

# **KOMUNIKASI PERSUASIF SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DALAM PENERTIBAN PEDAGANG KAKI LIMA DI KOTA PEKANBARU**

**By: Muhammad Efendi**

**[Muhammadefendi89@yahoo.com](mailto:Muhammadefendi89@yahoo.com)**

**CONSELOUR : NURJANAH  
Ilmu Komunikasi FISIP UR  
ABSTRACT**

*Sidewalk-dealer is one of the informal business activities that we can see in many place in each city corner in Indonesia included in Pekanbaru city. The development of sidewalk-dealer more and more rapid in Pekanbaru city, this can see when many dealer who selling in sidewalk or roadside that cannot arrangement properly. Moreover, the dealer's violation impact on traffic jam that would be an obstruction to get an access to the way, accident, and another bad impact. The effort like what the official guardian police do is committed to persuasive communication to the sidewalk-dealer. In doing persuasive approach, of course, there will be a technique, certain strategy, and persuasive communication to reach the goals. This research aims to understand the persuasive communication of the official guardian police in controlling the sidewalk-dealer in Pekanbaru city and also to know what factors influence persuasive communication of the official guardian police in controlling the sidewalk-dealer in Pekanbaru city.*

*This research uses qualitative method with descriptive approach, and with interview, documentation and observation data collection technique. Data then processed to reduced, thus, arranged to get general conclusion. This research took place in the office of the official guardian police in Pekanbaru. The research objects are the sidewalk-dealer in Pekanbaru city and the number of subject in this research are 12 peoples based on purposive and accidental methods used by the researcher. Otherwise, checked the legality of data, the researcher uses acceleration participation and triangulation techniques.*

*The research results showing that generally, persuasive communication of the official guardian police in controlling the sidewalk-dealer is fine. The effort done by the official guardian police such as: persuasive communication technique and persuasive communication pattern, other that, there are several factors that influence in doing persuasive communication toward the dealer, such as: personal (persuader), motivation, environment, hoodlum, and supporting facility to controlling performance.*

***Keyword: Communication, Persuasive Communication, and Controlling***

## **Pendahuluan**

Pekanbaru merupakan ibukota Provinsi Riau yang berperan sebagai pusat perekonomian Riau yang cukup menjanjikan. Terlebih kota Pekanbaru saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Kota Pekanbaru memiliki berbagai potensi yang dapat menarik minat para pendatang baik dari daerah sekitar maupun daerah luar Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah penduduk yang datang ke kota Pekanbaru. Banyaknya pendatang yang datang ke Pekanbaru tidak diimbangi dengan jumlah lapangan pekerjaan yang memadai, banyak menimbulkan masalah. Diantaranya meningkatnya angka kriminal, pengangguran, kemiskinan dan lain-lain. Selain itu, kecilnya lapangan pekerjaan yang membuat perekonomian semakin buruk yang dialami masyarakat, membuat mereka memilih salah satu alternatif usaha sektor informal dengan modal yang relatif kecil untuk mendapatkan keuntungan yang besar untuk kelangsungan hidup. Salah satu usaha disektor informal dengan modal yang relatif kecil adalah menjadi Pedagang Kaki Lima.

Menjamur atau merebaknya usaha-usaha PKL sebagai salah satu sektor informal di kota Pekanbaru menjadi tidak terkendali. Jumlah PKL dari tahun ke tahun bertambah banyak, menurut catatan resmi Dinas Pasar Pekanbaru pada tahun 2012 ada 1.051 PKL dan data terakhir 2013 ada 2.088 PKL, jumlah secara keseluruhan dengan yang terdaftar terkadang kurang sesuai dengan kenyataannya. Dari jumlah PKL tersebut tersebar dikawasan atau pusat ekonomi, baik di pasar yang dikelola oleh dinas pasar kota pekanbaru maupun di tempat pasar jongkok yang tidak memiliki izin berdagang seperti Jalan Cut Nyak Dien dan sepanjang Jalan HR. Soebrantas.

Satpol-PP malakukan penertiban dengan menggunakan langkah-langkah persuasif dengan para PKL supaya mau di tertipkan ketempat yang disediakan, langkah yang ditempuh dengan mensosialisasikan kepada para PKL dengan cara memberi surat edaran tentang penertiban tersebut supaya mau pindah ke Pasar Senggol di sampin MTC Gaint panam. Komunikasi persuasif yang dilakukan Satpol PP dalam melakukan sosialisasi kepada PKL dengan memberi tahu bahwa ditempat tersebut tidak dibenerkan untuk berdagang, karena melagar PERDA kota Pekanbaru selanjutnya Satpol PP membujuk para PKL agar mau pindah ketempat yang baru. Namun kenyataannya usaha komunikasi persuasif yang dilakukan tersebut belum berhasil secara maksimal, hal ini masih ada PKL yang enggan mau di tertipkan ketempat yang telah disediakan pemerintah tersebut, sebagian PKL mau pindah dan sebagian memilih tetap di tempat yang lama yaitu Pasar Jongkok HR. Soebrantas.

Maka dari fenomena ini, penulis mengamati komunikasi persuasif Satpol PP dalam penertiban pedagang kaki lima di kota Pekanbaru dan faktor yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi persuasif Satpol PP dalam penertiban pedagang kaki lima di kota Pekanbaru

## **Tinjauan Pustaka**

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin *communis* yang artinya "sama" dan jika kita mengadakan komunikasi dengan orang lain, berarti kita sedang mengadakan kesamaan dengan orang lain.

Komunikasi pada hakekatnya adalah membuat komunikan dan komunikator sama-sama sesuai untuk satu pesan (Mulyana, 2012:46).

Everett M. Roger mengatakan bahwa, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Mulyana, 2012:69).

Istilah komunikasi persuasi bersumber dari kata latin "*Persuasio*" yang artinya membujuk, mangajak, dan merayu. Pengertian persuasif menurut R. Roekomy (dalam Soemirat, 2007:124) adalah kegiatan psikologis dalam usaha mempengaruhi pendapat, sikap dan tingkah laku seseorang atau orang banyak.

Mendefinisikan arti komunikasi persuasif adalah mempengaruhi, yang merupakan sebagai kemampuan untuk mempengaruhi sikap, keyakinan, dan perilaku kewenangan formal (Elsa, 2008:15). Dari pengertian tersebut jelaslah bahwa persuasi adalah suatu kegiatan untuk mempengaruhi seseorang atau orang banyak agar berpendapat, bersikap, dan bertindak laku seperti yang diharapkan oleh komunikator. Secara umum, komunikasi persuasif adalah suatu proses yakni proses mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang, baik secara verbal maupun nonverbal sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru merupakan pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru. Jadi, Satuan Polisi Pamong Praja secara nyata dan jelas bertanggung jawab sepenuhnya terhadap Peraturan Daerah yang berhubungan dengan ketentraman dan ketertiban umum di Kota Pekanbaru dan bertanggung jawab kepada Walikota Pekanbaru karena Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru merupakan bagian/kantor di lingkungan Kota Pekanbaru. Dengan kata lain Satpol PP Kota Pekanbaru merupakan Petugas Walikota yang ikut menjalankan beberapa tugas Walikota.

Menurut kamus bahasa indonesia penertiban adalah proses, cara, perbuatan menertibkan: dl tidakan ~pedagang kaki lima itu kios-kios di sepanjang jalan protokol dibongkar dan dipindahkan ke tempat usaha yang baru; dl~itu semua kendaraan umum dipriksa surat tanda kir dan izin trayeknya (<http://kamusbahasaindonesia.org/penertiban> tanggal akses 15/3/2013-11.35). Berdasarkan uraian diatas, dapat dilihat bahwa penertiban adalah proses, cara, perbuatan menertibkan pedaga kaki lima yang ada di jalan-jalan protokol supaya tidak terjadi kemacetan di jalan-jalan tersebut para pedagang kaki lima di pindahkan ke tempat yang telah disediakan oleh pemerintah setempat, supaya ketertiban umum terbantu atau terlaksana dengan baik.

Pedagang adalah orang atau badan yang membeli barang dari produsen baik secara langsung melalui perantara yang kemudian menjualnya kepada konsumen. Para pedagang biasanya memiliki tempat berdagang seperti toko, warung, kios, dan gudang tempat penyimpanan persediaan barang yang dijualnya. Dan menurut Yan Fieter (dalam Darmalinda, 2010:), pedagang kaki lima adalah pedagang kecil yang berjualan secara tidak resmi disuatu tempat umum seperti pasar dan emperan toko yang sebenarnya tidak dimaksud untuk itu.

Menurut pendapat Bromley (dalam Darmalinda, 2010:), pedagang kaki lima merupakan kelompok tenaga kerja yang banyak di sektor informal. Pandangan Bromley, perkerjaan pedagang kaki lima merupakan jawaban terakhir yang berhadapan dengan proses urbanisasi yang barangkai dengan migrasi desa ke kota yang besar, pertumbuhan penduduk yang pesat, pertumbuhan kesempatan

kerja yang lambat di sektor industri dan penyerapan teknologi yang padat modal serta keberadaan tenaga kerja yang berlebihan. Sedangkan menurut Mulyanto (dalam Darmalinda, 2010), pedagang kaki lima adalah termasuk usaha kecil yang berorientasi pada laba (*profit*) layaknya sebuah kewirausahaan (*entrepreneurship*). Pedagang kaki lima mempunyai cara tersendiri dalam mengelola usahanya agar mendapat keuntungan.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif, yaitu usaha untuk mengumpulkan, menyusun, dan menginterpretasikan data yang ada dan menganalisa objek yang akan diteliti dengan merujuk pada prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif. Peneliti berupaya mendeskripsikan komunikasi persuasif Satpol PP dalam penertiban pedagang kaki lima di kota Pekanbaru. Melalui pendekatan kualitatif, tujuan penelitian pada intinya bertumpu pada usaha untuk mengamati, mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data mengenai komunikasi persuasif Satpol PP dalam penertiban pedagang kaki lima di kota Pekanbaru.

Penentuan informen dilakukan dengan cara *perposive sampling* dan *Accidental Sampling*. Para informen ini adalah kepala Satpol PP dan pedagang kaki lima. Hal ini perlu diperhatikan supaya peneliti mendapat gambaran jelas mengenai komunikasi persuasif Satpol PP dalam penertiban pedagang kaki lima di kota Pekanbaru

Data-data yang diperoleh dari Satpol PP difokuskan pada komunikasi persuasif Satpol PP dalam penertiban pedagang kaki lima di kota Pekanbaru. Dalam upaya pengumpulan data yang relevan dengan objek penelitian, peneliti menggunakan beberapa metode, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data yang dilakukan agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sekaligus mempermudah penyusunan penelitian tersebut.

Proses analisis dapat dilakukan semenjak data dikumpulkan. Pengolahan dan analisa data ini dilakukan dengan tetap mengacu pada teori-teori yang berhubungan dengan masalah dan kemudian akan ditarik kesimpulan dan disertai dengan saran-saran yang dianggap perlu. Data yang diperoleh akan dikumpulkan, dikategorikan dan disesuaikan polanya terhadap permasalahan yang ada, data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk uraian deskripsi yang disusun secara sistematis agar mudah dipahami.

## **Hasil dan Pembahasan**

Satuan Polisi Pamong praja tentunya menjalin komunikasi persuasif dalam penertiban pedagang kaki lima. Selain itu tentu ada faktor yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi persuasif Satpol PP dalam penertiban pedagang kaki lima di kota Pekanbaru.

## **Komunikasi Persuasif Satpol PP dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima Di Kota Pekanbaru**

Satpol PP tentunya memiliki teknik-teknik komunikasi persuasif dalam penertiban pedagang kaki lima di kota Pekanbaru. Adapun komunikasi persuasif

satpol pp dalam penertiban pedagang kaki lima di kota pekanbaru antara lain dapat dilihat dari proses, teknik dan pola komunikasi persuasif sebagai berikut :

#### **A. Proses komunikasi persuasif Satpol PP dalam penertiban**

Komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja dalam mengatasi atau memberikan solusi khususnya permasalahan pedagang kaki lima yang berjualan tidak pada tempatnya merupakan suatu hal yang harus diperhatikan oleh setiap anggota Satuan Polisi Pamong Praja, dengan komunikasi persuasif ini, pedagang kaki lima mau ditertipkan ketempat baru dan mengetahui bagaimana perilaku pedagang kaki lima dalam menghadapi penertiban.

Satpol PP tentunya memiliki cara tersendiri dalam melakukan penertiban pedagang kaki lima di kota pekanbaru. Adapun proses komunikasi persuasif yang dilakukan Satpol PP dalam penertiban pedagang ialah sebagai berikut :

##### **1. Komunikasi langsung**

Pada proses komunikasi ini satpol pp sebagai persuader memengaruhi target dengan berkomunikasi langsung atau berdialog langsung dengan para PKL supaya tercipta keakraban dan mengetahui apa yang menjadi permasalahan mereka, dimana Satpol pp sebelum mempengaruhi terlebih dulu menciptakan keakraban melalui komunikasi langsung. Hal ini sesuai dengan pendapat purnawan (2005:77) bahwa syarat persuasi yang paling pokok adalah keakraban, persuader ulung menciptakan keakraban terlebih dulu, karena dengan demikian kendali ada padanya. Dalam komunikasi orang yang berhasil menciptakan keakraban akan berda di depan orang lain, ia akan lebih memegang kendali. Namun kemampuan untuk menciptakan keakraban juga berbeda-beda karna setiap orang mempunyai watak yang berbeda-beda.

##### **2. Pesan**

Pesan adalah sesuatu yang memberi pengertian terhadap penerima, pesan bisa di sampaikan dalam berbentuk verbal dan nonverbal. Pesan komunikasi dalam penertiban pedagang kaki lima sangat menentukan keberhasilan penertiban pedagang. Hal yang menjadi penentu keberhasilan komunikasi persuasif adalah isi pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak atau pedagang, jika hal hal ini tidak diperhatikan maka, komunikasi tidak akan berjalan dengan baik. Pesan yang disampaikan seperti memberi tahu bahwa di tempat tersebut tidak dibenarkan untuk melakukan aktivitas termasuk berdagang karena melanggar PERDA ketertiban umum no 5 tahun 2002 pasal 19 ayat 1, ditempat tersebut akan dilakukan penertiban PKL ke tempat baru MTC Gaint Jalan Balam Sakti, Pruwodadi dan tempat lain yang memiliki izin dari pemerintah kota. Dalam penyampaian pesan tersebut Satpol PP selalu menyampaikan batas waktu untuk pindah sebelum dilakukan di lakukannya penrtiban secara paksa, satpol pp selalu berusaha meyakinkan PKL agar mau pindah.

##### **3. Media**

Saluran/media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Dalam proses penyampaian pesan pelaksanaan penertiban pkl yang dilakukan satpol pp,

tentunya memiliki media yang khusus, dalam penyampaian pesan terhadap PKL tersebut. Saluran dipengaruhi oleh persuader untuk komunikasi dengan berbagai orang. Baik secara formal dan nonformal, baik secara tatap muka dan dengan menggunakan media.

Adapun media yang digunakan oleh petugas dalam penertiban pedagang kaki lima di kota Pekanbaru ialah secara langsung dan tidak langsung. Salah satunya dengan menggunakan media surat edaran dan papan pengumuman yang di pasang di pasar Jongkok tersebut. Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan bisa sampai pada pedagang dan tidak mengalami gangguan yang berarti.

Dengan menggunakan media surat edaran di harapkan semua pesan yang disampaikan cepat tersebar dan dipahami pedagang selanjutnya menggunakan pengeras suara dalam penyampaian pesan komunikasi persuasif bertujuan agar supaya pedagang memahami isi pesan tersebut dan bertujuan untuk melanjutkan penyampaian pesan dari surat edaran. Dengan menggunakan surat edaran dan pengeras suara dalam penyampaian pesan kepada pedagang kaki lima di harapkan pedagang bisa memahami dari pesan yang disampaikan.

## **B. Teknik Komunikasi Persuasif Satpol PP**

Teknik satpol pp dalam menyampaikan pesan persuasi kepada pedagang sangat berpengaruh terhadap pencapaian tujuan penertiban. Penggunaan teknik persuasif yang tepat merupakan salah satu keberhasilan dari suatu program kerja yang di laksanakan. Disamping itu juga berdampak terhadap hubungan yang baik antara satpol pp dengan para pedagang kaki lima. Selain hubungan yang harmonis, juga dapat memperlancar jalannya penertiban yang di lakukan satpol pp. Dapat disimpulkan bahwa dengan penggunaan teknik komunikasi persuasif yang tepat, maka akan memperoleh hasil kerja yang maksimal dalam melakukan penertiban.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan keikutsertaan peneliti mendapat bentuk teknik yang diterapkan oleh satpol pp dalam melakukan penertiban pedagang kaki lima, hal ini juga sesuai dengan teknik dan strategi yang di kemukakan oleh para ahli mengenai komunikasi persuasif, antara lain sebagai berikut:

### **1. Mencari kesamaan sudut pandang.**

Menurut Khafi (2010:73) untuk kemampuan mempersuasif lawan bicara, dilakukan dengan teknik *leveling* yaitu menyesuaikan cara berfikir lawan bicara, secara langsung atau tidak langsung. Hal ini sesuai dengan teknik yang digunakan satpol pp yaitu, menghubungkan ide atau pesan dan membangun pendapat yang sama, maksudnya adalah menjebatani sudut pandang satpol pp terhadap pedagang untuk membangun pemikiran atau pendapat yang sama. Dimana pedagang berpendapat mereka tidak mau dipindahkan atau ditertibkan ketempat yang baru sedangkan Satpol PP berpendapat PKL boleh berdagang dimana saja tidak ada larangan tetapi tidak boleh berjualan ditempat umum yang tidak ada izin dari pemerintah kota. Dalam melakukan komunikasi persuasif, Satpol pp selalu menyamakan atau menyamakan sudut pandang dengan PKL tentang penertiban yang dilakukan. Hal dilakukan agar Satpol PP supaya pesan yang akan disampaikan kepada pedagang bisa dipahami dengan mudah, meskipun sebagian

pedagang tidak mau dipindahkan dan dalam segala kesempatan satpol pp selalu menghubungkan usulan atau pendapat mereka dengan pedagang akan pesan yang akan disampaikan.

## 2. Melakukan perbandingan

Menurut Purnawan (2002:31) terdapat enam *cues* atau tanda pemancing reaksi dalam mempengaruhi yaitu, *comparison* (perbandingan) membandingkan perilaku atau ide kita dengan orang lain atau lawan bicara untuk mendorong dan melakukan hal yang sama. Dalam hal ini, kita sering memandang suatu masalah dengan sudut pandang kita sendiri dan bukan dengan sudut pandang orang lain. Jika tidak mampu membangun sudut pandang untuk kepentingan bersama, maka kemungkinan besar kita tidak akan bisa efektif melakukan proses komunikasi persuasif atau mempengaruhi orang lain.

Ketika berkomunikasi dengan para pedagang satpol pp selalu menyamakan/membandingkan pedagang yang belum pindah dengan yang sudah pindah ketempat baru ini dilakukan disela-sela komunikasi dengan pedagang, supaya PKL terpengaruh untuk pindah juga, hal ini dilakukan Satpol PP agar komunikasi persuasi berjalan dengan lancar. Melalui perbandingan tersebut dapat mempengaruhi PKL untuk mau pindah dengan sendirinya.

## 3. Bertanya dan mendengar

Banyak teknik komunikasi persuasif yang digunakan *persuader*, seperti yang dikatakan oleh Howell (dalam Soemirat, 2007:83) ada 10 teknik komunikasi persuasif, salah satunya adalah *putting it up to you* yaitu meyakinkan dengan berulang kali menanyakan kejelasan, kesetujuan, ketidaksetujuan, pendapat, penilaian, dari topik yang dibicarakan. Salah satu cara dengan bertanya dan mendengarkan, ini sering digunakan satpol pp pada saat melakukan penertiban pedagang kaki lima, ini sering kali digunakan satpol pp dalam melakukan komunikasi dengan pedagang. Secara sekilas mereka bertanya dan mendengarkan orang lain, apakah bapak-bapak dan ibu-ibu jelas dengan apa yang kami sampaikan tentang penertiban ini, bagaimana bapak-bapak dan ibu-ibu semua apa sudah paham.

## 4. Gaya komunikasi

Menurut Howell (dalam Soemirat, 2007:83) gaya komunikasi merupakan salah satu teknik dalam mempengaruhi lawan bicara, dengan teknik *don't as if as which* yaitu, mengirimkan sasaran kita tertarik pada objek persuasi kita, maka kita harus mampu mengemas bahasa yang digunakan, sehingga sasaran memaknai pesan itu dengan jelas dan mendukung banyak pilihan. Salah satu gaya komunikasi Satpol PP dalam melakukan persuasif adalah dengan mengemas bahasa yang baik, dimana ketika PKL menolak untuk ditertibkan maka Satpol PP akan mengatakan, apakah anda menginginkan tempat berdagang yang layak yang telah memiliki izin dari pemerintah kota?. Biasanya saat mempengaruhi orang lain, kita cenderung memiliki pilihan dalam gaya berkomunikasi.

Terkadang pendekatan yang digunakan untuk mempengaruhi orang lain sudah pasti berdampak pada hasil pembicaraan dalam proses mempengaruhi. Gaya komunikasi untuk mempengaruhi dapat dipetakan dengan berbagai cara, seperti yang dilakukan oleh satpol pp untuk mempengaruhi orang lain. Mereka

memperhatikan kata-kata atau bahasa yang akan disampaikan, bahasa tubuh atau *body language* sebagai pendukung garak pesan yang akan disampaikan. Salah satunya penyampaian pertanyaan apakah para PKL mau dengan ditempatkan yang lebih layak dan diberi izin oleh pemerintah kota, berbeda dengan apakah PKL seluruhnya mau ditertibkan ketempat yang baru. disini terlihat bahwa komunikasi satpol pp telah menggunkan gaya yang bahasa yang baik.

#### 5. Membangun kredibilitas

Membangun kredibilitas, menunjukkan integritas, dan menjalin hubungan baik yang efektif akan menciptakan pengaruh yang baik. Hal ini yang selalu dipelihara oleh satpol pp untuk membuat orang lain percaya atas pesan yang disampaikan. Menurut Elsa (2008 :277) peran kredibilitas dalam mempengaruhi lawan bicara memiliki nilai tinggi karena jika *persuader* memiliki kredibilitas, *persuader* akan lebih banyak kekuatan untuk mempengaruhi karena kredibilitas yang tinggi mengarah pada harapan positif.

Berdasarkan dari teori diatas, dapat digambarkan bahwa kredibilitas merupakan hal yang penting untuk dimiliki oleh seorang *persuader*, dimana seorang *persuader* yaitu satpol pp berhasil mempengaruhi pedagang pada setiap pesan yang diucapkannya, dimana ketika melakukan sosialisasi penertiban dan penertiban pada harinya satpol pp selalu membangun kredibilitas yang baik dengan PKL, dengan cara tidak melakukan bentrok fisik dengan PKL dan tetap mengupayakan penertiban dengan damai. Dengan berhasilnya membangun kredibilitas dihadapan pedagang satpol pp telah menunjukkan integritas diri yang mereka miliki, untuk membangun kepercayaan orang lain terhadap kebenaran dan keberhasilan dalam melakukan penertiban terhadap pedagang kaki lima. Mereka menampilkan kredibilitas jika berhadapan dengan pedagang dalam melakukan penertiban karena itu itu merupakan teknik mempengaruhi lawan bicara mereka.

### C. Pola Komunikasi Persuasif Satpol PP

Seni komunikasi dalam menyampaikan pesan kepada lawan bicara tentunya memiliki pola komunikasi yang baik. Satpol pp memiliki pola komunikasi yang berbeda-beda dalam penyampaian pesan atau dalam komunikasi interaktif. Berdasarkan dari observasi dan keikutsertaan peneliti menemukan bahwa satpol pp memiliki tiga pola komunikasi yaitu :

#### 1. Agresif

Agresif yaitu menyampaikan pesan dengan kencedrungan memaksa, dan terkadang mengatur lawan bicara karena tujuan utamanya adalah untuk mempengaruhi. Hal ini sesuai dengan pemancing reaksi yang dikemukakan oleh Purwan (2002:34) yaitu *authority* atau lebih dikenal dengan otoritas, jika seseorang memiliki sifat agresif maka perilaku otoritas akan muncul untuk mempengaruhi kepada lawan bicaranya. Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan, ditemukan beberapa satpol pp memiliki pola komunikasi yang cenderung agresif dalam melakukan komunikasi dan interaksi secara rutin untuk mengontrol segala tindakan dalam penertiban. Dalam hal ini satpol pp melakukan komunikasi persuasif memaksa para PKL untuk pindah pada batas waktu yang telah ditentukan, jika dalam waktu tersebut PKL tidak pindah maka



akan diambil tindakan seperti penyitaan barang dagangan dan membakar paksa tempat berdagang dan lainnya.

## 2. Pola komunikasi Manipulasi

Pola komunikasi manipulasi ini merupakan bagian dari fungsi komunikasi persuasif (Suprpto, 2008:113). Pola komunikasi manipulasi yaitu pola komunikasi satpol pp menunjukkan sikap tidak langsung dan berharap orang lain mengetahui apa yang diinginkan *persuader* dengan cara membujuk, merayu, pura-pura memuji dengan mempermainkan perasaan agar tujuan pesan tercapai, dalam hal ini satpol pp merayu pedagang agar mau pindah sarta memuji-muji para pedagang yang mau dipindahkan hal ini dilakukan supaya pedagang yang lain tertarik untuk pindah, ini dilakukan ketika berhadapan langsung dengan pedagang ditempat mereka berjualan. Dimana Satpol PP memuji muji PKL yang telah pindah seperti mendapat perhatian dari pemerintah berupa bantuan modal, serta ditempat tersebut telah mulai ramai dan nyaman.

Dari pola komunikasi diatas yang dimiliki Satpol PP itu saling berkesinambungan karena mampu menutupi kekurangan dengan kelebihan yang mereka miliki masing-masing. Satpol pp memiliki komunikasi yang baik dan terarah, hal ini mengesankan bahwa satpol pp mampu membuat pedagang mau di tertibkan.

## **Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi persuasif satpol pp dalam penertiban pedagang kaki lima di kota pekanbaru**

Ada lima faktor yang paling mempengaruhi persuasif satpol pp dalam penertiban pedagang kaki lima di kota pekanbaru, yaitu faktor personal (*persuader*), motivasi, lingkungan, premanisme dan pasilitas pendukung pelaksanaan penertiban. Dari ketiga faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap penertiban yang dilakukan satpol pp.

### 1. Personal (*persuader*)

Personal atau *persuader* adalah orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun nonverbal (Soemirat, 2007:225). Personal atau *persuader* yang menjadi penggerak dalam melakukan penertiban pedagang kaki lima di kota pekanbaru adalah sumber daya manusia yang berkualitas dan produktif untuk mempengaruhi pedagang kaki lima agar mau di tertipkan dengan baik. Sumber daya yang dimiliki satpol pp memberi pengaruh yang positif terhadap keberhasilan mempersuasif pedagang dalam penertiban.

Personal atau *persuader* adalah orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun nonverbal (Soemirat, 2007:225). Personal atau *persuader* yang menjadi penggerak dalam melakukan penertiban pedagang kaki lima di kota pekanbaru adalah sumber daya manusia yang berkualitas dan produktif untuk mempengaruhi pedagang kaki lima agar mau di tertipkan dengan baik. Sumber daya yang dimiliki satpol pp memberi pengaruh yang positif terhadap keberhasilan mempersuasif pedagang dalam penertiban.

## 2. Motivasi

Motivasi seseorang atau suatu kelompok dapat mempengaruhi keputusan, kepentingan seseorang akan mendorong orang tersebut untuk berbuat dan bersikap sesuai kebutuhan mereka. Kurangnya motivasi yang diberikan satpol pp kepada pedagang dalam membujuk mereka untuk mau pindah ketempat baru, ini menjadi salah satu kendala yang menjadi penghambat komunikasi persuasif yang dilakukan satpol pp dalam penertiban pedagang adalah faktor motivasi dalam diri target itu sendiri, kebanyakan dari target tidak termotivasi untuk mau pindah ke tempat yang baru. Motivasi bisa saja dalam bentuk penghargaan yang diberikan kepada pedagang yang pindah ketempat baru.

## 3. Lingkungan

Lingkungan adalah salah satu pengaruh terbesar dalam perubahan tingkah laku dan pola pikir manusia, semakin kita mendekati atau bergaul dengan lingkungan yang baik maka kita akan ikut menjadi baik namun jika kita sering bergaul dengan lingkungan yang tidak baik maka kita akan menjadi tidak baik. Lingkungan sangat menentu keberhasilan komunikasi persuasif yang kita lakukan dimana jika lingkungan yang baik memungkinkan kita untuk melakukan persuasif dan sebaliknya. Satpol pp dalam melakukan komunikasi persuasif mengalami kondisi lingkungan yang kurang menguntungkan dikarenakan adanya faktor yang menghambat proses komunikasi tersebut. Sehingga satpol pp perlu menciptakan lingkungan yang bersehabat untuk melakukan komunikasi persuasif yang efektif. Hal ini juga terjadi pada satpol pp dalam melakukan penertiban terhadap pedagang kaki lima, dimana lingkungan juga mempengaruhi dalam melakukan persuasif.

## 4. Premanisme

Premanisme merupakan salah satu faktor penghambat dalam komunikasi persuasif satpol pp dalam melakukan penertiban hal ini di karenakan pedagang merasa terlindungi oleh mereka, premanisme memberikan perlindungan kepada PKL jika ada satpol pp yang datang untuk melakukan penertina dengan cara memberi perlawanan terhadap satpol pp ketika datang kelokasi tersebut dan berdampak pada gagalnya komunikasi yang direncanakan dimana satpol pp bukan berkomunikasi dengan PKL malah mereka berkomunikasi dengan para preman-preman tersebut sehingga pesan persuasif tidak sampai kepada pedagang tersebut. Sehingga persuasif yang dilakukan oleh satpol pp tidak akan berhasil.

## 5. Pasalitas pendukung pelaksanaan penertiban

Pasalitas pendukung pelaksanaan penertiban merupakan salah satu faktor terakhir yang mempengaruhi penertiban dan merupakan alasan yang sering diutarakan oleh pedagang terhadap penertiban yang akan dilakukan oleh satpol pp, karena PKL menuntut agar pasalitas ditempat yang baru harus siap abru kami mau pindah, jika tidak siap atau selesai bagaimana kami mau pindah.

## **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti secara wawancara, observasi, dan keikutsertaan, maka dapat disimpulkan komunikasi persuasif Satpol pp dalam melakukan penertiban pedagang kaki lima di kota Pekanbaru dengan hasil penelitian sebagai berikut:

1. komunikasi persuasi Satpol PP dalam penertiban PKL mulai dari proses, teknik dan pola komunikasi sudah berjalan dengan baik tetapi belum maksimal, disisi lain penulis menemukan kendala kurangnya pemahaman anggota Satpol PP yang lain tentang komunikasi persuasif yang dilakukan sehingga terkesan tidak mengetahui apa yang sedang dilakukan sekarang, apakah melakukan sekarang melakukan penertiban atau melakukan komunikasi persuasif terhadap PKL. Seharusnya para anggota Satpol PP diberi pengetahuan tentang komunikasi persuasif ketika sedang melakukan persuasi dalam penertiban tersebut, hal ini dikarenakan supaya para PKL tidak terfokus pada pimpinan Satpol PP dalam bertanya tentang hal-hal penertiban yang dilakukan.
2. Faktor yang mempengaruhi komunikasi persuasif Satpol PP dalam melakukan penertiban pedagang kaki lima di kota Pekanbaru adalah personal atau sumber daya manusia yang dimiliki Satpol PP, motivasi, lingkungan yang akan mereka tertibkan, premanisme dan pasilitas pendukung pelaksana penertiban. Kelima hal tersebut merupakan kendala yang sering dihadapi Satpol PP Pekanbaru dalam melakukan komunikasi persuasif dalam penertiban pedagang kaki lima di kota Pekanbaru. Penulis menemukan bahwa keberhasilan dari penertiban yang dilakukan Satpol PP kota Pekanbaru di Jl. HR.Subrantas Panam bukan sepenuhnya dari komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Satpol PP tetapi lebih penertiban secara paksa dan penjagaan tempat tersebut, sehingga pedagang tidak bisa berdagang ditempat tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa kelima faktor ini harus diperhatikan Satpol PP dalam melakukan persuasif dimana jika dibiarkan akan berdampak pada terhambatnya penyampaian pesan persuasif kepada PKL dan sebaliknya jika faktor-faktor tersebut diperhatikan maka kendala tersebut bisa teratasi dengan baik sehingga proses persuasi berjalan dengan baik.

## **Saran**

Adapun saran yang dapat peneliti sampai selama melakukan penelitian komunikasi persuasif Satpol PP dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima di Pekanbaru, sebagai berikut :

1. Satpol PP dalam melakukan penertiban hendak memperhatikan faktor-faktor yang bisa menghambat proses komunikasi persuasi, seperti personil yang melakukan persuasif hendaknya di bekali ilmu yang memadai agar persuasi berjalan dengan lancar selanjutnya sebelum melakukan penertiban Satpol PP juga harus memperhatikan pesilitah pendukung seperti tempat baru yang akan di tepati PKL jika belum siap untuk ditepati jangan terlalu memaksa PKL dan bangunlah hubungan yang baik dengan

PKL, serta jangan melakukan penertiban PKL di suatu tempat tertentu setelah mereka berjumlah banyak, tertibkan saja secara langsung jika ada PKL yang berjualan di tempat yang dilarang pemerintah jangan ditunggu setelah berjumlah ratusan dan berkerjasama dengan pemerintah setempat, lurah/kepala desa, RT/RW.

2. Pemerintah setempat (Lurah, RT/RW) hendaknya melarang para PKL yang berjualan di wilayah mereka jika para PKL berjualan tidak pada tempat yang telah ditetapkan pemerintah kota.
3. Pedagang jangan berjualan ditempat-tempat yang telah dilarang oleh pemerintah hal ini bertujuan untuk ketertiban bersama, jika berjualan maka hal yang akan didapat adalah penertiban terhadap pedagang.
4. Media, sebaiknya tidak hanya memberitakan tindakan yang anarkis Satpol PP saja tetapi tindakan-tindakan yang baik yang dilakukan Satpol PP juga diberitakan, hal ini bertujuan supaya pembertaan negatif tentang Satpol PP itu tidak terjadi.
5. Ikatan Pedagang Kaki Lima Indonesia (IPKLI), hendaknya ikut membantu pemerintah dalam penertiban PKL di kota Pekanbaru.
6. Masyarakat, hendaknya berpartisipasi dalam menjaga ketertiban umum.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman, Oemi. 1993. *Dasar- Dasar Publik Relations*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Remaja Grafindo Persada.
- Darmalinda, 2010. *Analisi Tingkat pendapatan Pkl di Pasar Arengka Pekanbaru*. Fkip.UR.
- Elsa, Fiona Dent, dan Mike, Brent. 2008. *Latihan Singkat Tangkas Mempengaruhi dan Berkomunikasi Efektif*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta
- Forsyth, Patrick. 1998. *Komunikasi Persuasif yang Berhasil*. Jakarta: Arca
- Hasan, Erlina. 2005. *Komunikasi Pemerintah*. Bandung: PT Refika Susandi.
- Hendrarso, Emy susanti. 2010. *Penelitian Kualitatif: Sebuah Pengantar Dalam Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana prenada media group.
- Khafi, Abdul Syatra. 2010. *Piawai Berbicara Hebat*. Yogyakarta: Flash Books
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana prenada Media Group.
- Mashud, Mustain. 2010. *Teknik Wawancara Dalam Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana prenada group.
- Moleong, Ixi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Patilima, Hamid. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Purnawan, EA. 2002. *Dynamic Persuasion ; Persuasif Efektif dengan Bahasa Hipnosis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Publik Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, Soleh, Hidayat Satari, dan Asep Suryana. 2007. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka
- Surpriyanto, budi. 2009. *Manajemen Pemerintahan*. Jakarta: CV. Media Brilian

Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama

Werner, Severin J, dan James W, Tankard JR. 2005. *Teori Komunikasi Sejarah dan Terapan didalam Media Massa*. Jakarta: Pranada Media

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widia sarana indonesia.

Yasir. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru: pusat pengembangan pendidikan unri.

Sumber lain.

<http://kamusbahasaindonesia.org/penertiban#ixzz2NZooG2xo> 15/3/2013-11.35

[http://id.wikipedia.org/wiki/pedagang kaki lima](http://id.wikipedia.org/wiki/pedagang_kaki_lima),15/3/2013-11.35

<http://pekanbaru.tribunnews.com/2012/09/01/pasar-jongkok-panam-akan-dipindahkan> 30/1/2013.10.12