

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil kajian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan memiliki relevansi dengan permasalahan atau topik yang menjadi focus dalam penelitian ini. Kajian terhadap penelitian terdahulu dilakukan sebagai upaya untuk memperoleh gambaran mengenai perkembangan penelitian yang relevan, memperkuat landasan penelitian, serta mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Selain berfungsi sebagai bahan perbandingan, penelitian terdahulu juga membantu peneliti dalam menentukan posisi dan menunjukkan kebaruan penelitian yang dilakukan. Kajian tersebut dapat menjadi acuan untuk memahami aspek-aspek yang telah diteliti sebelumnya sehingga penelitian ini dapat menghindari pengulangan pembahasan yang sama.

Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan permasalahan yang dikaji, khususnya yang berkaitan dengan strategi komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dalam pelaksanaan penataan dan penertiban pedagang. Kajian tersebut digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Satpol PP dalam Penataan dan Penertiban Pedagang di Pasar Tradisional Modern (PTM) Purwodadi.”

Pertama, Penelitian ini dilakukan oleh Leli, (2020) dengan judul “Strategi Satuan Polisi Pamong Praja Dalam melakukan Penertiban Pedagang Kaki Lima di

Kabupaten Bangkalis”, Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis strategi Satuan Polisi Pamong Praja dalam melaksanakan penertiban Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kabupaten Bangkalis. Strategi yang dikaji dalam penelitian tersebut mencakup beberapa indikator, yaitu tujuan, program, dan kebijakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dari ketiga teknik tersebut selanjutnya dianalisis untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai kondisi empiris yang ditemukan di lokasi penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta mengacu pada teori dan konsep mengenai pelaksanaan penertiban Pedagang Kaki Lima (PKL), dapat diketahui bahwa upaya penertiban pada dasarnya telah dilaksanakan oleh Satuan Polisi Pamong Praja bersama UPT Perlindungan Konsumen dan Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Kecamatan Mandau. Terhadap pedagang yang diketahui melanggar ketentuan, dilakukan pemberian imbauan dan surat peringatan sebagai bentuk tindakan awal dalam proses penertiban. Selain itu, pihak terkait juga melaksanakan sosialisasi, memberikan arahan, serta melakukan pembinaan kepada pedagang secara berkala sebagai upaya meningkatkan pemahaman dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Reza (2025) berjudul “Peran Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima Kota Jambi Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2016.” Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis peran Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dalam pelaksanaan penertiban Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kota Jambi dengan

mengacu pada Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2016 tentang Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian tersebut dapat menjadi bahan rujukan dalam memahami pelaksanaan peran Satpol PP dalam penertiban PKL berdasarkan ketentuan peraturan daerah yang berlaku.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan penertiban PKL oleh Satpol PP masih menghadapi beberapa hambatan. Kendala tersebut meliputi rendahnya kesadaran hukum sebagian pedagang, keterbatasan jumlah personel dalam melaksanakan tugas, serta potensi munculnya konflik sosial selama proses penertiban berlangsung. Dalam menghadapi kondisi tersebut, Satpol PP menerapkan berbagai pendekatan, di antaranya melalui kegiatan sosialisasi dan upaya persuasif kepada para pedagang. Sementara itu, tindakan represif digunakan sebagai alternative terakhir apabila pendekatan persuasif tidak memberikan hasil yang diharapkan. Penelitian tersebut juga menegaskan pentingnya kerjasama antara pemerintah daerah, masyarakat, dan PKL dalam mendukung penerapan Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 2016, sehingga proses penataan ruang publik dapat berjalan secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Ketiga, Penelitian dilakukan oleh Tedisyah, (2021) dengan Judul“ Strategi Pengawasan Langsung Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penataan Pasar Tradisional di Pangkalan Brandan”.Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis strategi pengawasan langsung yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja dalam penataan pasar tradisional di Pangkalan Brandan. Penelitian

menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui kegiatan pengumpulan data dan wawancara, kemudian dianalisis serta diinterpretasikan sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengawasan langsung oleh Satuan Polisi Pamong Praja dalam penataan pasar telah dilaksanakan, tetapi penerapannya masih belum optimal. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti sosialisasi kepada pedagang yang belum dilakukan secara maksimal, masih adanya pedagang yang tidak mematuhi ketentuan penataan, serta keterbatasan personel dalam melaksanakan pengawasan secara langsung di lapangan.

Persamaan dan perbedaan Penelitian dahulu dan penelitian yang akan peneliti lakukan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang peneliti lakukan :

- a. Penelitian *Pertama*, Penelitian dilakukan oleh Riza A tahun 2025 dengan Judul“ Peran Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima Kota Jambi Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 12 tahun 2016”, Persamaan penelitian ini, dalam proses penertiban pedagang melalui proses himbauan kepada pedagang untuk menertibkan lapak pedagangnya. Sementara itu perbedaannya penelitian ini menggunakan responden tetapi penelitian yang dilakukan peneliti dengan menggunakan teknik observasi wawancara, dan dokumentasi
- b. Penelitian *Kedua*, Penelitian dilakukan oleh Riza A tahun 2025 dengan Judul“ Peran Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima Kota Jambi Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 12 tahun 2016”,

Persamaan penelitian dalam proses penertiban pedagang melalui proses himbauan kepada pedagang untuk menertibkan lapak pedagangnya. Sementara itu perbedaannya Penelitian ini sama-sama bermaksud untuk mengetahui peran dari Satpol PP dalam menciptakan kondisi ketentraman dan ketertiban yang baik dan aman. Di sepanjang jalan terutama pada ruas jalan protokol kota sementara penelitian yang dilakukan peneliti hanya jalan sekitar dan lokasi taman, parkir pasar, lingkup Pasar Tradisional Modern (PTM) Purwodadi.

- c. Penelitian yang dilakukan oleh Tedinsyah (2021) berjudul "*Strategi Pengawasan Langsung Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penataan Pasar Tradisional di Pangkalan Brandan*." Penelitian tersebut mengkaji strategi pengawasan langsung yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dalam mendukung penataan pasar tradisional. Persamaan penelitian Tedinsyah (2021) dengan penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada objek kajian yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas dan fungsi Satpol PP dalam penegakan Peraturan Daerah (Perda) dan Peraturan Kepala Daerah (Perkada), penyelenggaraan ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat, serta perlindungan masyarakat. Selain itu, kedua penelitian sama-sama membahas pelaksanaan tugas Satpol PP dalam menangani permasalahan yang berkaitan dengan penataan dan penertiban aktivitas perdagangan di lingkungan pasar. Adapun perbedaannya terletak pada focus penelitian. Tedinsyah (2021) memusatkan perhatian pada strategi pengawasan langsung Satpol PP dalam penataan pasar tradisional, termasuk

aspek pembinaan dan pengawasan dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah. Penelitian tersebut juga membahas kewajiban pemerintah daerah dalam mendukung pelaksanaan tugas Satpol PP, antara lain melalui pemenuhan hak pegawai, penyediaan sarana dan prasarana, serta pembinaan teknis operasional sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018. Sementara itu, penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada strategi komunikasi Satpol PP dalam pelaksanaan penataan dan penertiban Pedagang Kaki Lima (PKL) di Pasar Tradisional Modern (PTM) Purwodadi. Penelitian ini lebih menekankan pada proses komunikasi yang dilakukan petugas dalam menyampaikan informasi, memberikan arahan, dan membangun pemahaman kepada pedagang mengenai ketentuan yang berlaku. Selain itu, penelitian ini mempertimbangkan kondisi di lapangan, termasuk keterbatasan personel dan sarana operasional yang dapat memengaruhi efektivitas pelaksanaan penertiban.

2.2 Kerangka Konsep dan Landasan Teori

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian gagasan atau informasi dari pihak yang menjadi sumber pesan kepada satu atau beberapa penerima, dengan tujuan menghasilkan pemahaman serta mendorong perubahan sikap maupun perilaku pada pihak yang menerima pesan tersebut. Selain itu, dalam buku yang sama, Gerald R. Miller menjelaskan bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan secara sengaja oleh sumber

kepada penerima dengan maksud untuk memberikan pengaruh terhadap perilaku atau tindakan penerima pesan.(Yetty & Abdullah, 2017). Kegiatan komunikasi tidak hanya *informative*, yaitu agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga *persuasive* yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham dan keyakinan. (Vijaylakshmi, 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa komunikasi tidak hanya bertujuan menyampaikan gagasan atau informasi kepada penerima pesan, tetapi juga dapat diarahkan untuk memengaruhi maupun mengubah perilaku komunikan, yaitu pihak yang menerima pesan. Dalam konteks tersebut, komunikasi persuasif menjadi salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk memengaruhi penerima pesan. Istilah persuasi (*persuasion*) berasal dari bahasa Latin *persuasio*, yang memiliki makna membujuk, mengajak, atau merayu.(Efendi et al., 2023). Menurut Bettinghaus, persuasi merupakan suatu bentuk komunikasi yang dirancang untuk memengaruhi pihak lain melalui upaya mengubah keyakinan, nilai, maupun sikap yang dimilikinya. Dengan demikian, komunikasi persuasif tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga diarahkan untuk mendorong terjadinya perubahan pada diri penerima pesan.Sementara pendapat Winston Brebeck dan William Howell menegaskan dalam(Huma & Stokoe, 2021). Persuasi dapat dipahami sebagai suatu upaya yang dilakukan secara sadar untuk memengaruhi perubahan dalam cara berpikir maupun tindakan seseorang dengan mengarahkan dorongan atau motif yang dimilikinya pada tujuan tertentu yang telah ditetapkan.

Berdasarkan berbagai definisi yang dikemukakan oleh para ahli, dapat dipahami bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan, gagasan, maupun pemikiran dari komunikator kepada komunikan. Proses tersebut tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga dapat digunakan untuk membujuk, mengajak, dan memengaruhi penerima pesan. Melalui proses komunikasi, komunikator berupaya membentuk atau mengubah keyakinan, pemikiran, nilai, maupun sikap komunikan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

a. **Unsur-unsur Komunikasi**

Komunikasi yang efektif terbentuk melalui beberapa komponen yang saling berkaitan dalam proses penyampaian pesan. Komponen tersebut mencakup pihak yang menyampaikan pesan atau komunikator, isi pesan yang disampaikan, media atau saluran yang digunakan, pihak yang menerima pesan atau komunikan, serta dampak yang ditimbulkan setelah pesan diterima. Keberadaan setiap unsur tersebut memiliki peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu proses komunikasi, karena pesan yang disampaikan melalui saluran yang tepat kepada sasaran yang sesuai akan lebih mudah dipahami dan diharapkan dapat menghasilkan efek sebagaimana tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. (Cahyani, 2020). Proses komunikasi terdiri atas beberapa unsur yang saling berhubungan dan memiliki fungsi masing-masing dalam mendukung terciptanya komunikasi yang efektif. Keberadaan setiap unsure tersebut berperan dalam menunjang proses

penyampaian, penerimaan, serta pemahaman pesan antara pihak yang terlibat dalam komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Komunikator (sender atau pengirim pesan)

Komunikator merupakan pihak yang menjadi sumber dalam proses komunikasi, baik berupa individu maupun kelompok. Komunikator memiliki peran sebagai pihak yang menyusun, menyampaikan, dan mengirimkan pesan atau informasi kepada pihak penerima. Dengan demikian, komunikator menjadi unsure awal yang menentukan isi serta tujuan pesan yang akan disampaikan dalam suatu proses komunikasi.

2. Pesan (*message*)

Pesan (*message*) merupakan isi atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dalam proses komunikasi. Pesan dapat disampaikan melalui berbagai bentuk bahasa, simbol, maupun lambang yang memiliki makna tertentu. Bentuk tersebut dapat berupa tulisan, gambar, gerakan, bunyi, tanda, maupun bahasa verbal yang disampaikan secara lisan. Dengan demikian, pesan menjadi unsure penting karena memuat informasi atau gagasan yang ingin disampaikan komunikator kepada pihak penerima.

3. Saluran atau media komunikasi

Saluran atau media komunikasi merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Melalui media tersebut, berbagai simbol, lambang, atau bentuk pesan dapat disampaikan sehingga informasi yang diberikan memiliki makna dan

dapat dipahami oleh penerima. Pemilihan saluran komunikasi yang tepat juga berperan penting dalam menunjang efektivitas penyampaian pesan.

4. Komunikasikan (*receiver* atau penerima pesan)

Komunikasikan adalah individu atau kelompok yang menjadi penerima sekaligus sasaran dari pesan yang disampaikan oleh komunikator. Pesan tersebut dapat berupa informasi, gagasan, berita, maupun berbagai bentuk simbol yang memiliki arti tertentu. Dalam proses komunikasi, komunikasikan memiliki peran dalam menerima, memahami, dan menafsirkan pesan sesuai dengan pengetahuan serta pemahamannya, sehingga pesan yang diterima dapat menghasilkan makna tertentu.

5. Efek (*effect* atau umpan balik/*feedback*)

Efek merupakan dampak atau hasil yang muncul setelah komunikasikan menerima dan memahami pesan yang disampaikan oleh komunikator. Efek dapat berupa perubahan dalam pengetahuan, pemahaman, sikap, maupun perilaku komunikasikan sebagai akibat dari proses komunikasi yang berlangsung. Dengan demikian, efek menjadi salah satu indikator untuk melihat sejauh mana pesan yang disampaikan mampu memberikan pengaruh terhadap penerimanya.

b. Komunikasi Persuasif

Berdasarkan pada beberapa pakar psikologi dan komunikasi seperti Newcomb, Janis, Catwright, Greaves, Bowman dan Harvey (Rudy, 2005) bahwa dalam pelaksanaan komunikasi persuasif bisa menggunakan berbagai Metode diantaranya :

1. Metode partisipasi merupakan pendekatan komunikasi yang melibatkan individu, kelompok, atau khalayak secara langsung dalam suatu kegiatan. Keterlibatan tersebut bertujuan untuk membangun pemahaman bersama serta menumbuhkan sikap saling menghargai antara pihak yang menyelenggarakan kegiatan dan pihak yang terlibat di dalamnya. Penerapan metode partisipasi dapat menciptakan hubungan komunikasi yang lebih terbuka karena setiap pihak memiliki kesempatan untuk berinteraksi dan menyampaikan pandangan. Dengan demikian, metode ini dapat membantu mengurangi prasangka, kesalahpahaman, maupun jarak sosial yang mungkin muncul antar individu atau antar kelompok.
2. Metode asosiasi merupakan teknik komunikasi yang dilakukan dengan mengaitkan pesan yang hendak disampaikan dengan suatu peristiwa, objek, tokoh, atau hal tertentu yang telah dikenal dan menarik perhatian masyarakat. Penggunaan unsur yang populer tersebut bertujuan untuk meningkatkan daya tarik pesan sehingga lebih mudah mendapatkan perhatian dan dipahami oleh khalayak. Unsur yang digunakan dapat berupa figure publik, seperti tokoh politik, artis, ilmuwan, maupun peristiwa tertentu yang memiliki daya tarik dan relevansi dengan pesan yang disampaikan.
3. Metode *icing device* merupakan teknik penyampaian pesan dengan menekankan unsur emosional untuk menarik perhatian dan membangun kesan tertentu pada penerima pesan. Metode ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang mampu menggugah perasaan dan

membangkitkan emosi khalayak, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih menarik serta memiliki daya ingat yang lebih kuat. Dengan demikian, penggunaan metode *icing device* diharapkan dapat membuat pesan lebih menonjol dan meninggalkan kesan yang mendalam bagi komunikan.

4. Metode *pay off idea* merupakan teknik komunikasi yang menyampaikan pesan dengan menekankan adanya manfaat, hasil, atau keuntungan yang dapat diperoleh apabila penerima pesan mengikuti anjuran yang disampaikan. Pesan dalam metode ini dapat berupa sugesti, ajakan, anjuran, maupun imbauan yang diarahkan untuk mendorong komunikan melakukan tindakan tertentu. Dengan menonjolkan konsekuensi atau manfaat positif yang akan diperoleh, metode ini diharapkan dapat meningkatkan motivasi komunikan untuk menerima dan melaksanakan pesan yang disampaikan.

5. Metode *fear arousal* merupakan teknik komunikasi yang dilakukan dengan menyampaikan pesan yang dapat membangkitkan rasa khawatir, cemas, atau takut pada penerima pesan. Pendekatan ini menekankan kemungkinan munculnya konsekuensi yang kurang baik apabila komunikan tidak mengikuti atau mengabaikan pesan yang telah disampaikan. Dengan demikian, metode ini digunakan untuk mendorong komunikan agar lebih memperhatikan pesan dan mempertimbangkan tindakan yang perlu dilakukan guna menghindari dampak yang merugikan.

c. Tahapan Pelaksanaan Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif tidak hanya berorientasi pada upaya membujuk atau memengaruhi perilaku seseorang, tetapi juga diarahkan agar penerima pesan bersedia memahami dan mengikuti pesan maupun ajakan yang disampaikan oleh komunikator. Oleh karena itu, keberhasilan komunikasi persuasif memerlukan proses penyampaian pesan yang dilakukan secara sistematis, terarah, dan disesuaikan dengan karakteristik komunikan serta tujuankomunikasi yang hendak dicapai.(Vijaylakshmi, 2023). Berkaitan dengan sistematis tersebut Wilbur Schramm sebagai seorang pakar komunikasi Huberman, (2022) menjelaskan bahwa Wilbur Schramm mengemukakan suatu prosedur komunikasi yang dikenal dengan istilah A-A Procedure atau A-I-D-D-A. Prosedur ini menggambarkan tahapan komunikasi yang dilakukan secara berurutan untuk mendorong penerima pesan hingga melakukan tindakan yang diharapkan. Adapun tahapan tersebut meliputi:

1. Attention (memancing perhatian)
2. Interest (menarik minat)
3. Desired (membangkitkan harsat/keinginan)
4. Decision (mendorong orang untuk mengambil keputusan)
5. Action (menggerakkan orang agar melakukantindakan)

2.2.2 Strategi Komunikasi

Menurut Efendi et al., (2023), Dalam buku *Komunikasi Teori dan Praktik*, Strategi komunikasi dapat dipahami sebagai rangkaian proses

yang memadukan perencanaan dan pengelolaan komunikasi secara terarah guna mendukung tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Dalam penerapannya, strategi tersebut mencakup penentuan langkah, metode, serta pengelolaan pesan agar komunikasi dapat berlangsung secara efektif dan sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai. Strategi tersebut tidak hanya berkaitan dengan penyusunan rencana, tetapi juga mencakup bagaimana rencana tersebut diterapkan secara operasional dalam situasi nyata. Oleh karena itu, pelaksanaan strategi komunikasi perlu disesuaikan dengan kondisi dan situasi yang dihadapi, sehingga pendekatan yang digunakan dapat berubah sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik komunikan.

Strategi komunikasi merupakan serangkaian langkah yang disusun secara terarah untuk mengelola proses komunikasi sehingga penyampaian pesan dapat berlangsung secara efektif dan mampu mendukung tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Pada dasarnya, strategi komunikasi mencakup proses perencanaan (*planning*) dan pengelolaan (*management*) yang disusun secara sistematis untuk mencapai sasaran komunikasi. Oleh karena itu, strategi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai pedoman yang menunjukkan arah pencapaian tujuan, tetapi juga harus memberikan gambaran mengenai langkah dan tindakan operasional yang dapat diterapkan dalam pelaksanaannya. Sebelum menyampaikan pesan kepada komunikan, komunikator perlu menyusun strategi komunikasi dengan mempertimbangkan karakteristik sasaran yang hendak dituju. Penyusunan strategi tersebut diperlukan agar pesan dapat

disampaikan melalui cara yang tepat dan mampu mencapai sasaran komunikasi yang diharapkan. Komunikasi sendiri merupakan proses penyampaian pesan melalui simbol, bahasa, atau kode tertentu pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan maksud untuk menimbulkan respon tentu sesuai dengan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan, seperti perubahan pengetahuan, sikap, maupun tindakan.

Beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan antara lain kerangka referensi komunikan, situasi dan kondisi lingkungan komunikasi, pemilihan media atau saluran komunikasi, tujuan pesan yang hendak disampaikan, serta kemampuan dan peran komunikator dalam membangun komunikasi dengan sasaran.

a. Perumusan Strategi Komunikasi

Menurut Anwar Arifin dalam bukunya *Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam merumuskan strategi komunikasi. Aspek-aspek tersebut menjadi pertimbangan penting agar proses penyampaian pesan dapat dilakukan secara terencana, tepat sasaran, dan sesuai dengan tujuan komunikasi yang hendak dicapai. Adapun beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam penyusunan strategi komunikasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mengenal Khalayak

Strategi pada dasarnya merupakan rangkaian keputusan yang disusun secara kondisional mengenai tindakan yang akan

dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam merancang strategi komunikasi, komunikator perlu mempertimbangkan karakteristik, kondisi, serta situasi khalayak yang menjadi sasaran komunikasi. Oleh karena itu, langkah awal yang penting dilakukan adalah mengenali khalayak secara menyeluruh.

Khalayak dalam proses komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai pihak yang menerima pesan secara pasif, tetapi juga memiliki peran aktif dalam memahami, menafsirkan, serta memberikan respons terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator, tetapi juga memiliki peran aktif dalam memberikan tanggapan dan memengaruhi jalannya komunikasi. Hubungan antara komunikator dan komunikan berlangsung secara timbal balik, sehingga pengaruh tidak hanya berasal dari komunikator kepada khalayak. Respons, sikap, dan kondisi khalayak juga dapat memengaruhi cara komunikator menyampaikan pesan maupun menentukan pendekatan komunikasi yang digunakan.

2. Menyusun Pesan

Setelah karakteristik khalayak dan situasi komunikasi dipahami secara jelas, tahap selanjutnya dalam perumusan strategi komunikasi adalah menyusun pesan. Tahap ini mencakup penentuan tema dan materi pesan yang disesuaikan dengan kondisi khalayak, sehingga pesan yang disampaikan mampu menarik perhatian serta mendorong penerima untuk memahami

informasi yang diberikan. Berkaitan dengan pesan, Wilbur Scramm dalam Fischer et al., (2023) memberikan beberapa kriteria yang dapat mendukung suksesnya sebuah pesan dalam berkomunikasi, antara lain:

- a. Pesan perlu disusun dan disampaikan dengan cara yang mampu menarik perhatian serta memberikan pengaruh kepada khalayak yang menjadi sasaran komunikasi.
- b. Pesan hendaknya menggunakan simbol, bahasa, atau tanda yang memiliki keterkaitan dengan pengalaman dan pemahaman bersama antara komunikator dan komunikan. Kesamaan pemaknaan tersebut diperlukan agar pesan dapat diterima dan dipahami secara tepat.
- c. Pesan perlu dikembangkan dengan mempertimbangkan kebutuhan atau kepentingan pribadi komunikan. Selain itu, pesan sebaiknya memberikan alternatif atau arahan mengenai cara yang dapat ditempuh untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
- d. Pesan hendaknya menawarkan cara pemenuhan kebutuhan yang sesuai dengan kondisi dan norma kelompok sosial tempat komunikan berada. Hal ini penting agar pesan dapat diterima dan mendorong komunikan memberikan respons sesuai dengan tujuan komunikasi.

3. Menentukan Metode

Dalam pelaksanaan proses komunikasi, metode penyampaian pesan dapat dikaji berdasarkan dua aspek utama yang berkaitan dengan cara dan pendekatan yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan, yaitu berdasarkan cara pelaksanaannya dan berdasarkan bentuk atau isi pesan yang disampaikan. Aspek pertama menitikberatkan pada bagaimana proses komunikasi dilaksanakan tanpa secara khusus memperhatikan isi pesan. Sementara itu, aspek kedua berfokus pada bentuk pernyataan, isi, atau makna yang terkandung dalam pesan yang disampaikan kepada khalayak. Oleh karena itu, pemilihan metode komunikasi perlu mempertimbangkan beberapa faktor, seperti karakteristik pesan, kondisi khalayak, ketersediaan fasilitas, serta sumberdaya dan biaya yang diperlukan.

Menurut Anwar Arifin, terdapat beberapa metode komunikasi yang dapat diterapkan dalam proses penyampaian pesan untuk mendukung tercapainya komunikasi yang efektif. Pemilihan metode tersebut perlu disesuaikan dengan karakteristik khalayak, tujuan komunikasi, serta kondisi yang melatarbelakangi proses komunikasi, yaitu sebagai berikut:

a. Redundancy (*Repetition*)

Metode *redundancy* atau pengulangan merupakan cara penyampaian pesan dengan mengulang informasi atau gagasan tertentu secara berkala. Pengulangan dilakukan agar

pesan lebih mudah diperhatikan, dipahami, dan diingat oleh khalayak. Metode ini juga memberikan kesempatan kepada komunikator untuk memperkuat bagian pesan yang dianggap penting serta memperbaiki kekurangan dalam penyampaian sebelumnya.

b. Canalizing

Metode *canalizing* dilakukan dengan terlebih dahulu memahami karakteristik komunikan, termasuk kerangka referensi, pengalaman, sikap, dan lingkungan sosialnya. Berdasarkan pemahaman tersebut, komunikator kemudian menyesuaikan pesan serta metode penyampaiannya dengan kondisi khalayak. Pendekatan tersebut digunakan agar pesan yang disampaikan dapat terlebih dahulu diterima dan dipahami oleh komunikan sebelum diarahkan pada tujuan komunikasi yang hendak dicapai, kemudian secara bertahap diarahkan menuju perubahan sikap atau perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi.

c. Informatif

Metode informative merupakan penyampaian pesan dengan memberikan informasi berdasarkan fakta, data, maupun pendapat yang dapat dipertanggung jawabkan. Melalui metode ini, komunikan memperoleh informasi yang dapat digunakan sebagai bahan untuk memahami suatu persoalan.

Dengan demikian, komunikan diberikan ruang untuk mempertimbangkan informasi, melakukan penilaian, dan menentukan keputusan berdasarkan pemikiran serta pertimbangannya sendiri.

d. Persuasif

Metode persuasif merupakan cara komunikasi yang bertujuan memengaruhi komunikan melalui ajakan atau bujukan. Pesan dirancang sedemikian rupa agar dapat membentuk pemahaman, sikap, atau dorongan tertentu pada diri komunikan tanpa menggunakan paksaan secara langsung. Efektivitas penerapan metode tersebut sangat bergantung pada kemampuan komunikator dalam merancang dan menyampaikan pesan yang sesuai dengan karakteristik, kondisi, serta kebutuhan khalayak yang menjadi sasaran komunikasi.

e. Edukatif (Educational Method)

Metode edukatif merupakan pendekatan komunikasi yang dilakukan melalui penyampaian pesan yang memiliki nilai pendidikan. Informasi atau gagasan diberikan berdasarkan fakta, pendapat, dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan sehingga komunikan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap suatu persoalan. Metode ini cenderung membutuhkan proses yang lebih

panjang dibandingkan metode persuasif, tetapi dapat memberikan pengaruh yang lebih mendalam karena perubahan didasarkan pada proses pemahaman.

f. Cursive Method

Cursive method merupakan metode komunikasi yang menekankan penggunaan tekanan atau ketegasan untuk mendorong khalayak mengikuti pesan yang disampaikan. Dalam penerapannya, pesan dapat diwujudkan melalui ketentuan, perintah, larangan, maupun konsekuensi tertentu apabila aturan tidak dipatuhi. Metode ini umumnya digunakan dalam situasi yang membutuhkan kepatuhan terhadap suatu ketentuan dan didukung oleh kewenangan atau kekuatan institusional yang memiliki dasar hukum.

4. Pemilihan Media Strategi Komunikasi

Dalam mencapai sasaran komunikasi, komunikator perlu menentukan media komunikasi yang paling sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Pemilihan media dapat dilakukan dengan menggunakan satu jenis media maupun kombinasi beberapa media, dengan mempertimbangkan karakteristik pesan, sasaran komunikasi, serta teknik penyampaian yang digunakan. Ketepatan dalam memilih media menjadi salah satu faktor yang dapat mendukung efektivitas proses komunikasi.

Dalam pelaksanaannya, komunikasi dapat menggunakan bahasa sebagai sarana penyampaian pesan. Pesan yang disampaikan melalui bahasa dapat berbentuk verbal maupun nonverbal. Pesan verbal merupakan pesan yang disampaikan menggunakan kata-kata, baik secara lisan maupun tertulis. Sementara itu, pesan non verbal disampaikan melalui berbagai bentuk symbol atau isyarat, seperti gerakan tubuh, ekspresi wajah, intonasi atau tekanan suara, serta bentuk perilaku lainnya. Kedua bentuk pesan tersebut dapat digunakan secara bersamaan untuk memperjelas maksud komunikasi dan membantu tercapainya tujuan yang diharapkan.

5. Peranan Komunikator

Dalam suatu proses komunikasi, komunikator memegang peranan penting dalam menentukan efektivitas penyampaian pesan kepada khalayak yang menjadi sasaran. Keberhasilan komunikator dalam memengaruhi penerima pesan tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga dipengaruhi oleh karakteristik sumber komunikasi. Dua faktor yang memiliki peran penting dalam hal tersebut adalah daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Kedua aspek tersebut dapat memengaruhi tingkat penerimaan khalayak terhadap pesan yang disampaikan.

Kredibilitas menjadi salah satu unsure penting yang perlu dimiliki oleh komunikator agar pesan dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Kredibilitas sumber pada dasarnya mencakup dua unsure utama, yaitu keahlian (*expertise*) dan keterpercayaan (*trustworthiness*). Keahlian menunjukkan bahwa komunikator memiliki pengetahuan, kemampuan, dan kecakapan yang relevan dengan pesan yang disampaikan serta diakui oleh khalayak. Sementara itu, keterpercayaan berkaitan dengan kemampuan komunikator dalam membangun keyakinan khalayak bahwa informasi yang disampaikan dapat dipercaya dan memiliki dasar yang dapat dipertanggungjawabkan. Dengan demikian, komunikator yang memiliki keahlian sekaligus mampu membangun kepercayaan akan lebih mudah memperoleh penerimaan dari khalayak sasaran.

2.2.3 Pasar Tradisional Modern

Secara sederhana, pasar dapat dipahami sebagai tempat atau ruang yang mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi barang maupun jasa. Pasar menjadi sarana terjadinya interaksi ekonomi, di mana penjual menawarkan barang atau jasa, sedangkan pembeli melakukan kegiatan pertukaran sesuai dengan kebutuhan dan kesepakatan yang telah ditentukan. Adapun definisi pasar menurut Arifin & Trinugraha, (2024) adalah sebagai mekanisme (bukan hanya sekedar

tempat) yang dapat menata kepentingan pihak pembeli terhadap kepentingan pihak penjual.

Dalam kehidupan masyarakat, pasar memiliki peranan yang penting sebagai salah satu tempat untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Ketika suatu kebutuhan tidak dapat diproduksi atau diperoleh secara mandiri, masyarakat dapat memenuhinya melalui kegiatan transaksi di pasar. Dalam aktivitas tersebut, pembeli mendatangi pasar untuk memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan dengan melakukan pembayaran sesuai dengan nilai transaksi yang telah disepakati. Pasar Tradisional Modern merupakan salah satu tempat berlangsungnya kegiatan perdagangan yang mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung. Aktivitas transaksi di pasar ini pada umumnya masih memungkinkan terjadinya proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Secara fisik, pasar tradisional modern biasanya terdiri atas kios, los, maupun tempat usaha yang dikelola oleh pedagang atau pengelola pasar. Barang yang diperjual belikan umumnya berupa berbagai kebutuhan masyarakat sehari-hari.

Secara umum, pasar tradisional memiliki sejumlah karakteristik khusus yang membedakannya dari jenis pasar lainnya. Karakteristik tersebut dapat dilihat dari pola interaksi antara penjual dan pembeli, sistem transaksi, kondisi tempat berjualan, serta pengelolaan kegiatan perdagangan yang berlangsung di dalamnya, yaitu:

- a. Salah satu karakteristik pasar tradisional adalah adanya interaksi langsung antara penjual dan pembeli melalui proses tawar-menawar

untuk mencapai kesepakatan mengenai harga barang yang diperjual belikan.

- b. Pasar tradisional dapat berada di bawah kepemilikan, pembangunan, serta pengelolaan pemerintah daerah dengan pelaksanaannya disesuaikan berdasarkan ketentuan dan peraturan yang berlaku.
- c. Terdapat berbagai jenis tempat usaha dan kegiatan perdagangan yang berada dalam satu kawasan pasar.
- d. Sebagian barang atau produk yang diperjual belikan berasal dari hasil produksi lokal, sehingga keberadaan pasar turut mendukung aktivitas ekonomi masyarakat setempat.

Begitu juga dengan Pasar Tradisional Modern (PTM)Purwodadi Kecamatan Kota Arga Makmur yang merupakan pasar di bangun pemerintah pusat untuk pemerintah daerah lokasi pasar yang bersih, nyaman dan tertata rapi. Bangunan pasar yang di bangun dengan nuansa bangunan rumah adat Kabupaten Bengkulu Utara dengan dengan bangunan dua lantai yang terdiri dari lantai bawah untuk pedagang basah berupa kuliner, manisan, bumbu, berbagai macam daging ayam, ikan, daging sapi dan pedagang sayur-mayur dan lantai atas pedagang kering seperti pakaian, perhiasan, buku dan pecah belah.

2.2.4 Satuan Polisi PamongPraja (Satpol PP)

Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) merupakan perangkat pemerintah daerah yang memiliki tugas dalam menjaga ketenteraman dan ketertiban umum serta melaksanakan penegakan Peraturan Daerah (Perda)

dan Peraturan Kepala Daerah (Perkada). Keberadaan Satpol PP menjadi bagian penting dalam mendukung penyelenggaraan pemerintahan daerah, khususnya dalam menciptakan kondisi masyarakat yang tertib, aman, dan kondusif. Susunan organisasi, kedudukan, serta tata kerja Satpol PP ditetapkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Satpol PP dapat dibentuk pada tingkat pemerintah daerah provinsi maupun kabupaten/kota. Dalam struktur pemerintahan daerah, kedudukan dan pertanggung jawaban pimpinan Satpol PP dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. untuk tingkat Provinsi, Satuan Polisi Pamong Praja dipimpin oleh Kepala yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah.
- b. untuk Daerah Kabupaten /Kota, Satuan Polisi Pamong Praja dipimpin oleh Kepala yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati/Walikota melalui Sekretaris Daerah.

Istilah Polisi Pamong Praja terdiri atas kata “Pamong” dan “Praja”. Kata “Pamong” mengandung makna mengasuh atau membimbing, sedangkan “Praja” merujuk pada pemerintahan atau wilayah pemerintahan. Secara umum, Polisi Pamong Praja dapat dipahami sebagai unsur pemerintah daerah.

1. Tugas Pokok Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP)

Satuan Polisi PamongPraja (Satpol PP) merupakan perangkat daerah yang memiliki tugas membantu kepala daerah dalam menegakkan Peraturan Daerah (Perda) dan Peraturan Kepala Daerah (Perkada). Kedudukan dan pelaksanaan tugas Satpol PP memiliki dasar hukum dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah, salah satunya melalui undang – undang nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Ketentuan tersebut menegaskan bahwa penegakan Perda dan Perkada merupakan salah satu bagian dari penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah yang perlu dilaksanakan sesuai dengan kewenangan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa Satpol PP memiliki posisi strategis dalam mendukung penyelenggaraan pemerintahan daerah. Keberadaannya diperlukan untuk memastikan berbagai ketentuan daerah dapat dilaksanakan dan ditaati oleh masyarakat. Satpol PP bagian terpenting pemerintah daerah dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan dan kehidupan masyarakat yang tertib. Dalam konteks penelitian ini, fungsi tersebut berkaitan dengan pelaksanaan penataan dan penertiban pedagang di kawasan Pasar Tradisional Modern (PTM) Purwodadi.

Secara umum, Satuan Polisi PamongPraja (Satpol PP) memiliki tiga tugas pokok yang menjadi dasar dalam pelaksanaan tugas dan fungsinya. Ketiga tugas tersebut telah diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yaitu:

- a. Salah satu tugas utama Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) adalah melaksanakan penegakan Peraturan Daerah (Perda) dan PeraturanKepala

Daerah (Perkada). Pelaksanaan tugas tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan pengawasan dan operasi penertiban terhadap berbagai bentuk pelanggaran peraturan daerah. Contohnya adalah penertiban Pedagang Kaki Lima (PKL) yang menggunakan trotoar atau ruang public sebagai tempat berjualan, penertiban bangunan yang didirikan tanpa izin pada lahan milik negara, serta penertiban reklame yang tidak memenuhi ketentuan perizinan.

- b. Dalam menjalankan fungsi penegakan peraturan, Satpol PP bertugas mengawasi dan memastikan agar aktivitas masyarakat tetap sesuai dengan ketentuan Perda dan Perkada yang berlaku. Upaya penegakan tidak semata-mata dilakukan melalui tindakan penertiban, tetapi juga dapat ditempuh melalui pendekatan, berupa penyampaian teguran, pemberian imbauan, pelaksanaan sosialisasi, serta pembinaan kepada masyarakat yang belum memenuhi ketentuan. Pendekatan tersebut dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan kepatuhan masyarakat terhadap peraturan sekaligus mencegah terjadinya pelanggaran secara berulang.
- c. Salah satu tugas Satpol PP adalah menciptakan dan memelihara kondisi lingkungan yang tertib, aman, serta kondusif bagi masyarakat. Pelaksanaan tugas tersebut dilakukan melalui berbagai kegiatan, seperti pengendalian terhadap kerumunan yang berpotensi menimbulkan gangguan ketertiban, pengamanan kegiatan resmi pemerintah, serta pengawasan terhadap aktivitas masyarakat yang bertentangan dengan ketentuan hukum dan peraturan daerah.

- d. Satpol PP memiliki peran dalam melakukan penanganan awal terhadap berbagai gangguan ketenteraman dan konflik sosial yang terjadi di lingkungan masyarakat. Dalam pelaksanaannya, penanganan dapat dilakukan melalui komunikasi persuasif, koordinasi dengan pihak terkait, serta tindakan sesuai dengan batas kewenangan yang dimiliki. Apabila permasalahan yang dihadapi memerlukan penanganan lebih lanjut, Satpol PP dapat melakukan koordinasi dan menyerahkannya kepada instansi yang memiliki kewenangan sesuai dengan jenis permasalahan tersebut. Melalui pelaksanaan fungsi tersebut, Satpol PP turut berkontribusi dalam menciptakan kondisi lingkungan masyarakat yang aman, tertib, dan tenteram.
- e. Dalam melaksanakan fungsi perlindungan masyarakat, Satpol PP memiliki peran dalam memberikan bantuan dan dukungan ketika terjadi kondisi darurat di wilayah daerah. Keterlibatan tersebut dapat mencakup situasi seperti bencana alam, kebakaran, maupun kejadian lain yang berpotensi mengancam keselamatan masyarakat. Pada kondisi tersebut, personel Satpol PP dapat membantu proses evakuasi, memberikan pertolongan awal sesuai kemampuan dan kewenangannya, serta membantu menjaga keamanan dan ketertiban di lokasi kejadian. Pelaksanaan fungsi ini dilakukan melalui koordinasi dengan Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) dan instansi terkait lainnya. Dengan adanya koordinasi tersebut, penanganan keadaan darurat

diharapkan dapat berlangsung secara terarah dan memberikan perlindungan yang optimal kepada masyarakat.

2. Fungsi Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP)

Fungsi Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dijelaskan secara lebih rinci dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018. Adapun fungsi tersebut meliputi:

- a. Penyusunan program, yaitu merencanakan program dan kegiatan yang berkaitan dengan penegakan Peraturan Daerah (Perda) dan Peraturan Kepala Daerah (Perkada).
- b. Pelaksanaan kebijakan ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat, yaitu melaksanakan berbagai kebijakan daerah yang berkaitan dengan terciptanya kondisi masyarakat yang tertib, aman, dan kondusif.
- c. Pelaksanaan kebijakan perlindungan masyarakat, yaitu melaksanakan upaya perlindungan terhadap masyarakat sesuai dengan kewenangan yang dimiliki.
- d. Koordinasi penegakan Perda dan kebijakan ketertiban umum, yang dilakukan bersama aparat penegak hukum, instansi terkait, serta masyarakat guna mendukung efektivitas pelaksanaan tugas Satpol PP.
- e. Pengawasan terhadap kepatuhan, yaitu melakukan pengawasan terhadap masyarakat, aparatur, maupun badan hukum dalam menaati dan mematuhi ketentuan Perda dan Perkada yang berlaku.

Pelaksanaan fungsi Satpol PP pada dasarnya tidak hanya mengutamakan tindakan penertiban atau penegakan yang bersifat represif. Dalam menjalankan tugasnya, Satpol PP juga dapat mengedepankan pendekatan persuasif melalui pemberian teguran, penyampaian informasi, sosialisasi, serta kegiatan pembinaan kepada masyarakat. Pendekatan tersebut diperlukan untuk membangun pemahaman dan kepatuhan masyarakat terhadap ketentuan yang berlaku sekaligus mengurangi potensi terjadinya konflik dalam pelaksanaan penertiban.

Dengan demikian, pelaksanaan tugas Satpol PP mencakup aspek pencegahan, pembinaan, dan penegakan aturan. Dalam konteks hubungan antara pemerintah daerah dan masyarakat, Satpol PP memiliki posisi penting dalam menjembatani penerapan ketentuan hukum daerah dengan kondisi serta kepentingan masyarakat. Oleh karena itu, pelaksanaan tugas perlu dilakukan secara proporsional, komunikatif, dan mengedepankan pendekatan yang humanis agar tujuan penegakan peraturan dapat tercapai tanpa mengabaikan kondisi sosial masyarakat.

3. Wewenang Satuan Polisi PamongPraja (Satpol PP)

Satpol PP memiliki kewenangan yang terutama berada dalam ranah administratif dan non-yustisial. Kewenangan tersebut berkaitan dengan pelaksanaan penegakan Peraturan Daerah (Perda) dan Peraturan Kepala Daerah (Perkada) sesuai dengan batas tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan. Dengan demikian, tindakan Satpol PP pada dasarnya diarahkan pada penanganan pelanggaran

administratif, sedangkan proses penegakan hukum pidana menjadi kewenangan aparat penegak hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pelaksanaan tindakan penertiban terhadap pelanggaran Peraturan Daerah (Perda) dan Peraturan Kepala Daerah (Perkada) meliputi beberapa bentuk tindakan, yaitu:

- a. melakukan pemeriksaan awal, pendataan, dan pencatatan terhadap pihak yang diduga melakukan pelanggaran;
- b. melakukan penyegelan atau penghentian sementara terhadap bangunan atau kegiatan yang tidak memiliki izin sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- c. melakukan penertiban terhadap pemasangan reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan daerah; dan

Kewenangan Satpol PP dalam melaksanakan penegakan peraturan tetap memiliki batas sesuai dengan tugas dan fungsi yang diberikan oleh peraturan perundang-undangan. Apabila suatu pelanggaran telah memenuhi unsure tindak pidana atau berada di luar lingkup kewenangan administratif Satpol PP, penanganannya perlu dikoordinasikan atau diserahkan kepada Kepolisian Negara Republik Indonesia sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pembatasan tersebut diperlukan untuk memperjelas pembagian kewenangan antar instansi sekaligus mencegah terjadinya tumpang tindih dalam proses penegakan hukum.

2.2.5 Teori Strategi Komunikasi

Menurut Anwar Arifin dalam bukunya *Strategi Komunikasi*, strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional untuk mencapai tujuan dalam penertiban pedagang, strategi ini berfokus pada perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mengubah perilaku khalayak (pedagang) secara sadar, persuasif, dan manusiawi. Berikut adalah 4 langkah utama penerapannya teori strategi komunikasi ini diantaranya :

1. Mengenal Khalayak

Komunikator (misalnya Satpol PP dan UPTD pasar) harus memahami karakteristik pedagang. Ini mencakup latar belakang budaya, tingkat pendidikan, motif ekonomi (alasan mereka berjualan di tempat terlarang), serta norma yang berlaku di lingkungan mereka.

2. Menyusun Pesan

Pesan yang disampaikan harus terstruktur, informatif, dan persuasi meliputi:

- a. Edukasi aturan yang menjelaskan batas-batas zonasi yang di perbolehkan untuk berdagang.
- b. Sosialisasi dampak : memberikan pemahaman mengenai ketertiban, kebersihan dan kelancaran lalu lintas.
- c. Sosialisasi/Alternatif : menginformasikan lokasi relokasi yang sah beserta potensi keuntungan yang didapat .

3. Menetapkan Metode Komunikasi

Untuk mengubah perilaku tanpa kekerasan, metode yang digunakan Anwar Arifin meliputi:

- a. *Redundancy* (Pengulangan): Menyampaikan imbauan dan peringatan secara terus-menerus dan bertahap agar pesan lebih mudah diingat.
 - b. *Canalizing* (Penyaluran): Menyalurkan pesan sesuai dengan bidang pengalaman khalayak. Komunikator harus mendengarkan keluhan pedagang terlebih dahulu, sebelum menyampaikan solusi atau kebijakan baru.
4. Seleksi dan Penggunaan Media Komunikasi
- a. Pilih media yang tepat agar komunikasi efektif. Dalam konteks penataan pedagang, media yang paling efektif adalah komunikasi tatap muka secara langsung (pendekatan dialogis/persuasif) serta penyebaran media cetak seperti brosur atau surat imbauan resmi.
 - b. Untuk memastikan efektivitas di lapangan, komunikasi persuasif ini harus diukur dari perubahan perilaku khalayak, yakni dari tindakan melanggar aturan menjadi kepatuhan terhadap zonasi tata ruang yang telah ditetapkan.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan gambaran sistematis mengenai alur pemikiran yang digunakan peneliti dalam menghubungkan konsep, teori, dan permasalahan penelitian. Kerangka tersebut umumnya disajikan dalam bentuk bagan untuk memberikan gambaran mengenai tahapan dan keterkaitan antar unsur yang menjadi focus penelitian. Dalam penelitian ini, kerangka berpikir

digunakan untuk menggambarkan bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh Satuan Polisi PamongPraja (Satpol PP) Kabupaten Bengkulu Utara dalam melaksanakan penertiban dan penataan pedagang di Pasar Tradisional Modern (PTM) Purwodadi.

Dalam penelitian ini menggambarkan strategi Satpol PP Kabupaten Bengkulu Utara bersama UPTD Pasar Purwodadi dalam melakukan penertiban dan Penataan pedagang di Pasar Tradisional Modern Purwodadi. Mekanisme tersebut berperan dalam membentuk sikap dan perilaku anggota Satpol PP dalam melaksanakan tugasnya. Sikap dan perilaku yang terbentuk selanjutnya dapat memengaruhi cara anggota Satpol PP berkomunikasi ketika melaksanakan kegiatan penertiban pedagang. Proses komunikasi tersebut dapat berlangsung melalui pesan verbal maupun nonverbal. Komunikasi verbal dilakukan melalui penggunaan bahasa, baik dalam bentuk penyampaian secara lisan maupun tertulis. Sementara itu, komunikasi nonverbal dapat ditunjukkan melalui berbagai simbol dan isyarat, seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, penampilan atau pakaian, kondisi lingkungan fisik, serta pemilihan waktu dan situasi ketika berkomunikasi. Kedua bentuk komunikasi tersebut dapat digunakan secara bersamaan untuk memperjelas pesan dan mendukung tercapainya tujuan penertiban secara efektif.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Satpol PP dalam kegiatan penataan dan penertiban pedagang bertujuan untuk menyampaikan informasi, memberikan pemahaman, serta memengaruhi sikap dan perilaku pedagang agar mematuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Melalui strategi komunikasi

yang tepat, Satpol PP diharapkan mampu membangun pemahaman pedagang mengenai aturan yang berlaku, sehingga pelaksanaan penertiban dapat berjalan secara tertib, kondusif, dan mengurangi potensi terjadinya konflik antara petugas dengan pedagang.

Berdasarkan uraian tersebut, strategi komunikasi Satpol PP menjadi aspek penting dalam mendukung keberhasilan penataan dan penertiban pedagang di Pasar Tradisional Modern (PTM) Purwodadi. Strategi tersebut dapat dilihat melalui proses penyampaian pesan, pemilihan media komunikasi, pendekatan kepada pedagang, serta respons yang diberikan oleh pedagang terhadap pesan yang disampaikan. Berdasarkan uraian tersebut, kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan hubungan antara strategi komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dengan pelaksanaan penertiban dan penataan pedagang di Pasar Tradisional Modern (PTM) Purwodadi. Adapun kerangka berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Bagan 2. 1
Kerangka Berpikir



Sumber : Diolah Peneliti (2026)