajuan pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.
3. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai tolak ukur untuk instansi pemerintah khususnya Satpol PP, sehingga kedepannya dapat menjadi masukan agar dapat lebih baik lagi.

Daftar Pustaka

- Bromley, Ray. 1979. "Organisasi, Peraturan, danPengusahaanSektor informal di Kota :Pedagang Kaki Lima di Cali Colombia". Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Cangara, Hafied. 2003. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.

- Effendy, Onong Uchjana. 2009. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek (cetakan kedua puluh dua). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kurniadi dan Tangkilisan. 2002. Ketertiban Umum dan Pedagang Kaki Lima di DKI Jakarta. Yogyakarta: YPAPI.
- Littlejohn, Stephen. 2009. Teori Komunikasi: Theories of Human Communication. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2001. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2003. Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta
- Soehartono, Irwan. 2008. Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- West, Richard. 2008. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Hunika.
- Wiryanto. 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.