

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DALAM MELAKSANAKAN PERATURAN DAERAH NOMOR 10 TAHUN 2009 DI PASAR PANGKALAN BALAI

^{1*}Andi Budi Sulistijanto, ²Wansori Daya

¹ Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Stisipol Candradimuka,

² Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Stisipol Candradimuka

*Email: andibudisulistijanto@stisipolcandradimuka.ac.id

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Humas Satuan Polisi Pamong Praja dalam Melaksanakan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009 di Pasar Pangkalan Balai, Strategi Komunikasi Humas Satuan Polisi Pamong Praja dalam Melaksanakan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009 di Pasar Pangkalan Balai. Masih ditemukannya pedagang kaki lima (PKL) di Pasar Pangkalan Balai yang tidak mematuhi kewajiban dan larangan sesuai dengan apa yang ditetapkan pada Peraturan Daerah (Perda) Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 19 Tentang Ketertiban Pedagang Kaki Lima. Hasil penelitian menunjukkan (1) Strategi komunikasi yang diterapkan Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Banyuwangi yaitu kegiatan penertiban pedagang kaki lima di Pasar Pangkalan Balai berkaitan dengan persoalan pengenalan khalayak; penyusunan pesan; penetapan metode penyampaian pesan; pemilihan media; dan peranan komunikator. Terkait dengan pengenalan khalayak, yang menjadi sasaran dari kegiatan penertiban ini ialah pedagang kaki lima di Pasar Pangkalan Balai. (2) Peranan komunikator dalam hal ini Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Banyuwangi dapat dilihat dengan adanya pemberian arahan dan motivasi kepada pedagang kaki lima di Pasar Pangkalan Balai.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas Satpol PP, Pasar Pangkalan Balai

ABSTRACT

The Public Relations Communication Strategy of the Civil Service Police Unit in Implementing Regional Regulation No. 10 of 2009 at the Pangkalan Balai Market, Strategy of the Civil Service Police Unit Regional Regulation No. 10 of 2009 at the Pangkalan Balai Market. There are still street vendors (PKL) in Pangkalan Balai Market who do not comply with the obligations and prohibitions in accordance with what is stipulated in Regional Regulation (Perda) Number 10 of 2009 Article 19 concerning Order of Street Vendors. Results of the research conducted, it is shown (1) The communication strategy applied by the Public Relations of the Civil Service Police Unit of Banyuwangi Regency in the implementation of controlling activities for street vendors at Pangkalan Balai Market is related to the issue of audience recognition; messaging; determination of message delivery method; media selection; and the role of the communicator. Regarding the introduction of the audience, the target of this control activity is the street vendors at the Pangkalan Balai Market. (2) The role of communicators in this case the Public Relations of the Civil Service Police Unit of Banyuwangi Regency can be seen by providing direction and motivation to street vendors at Pangkalan Balai Market.

Keywords: Communication Strategy, Public Relations Satpol PP, Pangkalan Balai Market

PENDAHULUAN

Komunikasi memiliki fungsi sebagai penghubung seseorang dalam mengungkapkan ide, informasi ataupun pemikiran yang dilakukan seseorang dengan hubungan timbal balik kepada orang lain.^[1] Selain itu komunikasi juga memiliki fungsi pengububung antara aspirasi dan cita-cita masyarakat yang menghasilkan hubungan timbal balik. Masyarakat akan merasakan peran tersendiri apabila cita-cita serta aspirasi dapat ditampung. Komunikasi yang berjalan baik antara masyarakat dengan pemerintah merupakan salah satu upaya pemerintah dalam menyelenggarakan ketertiban dan ketenteraman.

Tiap daerah memiliki satuan pelaksana yang bertugas mendampingi kepala daerah untuk membantu dalam melaksanakan tugasnya. Salah satu satuan pelaksana yang dimaksud diatas yaitu satuan polisi pamong praja (Satpol PP). Satpol PP adalah lembaga teknis daerah yang dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 06 Tahun 2010.^[2]

Menurut Ruslan^[2] kesuksesan dan ketercapaian suatu tujuan ditentukan oleh komunikasi dua arah yang menghasilkan timbal balik antara badan perwakilan dan organisasi dengan publik sebagai sasaran dimana itu merupakan salah satu fungsi dari hubungan masyarakat. Humas memiliki peran penting dalam menjalankan komunikasi dan informasi yang ada di instansi atau lembaga pemerintah untuk disampaikan kepada masyarakat. Oleh karena itu humas Satpol PP Kabupaten Banyuasin sangat berperan penting mengkomunikasikan dalam menjaga ketertiban pedagang kaki lima (PKL).

Tampilan pasar yang berantakan, sarana yang kurang, fasilitas yang tidak memadai, proses pembersihan yang tidak komoditi, tingkat kehygienisan yang kurang, tempat pembuangan sementara yang tidak tersedia, jalan sempit, peredaran barang yang dirasa kurang nyaman, hal tersebut dapat disebabkan karena aktivitas pasar yang mengalami peningkatan.

Tidak hanya sekali Satpol PP memberikan teguran kepada PKL. Apabila teguran tersebut tidak di pindahkan maka Satpol PP akan menyita barang dagangan. Satpol PP Kabupaten Banyuasin secara bertahap akan melakukan pendekatan, yang pertama pendekatan persuasif dan membuat surat imbauan, akan tetapi dikarenakan lemahnya fungsi pengawasan dan pembinaan oleh Satpol PP Kabupaten Banyuasin membuat keberadaan PKL seringkali kerap kembali berada di lokasi tersebut (Buana Indonesia, 2020).

Kedepan, sepanjang Jalan Merdeka Pangkalan Balai akan disterilkan dari para PKL pada saat jam kerja, dan di perbolehkan berjualan kembali pada jam pulang kerja dan pada malam hari dengan menjaga kebersihan. Humas Satpol PP Kabupaten Banyuasin berkata, "*Sudah satu minggu kita berikan peringatan, melalui surat edaran, striker dan yang terakhir melalui pengeras suara*".

Apabila kita tidak melakukan pengawasan terhadap PKL akan mencetuskan masalah yang ada dalam lingkungan masyarakat terutama dalam pelaksanaan pembangunan daerah. Keberadaan PKL merupakan salah satu sumber penghasilan seseorang, meskipun keberadaannya yang memiliki dampak negatif.

Berdasarkan ulasan yang telah dipaparkan peneliti di atas. Penelitian ini bertujuan untuk menciptakan sebuah strategi komunikasi yang diharapkan dapat dilaksanakan oleh Humas Satpol PP dengan masyarakat dalam melakukan pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 19 di Pasa Pangkalan Balai tentang Ketertiban PKL.^[4]

Diharapkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dijadikan sebuah referensi serta bahan masukan bagi Satpol PP Kabupaten Banyusin dalam pengembangan terkait strategi komunikasi untuk melakukan tindak lanjut terkait keberadaan PKL.

a. Komunikasi Organisasi

Menurut Effendy^[3] komunikasi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan dua orang atau lebih untuk menyampaikan isi pikiran dengan menggunakan lambang atau media tertentu yang bertujuan untuk merubah sikap seperti apa yang telah diharapkan.

Sedangkan menurut pendapat Anwar Arifin^[4] dalam bukunya yang berjudul “*Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*”. Terdapat faktor yang harus dipertikan dalam penyusunan strategi komunikasi, diantaranya yaitu:

1. Mengetahui Khalayak
2. Menyusun Pesan
3. Menentukan Metode
4. Pemilihan Penggunaan Media
5. Peranan Komunikator

b. Humas Satuan Polisi Pamong Praja

Humas Satpol PP mempunyai peran dan kedudukan yang luas sebagai aparatur pemerintah daerah. Satpol PP memiliki tugas untuk membantu kepala daerah dalam menegakkan perda dan menyelenggarakan ketertiban serta ketenteraman masyarakat yang didalamnya sudah dijelaskan dalam Pasal 148 UU No 32 tahun 2004. Satpol PP juga memiliki kewenangan yang sudah diatur dalam Pasal 6 Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2010, diantaranya yaitu:

1. Menindak dan menertibkan badan hukum, aparatur serta masyarakat yang telah melanggar Perda atau peraturan kepala daerah;
2. Melakukan tindak lanjut kepada badan hukum, aparatur serta masyarakat yang melakukan gangguan dalam ketertiban dan ketenteraman masyarakat;
3. Memfasilitasi serta memberdayakan kapasitas perlindungan masyarakat;
4. Menindak dan menyelidiki terhadap badan hukum, aparatur serta masyarakat yang diduga melanggar Perda atau peraturan kepala daerah;
5. Menindak kepada badan hukum, aparatur serta masyarakat yang melanggar Perda atau peraturan kepala daerah.

c. Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 19

Perda Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 19 tentang Ketertiban Pedagang Kaki Lima merupakan alat penegakan aturan di daerah yang terdiri dari beberapa peraturan daerah. Produk hukum Perda Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 19 Tentang Ketertiban Pedagang Kaki Lima bersifat regulasi maupun teknis prosedural untuk menjalankan peraturan perundang-undangan di atasnya. Sebagai suatu produk hukum daerah, peraturan daerah Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 19 diakui sebagai bagian dari peraturan perundang-undangan berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah dan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Peraturan Perundang-Undang.

Dalam Ketentuan Umum Undang-Undang 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan-Undang secara implisit dapat disimpulkan bahwa Peraturan Daerah adalah peraturan perundang-undangan yang dibentuk oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Provinsi/Kabupaten/Kota dengan persetujuan Gubernur/Bupati. Berdasarkan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah.

d. Pedagang Kaki Lima (PKL)

Menurut (Makhsun, 2009) PKL adalah pekerjaan yang khas berada di perkotaan. Selain itu, PKL juga menjadi sebuah fenomena sosial terhadap pertumbuhan masyarakat. PKL masuk ke dalam pekerjaan unit usaha kecil informal yang memiliki tujuan untuk pencarian kesempatan kerja dan perolehan keuntungan.

PKL sebagai pekerja informal selama ini dianggap mengganggu. Namun di sisi lain, pihak pembangunan kota harus menertibkan kegiatan masyarakat yang mana selalu menimbulkan masalah saat menertibkan kota tersebut.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan pendekatan penelitian yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto ^[5], penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif berdasarkan fenomena-fenomena yang ada dilapangan yang bertujuan mendeskripsikan Strategi Komunikasi Humas Satpol PP dalam melaksanakan Perda Nomor 10 Tahun 2009 di Pasar Pangkalan Balai.

Fokus penelitian adalah pusat sebuah konsentrasi kepada tujuan atau topik penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka, maka peneliti tertarik untuk meneliti terkait Strategi Komunikasi Humas Satpol PP Kabupaten Banyuwangi dalam Melaksanakan Peraturan Daerah (Perda) Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 19 Tentang Ketertiban Pedagang Kaki Lima di Pasar Pangkalan Balai, peneliti menggunakan Teori. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas* menurut Arifin, Anwar ^[4] Adapun fokus penelitian untuk skripsi ini, sebagai berikut:

Tabel 1. Fokus Penelitian

Variabel	Fokus	Indikasi
Strategi Komunikasi Humas Satuan Polisi Pamong Praja dalam Melaksanakan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009 di Pasar Pangkalan Balai	Mengenal Khalayak	1. Kondisi 2. Situasi
	Menyusun Pesan	1. Tema 2. Materi
	Menentukan Metode	1. Cara 2. Bentuk isinya
	Penggunaan Media	1. Sarana 2. Prasarana
	Peranan Komunikator	1. Sasaran 2. Komunikator

Sumber: diadopsi dari Teori Anwar Arifin (2004:54)

Key Informant

Informan merupakan seseorang yang dapat memberikan sebuah informasi kepada peneliti untuk mendukung data penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu Aparatur Satpol

PP Kabupaten Banyuasin serta PKL dan masyarakat Kelurahan Pangkalan Balai Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin. Adapun jumlah informan dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 2. Informan Penelitian

No.	Jabatan	Jumlah
1.	Drs. H. Indra Hadi, M.Si	Kepala Satpol PP Banyuasin
2.	Bustanil A, S.Sos., M.Si	Kabid Tramtib
3.	Mulyadi S.Sos., M.Si	Kasi Operasi dan Pengendalian
4.	Dedi Irawan, S.Ip	Kepala UPTD Pasar Pangkalan Balai
5.	Arif	Pedagang Kaki Lima di Pasar Pangkalan Balai
6.	Dona	
7.	Andi	
8.	Jemaul	Masyarakat Pangkalan Balai
Jumlah		8 (delapan) orang

Sumber: diolah oleh Peneliti, 2021

Peneliti dalam mengumpulkan data dengan cara wawancara dan observasi secara mendalam serta studi kepustakaan. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara yang dilakukan terhadap seluruh *key informant* yang sudah direncanakan. Hasil wawancara itu kemudian ditranskripsikan ke dalam bentuk tulis. Data primer lainnya adalah catatan hasil observasi di tempat penelitian.

Penggunaan data sekunder juga dilakukan untuk mendukung temuan-temuan selama penelitian. Adapun data yang digunakan seperti: dasar penegakan peraturan daerah, jadwal penegakan peraturan, data manifest jumlah PKL di Pasar Pangkalan Balai, dan data-data lain dari buku-buku serta artikel yang dimuat di jurnal, majalah, surat kabar, dan situs internet.

Peneliti dalam menganalisis data yaitu menggunakan teknik wawancara mendalam dan pengamatan atau teknik observasi dengan cara mengkategorisasi berbagai konsep yang muncul dan kemudian menyesuaikannya dengan batasan konsep atas komunikasi massa yang telah ditentukan, yakni dengan mempergunakan konsep dari Teori *strategi komunikasi* menurut Anwar Arifin khususnya mengenai kriteria manajemen strategi dalam mencapai efektivitas komunikasi sebagai teori utama untuk dibuktikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi memiliki tujuan ketercapaian pemahaman yang sama dimana hal tersebut merupakan tujuan utama dari sebuah komunikasi. Tiap anggota memiliki kewajiban masing-masing di dalam suatu organisasi, yang harus memahami secara menyeluruh yang diharapkan dapat mencapai pengetahuan yang akan menjadikan sebuah pemahaman hubungan timbal balik dalam anggota di organisasi tersebut. Ketercapaian sebuah tujuan di dalam sebuah organisasi ditentukan oleh keterjalinan hubungan masyarakat yang memberikan sebuah energi positif. Berikut merupakan hal-hal yang dapat menjadikan penyebab timbulnya permasalahan dalam kegiatan penertiban PKL di Pasar Pangkalan Balai:

1. Mengenal Khalayak

Dalam perumusan strategi komunikasi Humas Satuan Polisi Pamong Praja dalam melaksanakan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009 di Pasar Pangkalan Balai, yang menjadi khalayaknya adalah semua pedagang kaki lima yang masuk dalam kategori di Pasar Pangkalan Balai. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kepala Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol-PP) Kabupaten Banyuasin, Bapak Indra Hadi, SH., M.Si yang mengatakan:

“Penerima manfaat dari penegakan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009 di Pasar Pangkalan Balai ini tidak dibatasi terhadap pedagang kaki lima yang masuk dalam kategori penertiban tanpa melihat jenis jualannya. Apapun jenis usahanya pedagang kaki lima tersebut selama tidak melanggar ketertiban umum, maka termasuk negative list penertiban.” (Wawancara, 10 Mei 2021)

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, didapatkan data bahwa aparaturnya pelaksana dari Satpol PP Kabupaten Banyuasin sudah menunjukkan usaha dengan upaya yang dilakukan yaitu memberikan informasi mengenai kebijakan pengembangan Pasar Pangkalan Balai secara konsisten. Sehingga dapat disimpulkan komunikasi yang ditunjukkan sudah cukup baik.

2. Menyusun Pesan

Penyajian komunikasi verbal maupun non verbal merupakan komunikasi yang digunakan dalam kegiatan penertiban PKL di Pasar Pangkalan Balai oleh pihak Humas Satpol PP Kabupaten Banyuasin. Komunikasi secara verbal merupakan komunikasi secara lisan yang disampaikan secara langsung dan dapat pula menggunakan tulisan seperti selebaran, brosur, spanduk maupun booklet. Sedangkan komunikasi non verbal yaitu *body language* komunikator, *gesture*, miki, serta intonasi suara. Hal tersebut sesuai dengan apa yang telah disampaikan oleh Bapak Mulyadi S.Sos., M.Si, selaku Kasi Operasi dan Pengendalian, menjelaskan bahwa:

“Semua aturan atau pesan-pesan dari Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009 dibacakan (lisan) pada saat sosialisasi diadakan. Kemudian kami juga biasanya membagikan selebaran-selebaran, booklet, atau brousur (tulisan) ke pedagang yang isinya terkait dengan kegiatan penertiban. Sementara untuk pesan non verbalnya kita bisa lihat pada saat pameri menjelaskan di pertemuan-pertemuan atau sosialisasi dengan melihat ekspresinya, suaranya, dan lain sebagainya.” (Wawancara, 10 Mei 2021)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan masyarakat, mayoritas mereka jarang mengikuti sosialisasi yang diadakan oleh Humas Satpol PP Kabupaten Banyuasin. Komunikasi dapat berjalan efektif dan efisien apabila komunikasi tersebut dikemas dalam bahasa yang dapat menarik perhatian serta mudah diakses oleh masyarakat.

3. Menetapkan Metode

Berdasarkan hasil penelitian, metode penyampaian Humas Satpol PP Kabupaten Banyuasin beserta pihak-pihak yang terkait dalam implementasi Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009 di Pasar Pangkalan Balai. Bapak Bustanil A, S.Sos., M.Si yang merupakan Kepala Bidang Ketertiban Umum dan Ketentraman Satpol PP Kabupaten Banyuasin, menjelaskan bahwa:

“Kami pada dasarnya menggunakan metode penyampaian pesan secara informatif, edukatif, dan persuasive pada saat upaya penertiban pedagang kaki lima di Pasar Pangkalan Balai. Metode informatif dilakukan sebagai penyebaran/penyampaian informasi kepada seluruh khalayak sasaran melalui forum sosialisasi dan beberapa saluran komunikasi. Tujuan metode ini adalah untuk membangun pemahaman kepada khalayak sasaran sehingga mereka memiliki kesadaran dan pengetahuan yang cukup untuk berpartisipasi secara aktif dalam pelaksanaan program.” (Wawancara, 10 Mei 2021)

Berdasarkan ulasan yang sudah disampaikan oleh peneliti, dapat dipahami bersama bahwa aparaturnya Satpol PP Kabupaten Banyuasin dalam melaksanakan penertiban di Pasar Pangkalan Balai memberi teguran secara langsung kepada PKL. Teguran yang diberikan berupa nasihat dan peringatan ini diberikan secara bertahap, teguran pertama dengan memberi kesempatan selama tujuh hari untuk berpindah ke kawasan berdagang yang dibenarkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuasin.

4. Pemilihan Penggunaan Media

Mengenai kebijakan Satpol PP Kabupaten Banyuasin dalam pelaksanaan penertiban pedagang kaki lima di Pasar Pangkalan Balai. Menurut Bapak Indra Hadi, SH., MH selaku Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Banyuasin mengungkapkan bahwa:

“Kebijakan tentang penertiban pedagang kaki lima di Pasar Pangkalan Balai sudah tertuang dalam renstra (rencana strategis) Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Banyuasin. Dan untuk peraturan daerah tentang pembinaan pedagang kaki lima di wilayah Kabupaten Banyuasin merujuk pada Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009.” (Wawancara, 10 Mei 2021)

Sama seperti penyusunan komunikasi yang diwajibkan untuk melakukan penyesuaian dengan masyarakat, sehingga media informasi dalam melakukan sebuah implementasi suatu kegiatan juga harus melakukan penyesuaian dengan target penerima informasi. Oleh karena itu dalam pemilihan media informasi sangat penting untuk menimbang terkait karakteristik dan tujuan dari pesan yang akan disampaikan kepada target penerima informasi, seperti terlihat pada gambar 5.4 di bawah ini:

5. Peranan Komunikator

Pembangunan daya tarik serta kredibilitas dapat dibangun dengan cara Humas Satpol PP Kabupaten Banyuasin dengan cara terjun langsung dan bertindak sebagai komunikator yang dilakukan oleh pemerintah setempat yang ada di Kabupaten Banyuasin. Hal ini sama seperti yang sudah disampaikan oleh Kepala Satpol-PP Kabupaten Banyuasin, Bapak Indra Hadi, SH., M.Si yang mengatakan:

“Bagian Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Banyuasin sebelum mengimplementasikannya penertiban ke pedagang kaki lima penerima manfaat mereka terlebih dahulu mendapatkan pelatihan sebagai pembekalan untuk melakukan penyebaran informasi dan tata cara pelaksanaan. Selain itu untuk membangun kredibilitas, Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Banyuasin juga menggandeng pihak UPT Dinas Pasar sebagai tempat untuk melakukan konsultasi terkait tata cara pelaksanaan dan penyebaran informasi

dalam melaksanakan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009 di Pasar Pangkalan Balai.”
(Wawancara, 10 Mei 2021)

KESIMPULAN

Penelitian mengenai Strategi Komunikasi Humas Satuan Polisi Pamong Praja dalam melaksanakan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2009 di Pasar Pangkalan Balai ini menghasilkan simpulan, yaitu:

1. Terkait dengan rumusan masalah pertama, hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi yang diterapkan Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Banyuasin dalam pengimplementasian kegiatan penertiban pedagang kaki lima di Pasar Pangkalan Balai berkaitan dengan persoalan pengenalan khalayak; penyusunan pesan; penetapan metode penyampaian pesan; pemilihan media; dan peranan komunikator. Terkait dengan pengenalan khalayak, yang menjadi sasaran dari kegiatan penertiban ini ialah pedagang kaki lima di Pasar Pangkalan Balai.

Penyusunan penyampaian pesan dilakukan berdasarkan petunjuk teknis operasional Satpol PP Kabupaten Banyuasin yang dilaksanakan melalui sosialisasi sebagai penyebaran informasi, rapat atau pertemuan, musyawarah dan pelatihan. Menyangkut dengan metode penyampaian pesan, Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Banyuasin menerapkan metode informatif, edukatif, dan persuasif. Sedangkan untuk pemilihan media yang digunakan dalam mengimplementasikan kegiatan penertiban ini melalui media komunikasi secara langsung atau antarpribadi (personal), dan media lini bawah seperti booklet, poster, selebaran, dan papan informasi.

2. Peranan komunikator dalam hal ini Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Banyuasin dapat dilihat dengan adanya pemberian arahan dan motivasi kepada pedagang kaki lima di Pasar Pangkalan Balai. Peranan komunikator dalam mengimplementasikan penertiban pedagang kaki lima di Pasar Pangkalan Balai dinilai cukup bagus, dengan diberikannya arahan-arahan dan motivasi sebagai dorongan untuk peningkatan kualitas hidup mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- B. Walgito, (2003), Psikologi Sosial, Yogyakarta: CV. Andi Offset, p. 75.
Peraturan Pemerintah Nomor 06 Tahun 2010 tentang Satuan Polisi Pamong Praja.
- R. Rosady, (2007). Manajemen Public Relatios dan Media komunikasi, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, p. 129.
Peraturan Daerah (Perda) Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 19 Tentang Ketertiban Pedagang Kaki Lima.
- O. Effendy, (2010). Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, Bandung: PT.Rosdakarya, p. 13.
- A. Arifin, (2010) Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas, Bandung: ARMICO, , p. 59.
- S. Arikunto, (2002) Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta: PT Rineka Cipta, pp. 9-16.