STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DALAM MENJAGA KETERTIBAN PEDAGANG KAKI LIMA (Studi Kasus PKL di Kec. Kanigaran Kota Probolinggo)

by Eko Yudianto Yunus

Submission date: 05-Oct-2021 12:54PM (UTC+0900)
Submission ID: 1665635502
File name: JURNAL_HUMAS.docx (37.27K)
Word count: 4858
Character count: 33100

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DALAM MENJAGA KETERTIBAN PEDAGANG KAKI LIMA

(Studi Kasus PKL di Kec. Kanigaran Kota Probolinggo)

Eko Yudianto Yunus
Universitas Panca Marga Probolinggo
ekoyudianto@upm.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi kurangnya kesadaran para pedagang kaki lima (PKL) dalam menjaga ketertiban umum, masih banyak pedagang kaki lima di wilayah kecamatan kanigaran berjualan dengan melanggar peraturan yang ada. Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Sebagai aparat dalam penyampaian informasi dibantu divisi Humas dalam menyampaikannya. Melihat dari persoalan tersebut penulis terdorong untuk melakukan penelitian untuk mengetahui Strategi Komunikasi Humas Satuan Polisi Pamong Praja dalam Menjaga Ketertiban para PKL. Pendekatan Penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif. untuk menjelaskan apa yang terjadi secara lengkap, dengan menggunakan data primer dan skunder sebagai jenis data dan sumber data yang diperoleh melalui Humas dan Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Kanigaran. pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan juga dokumentasi. Dari pengumpulan data tersebut dilakukan tiga analisis data yang berupa analisis data, yang berupa reduksi data dan dan vertifikasi data.

Kata kunci: PKL, Strategi Komunikasi, dan Humas Satuan Polisi Pamong Praja

A. PENDAHULUANA.

Manusia itu pada dasarnya merupakan makhluk sosial dan manusia secara alami selalu membutuhkan komunikasi dengan manusia yang lain, dengan kata lain secara alami mempunyai dorongan untuk berhubungan dengan manusia lain. Disamping itu manusia juga mempunyai dorongan-dorongan lain seperti dorongan ingin mengaktualisasi diri dan lain sebagainya. Dorongan-dorongan tersebut akan dapat dipenuhi dengan mengadakan komunikasi dengan sesamanya. Melalui komunikasi sesorang dapat menyampaikan informasi, ide atau pemikiran, pengetahuan, konsep dan lain-lain kepada orang lain secara timbal balik, baik secara penyampaian maupun sacara penerima komunikasi. Dengan komunikasi manusia dapat berkembang dan melangsungkan kehidupan bermasyarakat. Komunikasi berfungsi sebagai jembatan yang dijembatani cita-cita dan aspirasi dengan masyarakat secara timbal balik, adanya semacam give and take. Aspirasi dan cita-cita masyarakat tertampung sehingga mereka merasa ikut serta (peran serta) dan dengan sendirinya ada dorongan dan dukungan dari masyarakat. dalam melaksanakan perannya (komunikasi) menggunakan perangkat dan piranti keras ada dalam tubuh organisasi maupun yang terdapat didalam masyarakat. sadar bahwa kegiatan komunikasi adalah kegiatan yang

dinamis dan banyak aspek teknis, psikologis, maupun sosiologis maka humas harus bersikap kreatif, komunikatif dan selalu terbuka untuk selalu mengakses pengetahuan serta dedikasi. Atas dasar keyakinan bahwa kegiatan komunikasi harus dilakukan secara terpadu bersama-sama maka harus menaati dan mengindahkan peraturan dan perundangan yang ada dan berlaku.

Penyelenggaraan ketentraman dan ketertiban merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh pemerintah daerah. Untuk membantu kepala daerah dalam melaksanakan urusan wajib tersebut maka setiap daerah otonom mempunyai unsur pelaksana pemerintah daerah, salah satu pelaksananya adalah Satuan Polisi Pamong Praja yang merupakan lembaga teknis daerah dan pembentukannya berdasarkan Peraturan Pemerintah No 6 Tahun 2010. PP No 6 tahun 2010 pasal 3 ayat (1) Satuan Polisi Pamong Praja merupakan bagian perangkat daerah dibidang penegakkan Peraturan Daerah, ketertiban umum dan ketentraman masyarakat. Satpol PP dalam tugasnya dibantu Humas yang pada prinsipnya secara struktural fungsi Humas dalam organisasi merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari suatu kelembagaan atau organisasi. Humas terkait langsung dengan fungsi manajemen. Fungsi kehumasan dapat berhasil secara optimal apabila berada langsung di bawah pimpinan atau mempunyai hubungan lansung dengan pimpinan tertinggi dalam pengambilan keputusan pada organisasi atau instansi yang bersangkutan. Fungsi Humas dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik dua arah (*reciprocal two ways traffic communications*) antara organisasi dan badan yang diwakilinya dengan publik sebagai sasaran (target audiens) pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan yang hendak dicapai. Humas sangat berperan penting dalam mengkomunikasikan informasi yang ada di instansi atau lembaga pemerintah untuk disampaikan kepada masyarakat, dalam hal ini humas Satpol PP sangat berperan penting mengkomunikasikan dalam menjaga ketertiban pedagang kaki lima (PKL). PKL di Kec. Kanigaran ditertibkan Satpol PP Kota Probolinggo. Tidak hanya sekali Satpol PP memberikan teguran kepada PKL. Apabila teguran tersebut tidak di indahkan maka Satpol PP akan menyita barang dagangan. Satuan Polisi Pamong Praja secara bertahap melakukan langkah pendekatan, pertama pendekatan persusif serta membuat surat himbauan. Humas Satpol PP sangat penting melakukan strategi menjaga ketertiban PKL dengan menggunakan komunikasi dalam menjalankan tugasnya.

Dari uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo dalam melihat bagaimana Strategi Komunikasi Humas menjaga ketertiban pedagang kaki lima (PKL). Dengan semua penjelasan yang penulis paparkan kedalam jurnal dengan judul "Strategi Komunikasi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Menjaga Ketertiban Pedagang Kaki Lima.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, pokok masalah yang di angkat dalam penelitian ini adalah : Bagaimana Strategi Komunikasi Humas Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) menjaga ketertiban pedagang kaki lima di Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo ?

C. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan memahami Bagaimana Strategi Komunikasi Humas Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) menjaga ketertiban pedagang kaki lima di Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo.

D. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini penulis mencoba menggunakan teori strategi komunikasi. Dalam teori strategi komunikasi tersebut, strategi merupakan perencanaan atau planning dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional. Strategi komunikasi yang digunakan hendaknya mencakup sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran yang dituju. Strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Strategi komunikasi mendefinisikan khalayak sasaran, berbagai tindakan yang dilakukan, bagaimana khalayak sasaran akan memperoleh manfaat berdasarkan sudut pandangnya, dan khalayak sasaran yang dapat di jangkau secara efektif. Lebih jauh ada beberapa definisi terminologis yang digunakan dan perlu dijelaskan dalam penelitian ini ,sebagai berikut:

1. Srategi Komunikasi Humas.

Strategi merupakan simpulan taktik dalam keperluan bagaimana tujuan yang diinginkan dapat diperoleh atau didapat, oleh sebab itu strategi biasanya terdiri atas dua atau satu taktik, dengan anggapan satu yang lebih bagus dari yang lain dengan demikian strategi merupakan kumpulan taktik dengan maksud mencapai tujuan dari perusahaan, instansi dll. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikas dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan dalam arti bahwa pendekatan bisa berbeda-beda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi. Tujuan sentral strategi komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu: a) to secure understanding, b) to establish ecceptance, c) to motivate actions. Pertama adalah (secure understanding) memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata sudah mengerti dan menerima, maka penerimaan itu harus dibina (to establish ecceptance).Pada akhirnya kegiatan di motivasikan (to motivate action). Strategi komunikasi Humas terdiri dari: a. Credibility (Kredibilitas) Komunikasi itu dimulai dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator, secara sungguh-sungguh untuk melayani public yang memiliki keyakinan dan respek. b. Contex (Konteks) Menyangkut seseuatu yang berhubnungan dengan lingkungan kehidupan sosial, pesan yang harus disampaikan dengan jelas dan sikap partisipatif. Komunikasi efektif diperlukan untuk mendukung lingkungan sosial selalu memberitakan diberbagai media massa. c. Content (isi) Pesannya menyangkut kepentingan orang banyak sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat. d. *Clarity* (Kejelasan) Pesan harus disusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti, serta memiliki pemahaman yang sama antara komuikator dengan komunikan dalam hal yang dimaksud, tema dan tujuan semua pihak. e.

Continuity and Konsistency (Kontinuitas dan Konsistensi) Komunikasi merupakan proses yang tidak pernah berakhir, oleh karena itu dilakukan secara berulang-ulang dengan berbagai variasi pesan. Dengan cara demikian untuk mempermudah proses belajar, membujuk dan tema dari pesan-pesan tersebut harus konsisten. Mempergunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran. Pemakaian saluran media yang berbeda akan berbeda pula efeknya. Dari demikian seorang Humas harus dapat memahami perbedaan dan proses penyebaran informasi secara efektif. g. Capability of the Audiens (kapabilitas khalayak) Memperhitungkan kemampuan yang dimiliki khalayak. Komunikasi dapat menjadi efektif bagi masyarakat bila berkaitan dengan faktor-faktor yang bermanfaat sepeti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan mengembangkan pengetahuan.

2. Humas dan Ruang Lingkup Tugas Humas.

Humas Pada dasarnya, humas (hubungan masyarakat) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan disetiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah, bahkan pesantren dan usaha bersama. Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa dicegah, terlepas dari itu kita menyukai atau tidak, karena humas memerlukan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Arti penting humas sebagai sumber informasi terpercaya kian terasa pada era globalisasidan "banjir informasi" seperti saat ini.Menurut definisi kamus terbitan Institut of Public Relations yakni sebagai sebuah lembaga terkemuka di Inggris dan Eropa, terbitan bulan november 1987," humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dan segenap khalayaknya". Jadi humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampaye atau program terpadu, dan semua itu dilakukan secara berkesinambungan dan teratur. Kegiatan humas sama sekali tidak bisa dilakukan sembarangan atau dadakan. Tujuan humas itu sendiri adalah untuk bahwa niat baik dan kiprah organisasi yang bersangkutan senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak yang berkepentingan (atau lazim disebut seluruh "khalayak" atau publiknya). Menurut kamus Fund and Wagnal, American Standard Desk Dictionary terbitan 1994, istilah humas diartikan sebagai segenap kegiatan dan teknik atau kiat yang diguanakan oleh organisasi atau indivindu untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan sepakterjangnya. Istilah kiat dalam definisi mengindikasikan bahwa humas harus menggunakan metode manajemen berdasarkan tujuan (management by objectives). Dalam mengejar suatu tujuan, semua hasil dan tingkatan kemajuan yang telah dicapai harus bisa diukur secara jelas, mengingat humas kegiatan yang nyata. Hal ini dengan tegas menyangkal anggapan yang keliru yang mengatakan bahwa PR merupakan kegiatan yang abstrak. Pada pertemuan asosiasi-asosiasi humas seluruh dunia di Mexico City, Agustus 1978, ditetapkan definisi humas sebagai berikut: humas

adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksi setiap kemungkinan konsekuensinya konsekuensi dari setiap kegiatannya, memberi masukan dan saran-saran kepada pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi atau kepentingan khalayaknya. Frasa menganalisis kecenderungan mengisyaratkan bahwa dalam humas kita juga perlu menerapkan teknik-teknik ilmu sosial dalam merencanakan program atau kampaye kehumasan. Definisi tersebut juga menyajajarkan aspek-aspek kehumasan dengan aspek-aspek ilmu sosial dari suatu organisasi, yakni menonjolkan tanggung jawab organisasi pada kepentingan publik atau kepentingan masyarakat luas. Setiap organisasi dinilai berdasarkan sepak terjangnya. humas itu jelas berkaitan dengan niat baik dan reputasi.

Hubungan masyarakat menjalankan fungsi dan tugas penerangan di dalam jajaran masing-masing. Perannya sebagai wahana komunikasi ke dalam maupun keluar. Ke dalam berusaha menyelenggarakan komunikasi ke dalam tubuh organisasi, keluar membelikan informasi kepada masyarakat dan lingkungan. Penyelenggaraan komunikasi ke dalam dan keluar berfungsi menyaring, mengolah dan menyajikan informasi yang diperlukan sehingga sesuai dengan kebutuhan komunikasi dari kelompok sasaran yang dituju. Mengolah dan menyaring masukan dari luar menyelenggarakan komunikasi yang sehat kepada masyarakat, sehingga mereka mendukung dan menyetujui apa yang di harapkan. Hubungan masyarakat disebut juga Public Relations dengan ruang lingkup kegiatan yang menyangkut baik indivindu ke dalam maupun indivindu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi. Tujuan Humas ialah mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain yakni publik (umum, masyarakat). tujuan Humas adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak atau dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik. Humas berfungsi untuk mengetahui dan mengevaluasi opini-opini publik yang berkaitan dengan organisasi, serta memanfaatkan komunikasi sebagai media untuk memberikan informasi sesuai dengan fakta, disampaikan dengan cara-cara yang baik dan benar untuk mengarahkan opini publik ke arah yang diharapkan. b.Ruang Lingkup Tugas Humas Dalam sebuah instansi atau organisasi biasanya mempunyai seorang humas yang menjalankan suatu tugas-tugas yang berhubungan dengan instansi tersebut. Adapun ruang lingkup tugas Humas dalam sebuah instansi atau lembaga antara lain: 1) Membina hubungan kedalam (publik internal) Yang dimaksud publik internal adalah Publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Humas harus mampu mengindentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif didalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi. 2) Membina hubungan ke luar Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran Publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Dari

ruang lingkup di atas Humas menjalin hubungan baik dengan Publik internal dan publik eksternal untuk menciptakan suasana keakaraban diantara keduanya. 3) Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Setiap instansi maupun lembaga dalam penyampaian informasi dibantu oleh humas dalam penyampaiannya, sama halnya dengan Kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo dalam penyampaian informasi dibantu oleh humas. Humas merupakan suatu hal yang tidak asing lagi, karena peran dan fungsinya yang sangat penting bagi suatu lembaga, instansi maupun perusahaan, humas adalah bagian dari kegiatan manajemen yang dilakukan secara berkesinambungan oleh organisasi/lembaga/perusahaan untuk memelihara citra serta membentuk opini yang positif dari masyarakat serta khalayak (public)baik internal maupun eksternal. Satuan Polisi Pamong Praja disingkat Satpol PP adalah perangkat Pemerintah Daerah yang bertugas untuk memelihara ketentraman dan ketertiban umum serta menegakkan peraturan Daerah. organisasi dan tata kerja Satuan Polisi Pamong Praja ditetapkan oleh peraturan Daerah, Satpol PP dapat berkedudukan di Daerah atau Provinsi, Satuan Polisi Pamong Praja dipimpin oleh kepala yang berada dibawah dan bertanggung Jawab kepada Gubernur melalui Seketaris Daerah di Kabupaten/Kota, Satuan Polisi Pamong Praja di pimpin oleh kepala yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati/Walikota melaui Seketaris Daerah. Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris communications berasal dari kata latin communicatio, bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya sama makna. Jadi, kalau orang yang yang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi dan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. a.Bentuk-bentuk Komunikasi Bentuk-bentuk komunikasi yaitu:

1) Komunikasi Persuasif

Suatu kepercayaan seseorang tentang sesuatu yang dipercayainya kadang dapat memberikan dampak sikap pada mereka. Sehingga dapat mempengaruhi prilaku dan tindakan mereka terhadap sesuatu. Dengan kata lain mengubah pengetahuan seseorang tentang sesuatu yang dipercayainya dapat merubah prilaku mereka. Komunikasi Surat-surat merupakan sarana komunikasi tertulis untuk menyampaikan informasi, pernyataan atau pesan kepada pihak lain yang mempunyai keperluan kegiatan dengan bentuk tertentu. Dengan demikian surat membawa informasi, peryataan atau pesan yang diharapkan informasi itu akan tersampaikan kepada yang dituju kepada penulis surat. Apabila ditunjau dari sifatnya, surat adalah jenis karangan paparan, sebab pengirim surat mengemukakan maksud dan tujuannya, menjelaskan apa yang difikirkannya dan dirasakannya melalui surat. Berbeda halnya jika ditinjau dari wujud penuturannya, surat merupakan percakapan tertulis dari seseorang kepada seseorang atau dari lembaga ke lembaga.

2) Komunikasi melalui sosialisasi

Komunikasi merupakan elemen penting bagi proses sosialisasi bagi masyarakat. Karena tanpa adanya komunikasi antar anggota masyarakat, proses sosialisasi tidak akan dapat berlangsung. Jadi dengan adanya komunkiasi proses sosialisasi dalam masyarakat akan dapat berlangsung secara

maksimal. Jadi komunikasi mendukung dan menjadi faktor utama terjadinya suatu sosialisasi di dalam masyarakat tidak akan berlangsung atau tercipta dengan baik.

Proses komunikasi di bagi menjadi dua tahap, yaitu:

a) Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pemikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung menerjemahkan pikiran atau perasaan kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain.

b)Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang.Seseorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio elevisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Unsur-unsur komunikasi

a) SumberSemua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengiri informasi dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya: partai, organisasi atau lembaga.

b) PesanPesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau dengan menggunakan media komunikasi.

c) MediaMedia yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan utuk memindahkan pesan dari sumber ke penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indra dianggap sebagai media komunikasi. Selain indra manusia ada juga saluran komunikasi sepertitelepon, surat, telegram, yang di golongkan sebagai media komunikasi antarpribadi.

d) Penerima Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih bisa dalam bentuk kelompok, partai, atau negara.

e) Tanggapan balik Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk dari pengaruh yang berasal dari penerima.

f) LingkunganLingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi.

Humas sebagai Kegiatan Komunikasi Kegiatan komunikasi selalu terjadi dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam kehidupan PR (Pulic Relations). Pulic Relations dalam melaksanakan fungsi dan kegiatannya berpusat pada komunikai secara langsung maupun tidak langsung, verbal maupun non verbal dengan bentuk apapun. Komunikasi yang efektif kepada

karyawan, pelanggan, pemegang saham, masyarakat di sekitar perusahaan dan publik lainya adalah esensial bagi PR yang baik.Hubungan dengan masyarakat hanya bisa dibina dengan berkomunikasi dengan mereka. Kalau komunikasi berkurang, maka kesalapahaman dan pertentangan akan terjadi. Rintangan dalam mencapai keberhasilan untuk menyatukan pikiran diantara orang-orang dalam indudtri, perburuhan, industri dan komuniktas dan pemerintah harus diatasi dengan komunikasi yang lebih efektif.Komunikasi Humas merupakan proses yang mencakup suatu pertukaran fakta, padangan dan gagasan diantara suatu bisnis atau organisasi tanpa laba dengan publik-publiknya untuk mencapai saling pengertian. Ada tiga butir yang perlu dipertimbangkan: pertama,komunikasi melibatkan dua orang atau lebih; keduakomunikasi merupakan pertukaran informasi yang bersifat dua arah; ketigamengandung pemahaman.

3) Pedagang Kaki Lima

Tugas penting eksternal Humas mengadakan komunikasi yang efektif, yang bersifat informatif dan persuasif, yang di tujukan kepada publik di luar instansi tersebut. Informasi harus diberikan jujur, berdasarkan fakta yang harus diteliti. Public mempunyai hak untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang sesuatu yang menyangkut kepentingannya. Setiap instansi maupun organisasi dalam penyampaian pesan baik internal maupun eksternal memelukan humas dalam penyampaiannya. Humas Kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo bertugas menyampaikan pesan baik internal maupun eksternal. Pesan atau informasi ekternal ditujukan kepada PKL yang berjualan di wilayah Kecamatan Kanigaran untuk menjaga ketertiban dalam berdagang. Terdapat 500 PKL yang aktif berjualan setiap hari dikawasan tersebut. Dalam hal ini perlu adanya strategi untuk menjaga ketertiban. Menurut Kamus Bahasa Indonesia maka istilah kaki lima mempunyai arti lantai (tangga) dimuka pintu atau di tepi jalan" dan "lantai diberi beratap sebagai penghubung rumah dengan rumah. Pengertian tersebut mirip dengan trotoar yang luasnya lima kaki 1,5 meter yang dibuat dimasa penjajahan (Belanda atau Inggris). Namun, pengertian yang dimaksudkan kamus itu juga bisa diartikan emperan toko. Karenanya selain trotoar, PKL juga berjualan di emperan toko. Ada juga membuat istilahlain kaki lima diartikan "kanan, kiri lintas manusia" maksudnya barangkali karena PKL berada dijalur pejalan kaki (trotoar dan emperan toko), sehingga banyak yang barlalu-lalang di samping kanan dan samping kiri PKL. Jadi pengertian Pedagang Kaki lima adalah orang yang berjualan ditempatatau di tepi jalan. Tempat ini umumnya terletak di trotoar, depan toko atau tepi jalan. Dalam Hal ini Humas Satuan Polisi Pamong Praja melakukan strategi komunikasi guna menjaga ketertiban pedagang kaki lima dalam proses berdagang agar sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.

E.METODE PENELITIAN

Pendekatan PenelitianPenelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. pendekatan penelitian kualitatif adalah data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interprestasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Dalam skripsi ini, peneliti menggunakan metode penelitian yang bersifat Deskriptif. Deskiptif yaitu menjelaskan secara lengkap suatu peristiwa itu terjadi. Artinya penelitian ini di upayakan untuk menggambarkan fakta yang interpretasi secara tepat dan teruji. Tujuan dari

penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat daeskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Objek Penelitian ini dilaksanakan pada pedagang kaki lima yang berjualan di sekitaran wilayah Kecamatan Kanigaran. Penulis akan melakukan penelitian bagaimana Komunikasi Humas Satpol PP Kota Probolinggo menjaga ketertiban pedagang kaki lima yang berjualan di sekitaran wilayah kecamatan Kanigaran.

F. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Komunikasi Persuasif

Persuasif merupakan teknik komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain. Bukan hanya dipakai dalam kegiatan pemasaran dan periklanan.Ternyata juga banyak digunakan untuk kegiatan komunikasi yang lazim dibidang hubungan kemasyarakatan, yaitu public relations (PR). Komunikasi persuasif, yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator. Yang dikhendaki dalam komunikasi persuasif adalah perubahan perilaku, keyakinan, dan sikap yang lebih mantap seolah-olah perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator akan tetapi justru atas kehendak komunikan sendiri. Bagi kegiatan Humas, komunikasi persuasif ini jelas amat penting sebab, fungsi humas adalah mendukung manajemen dalam upaya mengerahkan dan mengarahkan komunikan (penerima pesan) untuk tecapainya tujuan komunikator (pemberi pesan). Peran seseorang komunikator sangatlah penting dan berpengaruh. Sehingga, ia harus memiliki nilai performa tinggi. Seorang komunikator yang mempunyai performa yang tinggi dapat dicirikan dari kesiapan, kesungguhan, ketulusan, ketenangan, keramahan hingga kesederhanaannya dalam menyampaikan pesan.Komunikan merupakan indivindu yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan oleh komunikator baik secara verbal maupun nonverbal. Kepribadiaan pada seseorang komunikan juga mampu memberikan pengaruh terhadap penerimaan pesan, bahkan persepsi pengalaman juga mampu mempengaruhi. Komunikasi persuasif inilah yang digunakan Humas Satuan Pol PP Kota Probolinggo dalam menyampaikan pesan kepada pedagang kaki lima. Berikut komunikasi persuasif danlangkah-langkah Humas Satuan Polisi Pamong Praja dalam menyampaikan komunikasi kepada pedagang kaki lima:

1.Terampil dalam berkomunikasi

Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo yang ingin menyampaikan pesan (menjaga ketertiban pedagang kaki lima) secara persuasif kepada pedagang kaki lima tentu memiliki kemampuan dalam berkomunikasi. Keterampilan Humas dalam berkomunikasi membuat pedagang kaki lima percaya dengan humas, sehingga humas dengan mudah mempengaruhi pedagang kaki lima utuk melakukan hal-hal yang positif.

2.Memiliki wawasan yang luas

Humas harus terlihat pintar dengan memiliki wawasan yang luas. Wawasan yang luas tidak hanya berhubungan dengan materi pembicaraan, tetapi wawasan yang luas dapat dilakukan dengan obrolan-obrolan santai seperti humas menayakan tentang keadaan keluarga pedagang kaki

lima. Dengan demikian, pedagang kaki lima tidak merasa bosan ketika humas melakukan komunikasi persuasif dan mudah percaya dan berpartisipasi terhadap bujukan humas.

3. Menguasai Materi Adalah hal digunakan Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo sebelum menyampaikan pesan kepada pedagang kaki lima. Humas harus menguasai materi atau pesan yang ingin disampaikan. Agar pada saat berkomunikasi mengetahui apa saja yang akan disampaikan.

4.Komunikasi secara langsung Humas Satpol PP berkomunikasi secara langsung mendatangi lapak jualan pedagang kaki lima dan menjelaskan kepada pedagang kaki lima.Terhadap pesan yang ingin disampaikan.

5.Patroli dengan mengujungi pedagang kaki lima, dan mendekatkan diri seperti: berbelanja dengan pedagang kaki lima dan berbincang-bicang dengan Pedagang Kaki Lima. Berikut wawancara penulis dengan Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo, dalam menjaga ketertiban pedagang kaki lima, di kantor Satuan Polisi Pamong Praja yang menyatakan langkah humas dalam komunikasi persuasif humas harus terampil dalam berkomunikasi, menguasai meteri yang akan disampaikan, wawasan humas mesti luas, komunikatif, supel, secara persuasif para PKL diingatkan bahwa saudara melanggar Perda pedagang kaki lima Perdanya ada ditingkat kota. Karena ini seputaran wilayah kecamatan kanigaran maka kami mengingatkan mereka. Strategi komunikasi persuasif yang dilakukan Humas Satuan Polisi Pamong Praja kepada pedagang kaki lima yaitu: (a).Bersikap humoris, Humas Satuan Polisi Pamong Praja dalam berkomunikasi menjaga ketertiban pedagang kaki lima salah satunya bersikap harmonis, karena persepsi masyarakat telah terbentuk bahwasanya Satuan Polisi Pamong Praja dalam menertibkan Pedagang Kaki Lima bersikap kasar, arogan, dan main gusur lapak dagangan mereka. Humas Satuan Polisi Pamong Praja berusaha menyampaikan pesan kepada pedagang kaki lima dengan bersikap humoris. Seorang komunikator yang bersikap humoris biasanya akan lebih mudah untuk mendekatkan diri kepada komunikan melalui pendekatan tersebut seorang komunikatordapat membujuk komunikan dengan menggunakan kata-kata lucu / melucu yang sebenarnya bermakna persuasif. (b) Bersikap tenang, Sikap tenang yang diberikan Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo dalam menyampaikan pesan kepada pedagang kaki lima untuk menjaga ketertiban dalam berdagang sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan. Sikap tenang menjadi cara komunikasi persuasif, seorang komunikator dituntut untuk dapat menjawab semua pertanyaan yang dilontarkan oleh komunikan. Jika pertanyaan atau pernyataan yang tidak sesuai dengan komunikan maka seorang komunikan akan melakukan perdebatan dengan berbagai argumen. Sikap seorang komunikator tidak boleh tersurut emosi.

B. Komunikasi Melalui Surat

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini demikian pesat, komunikasi melalui surat menyurat dalam lembaga/instansi masih memegang peranan penting komunikasi melalui surat biasanya berkaitan dengan penyampaian informasi lembaga instansi yang ditujukan baik secara internal maupun eksternal. Komunikasi melalui surat biasanya berupa pengumuman, pemberitahuan, keterangan, dan

sebagainya. Komunikasi dalam organisasi/instansi dalam kehidupan sehari-hari sangat penting karena dengan adanya komunikasi seseorang biasa berhubungan dengan orang lain dan saling bertukar pikiran yang bisa menambah wawasan seseorang dalam bekerja ataupun menjalin kehidupan. Komunikasi beraneka ragam bentuk Surat salah satu sarana komunikasi tertulis untuk menyampaikan pesan kepada orang lain, yang di buat seseorang, lembaga, atau instansi terkait.Setiap instansi atau organisai Humas sangat dibutuhkan dalam penyampaian pesan. Humas sebagai suatu kegiatan atau usaha yang berencana yang menyangkut niat baik, rasa simpati, saling mengerti dan memperoleh pengakuan, penerimaan, dan dukungan masyarakat melalui komunikasi dan sarana lain (media massa) untuk mencapai kemanfaatan dan kesepakatan bersama. Surat merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sering digunakan. instansi atau organisasi memerlukan humas karena humas merupakan usaha-usaha yang bertujuan untuk menciptakan komunikasi atau hubungan yang baik antara satu instansi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal agar memperoleh pengertian yang sama.

C. Komunikasi Melalui Sosialisasi

Sosialisasi merupakan sebuah proses paling penting yang secara sadar atau tidak sering kita jalani setiap harinya. Sosialisasi itu sendiri dapat diartikan sebuah proses pengenalan nilai-nilai yang sedemikian rupa hingga akhirnya terbentuk suatu individu yang utuh. Maka dapat dikatakan apabila seseorang individu tidak pernah melakukan sosialisai dengan sempurna, ia dapat diibaratkan sebagai seseorang individu yang tidak utuh. Proses komunikasi membuat masyarakat menjadi lebih dekat dan akrab satu sama lain. Proses komunikasi membuat masyarakat tidak lagi enggan untuk bersosialisasi sehingga lebih sadar akan fungsi sosialnya dan aktif di masyarakat. Proses komuikasi antara lain adalah: sifat dan karakter dari komunikator dan komunikan itu sendiri, bagaimana latar belakang keduanya, apa yang menjadi pandangan dan tujuan mereka masing-masing. Sementara itu hal-hal yang eksternal yang mempengaruhi proses komunikasi antara lain: lingkungan dan tempat komunikasi tersebut berlangsung, gangguan-ganguan pada perangkat yang digunakan dalam komunikasi, hingga nilai dan tata krama yang ada di masyarakat. Pekerjaan Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo tentu saja tidak terlepas dari prinsip komunikasi dalam penyampaikan pesan kepada pedagang kaki lima. Prinsip komunikasi, yaitu menciptakan suatu komunikasi yang efektif. Keefektifan suatu komunikasi baru tercapai bila timbulnya saling pengertian antara komunikator dan komunikan.

Hambatan Komunikasi

Humas Menjaga Ketertiban para PKL Dalam menjalankan tugas kehumasan terdapat suatu hambatan dan rintangan dalam menyampaikan pesan baik internal maupun eksternal. Seperti kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo. Hambatan merupakan rintangan yang dihadapi suatu instansi atau organisasi dalam menjalankan tugasnya bahkan berakibat kegagalan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada Humas Satuan Polisi Pamong Praja dalam menjalankan strategi komunikasi mengalami sedikit kesulitan. Berikut kendala yang dihadapi Humas Satuan Polisi Pamong Praja dalam strategi komunikasi Menjaga Ketertiban Pedagang

Kaki Lima. (1). Kurangnya dana dalam kegiatan Salahsatu kegiatan komunikasi yang dilakukan Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo adalah kegiatan sosialisasi, Kurangnya dana dalam kegiatan sosialisasi menyebabkan terhambatnya proses komunikasi. Kegiatan sosialisasi yang jarang dilaksanakan disini membuat humas sedikit mengalami kesulitan dalam menyampaikan pesan kepada pedagang kaki lima. (2). Kurangnya kesadaran pedagang kaki lima dalam menjaga ketertiban Kurangnya kesadaran pedagang kaki lima untuk menjaga ketertiban belum tertanam pada diri mereka, sehingga mereka belum menyadari tentang pentingnya mejaga ketertiban dalam berdagang, bahkan masih ada yang membandel terhadap peraturan yang telah ditetapkan

G. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian tentang Strategi Komunikasi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo Menjaga Ketertiban Pedagang Kaki Lima dapat diambil dari beberapa kesimpulan sebagai berikut: (a).Srategi Komunikasi Humas Satuan Polisi Pamong Praja menjaga ketertiban pedagang kaki limaa. Komunikasi persuasif, Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan humas Satuan Polisi Pamong Praja yaitu: bersikap humoris, humanis dan bersikap tenang. Salah satu tugas humas ialah menyampaikan informasi baik internal maupun ekstrenal. Humas Satuan Polisi Pamong Praja menyampaikan pesan keluar (ekstrnal) yang ditujukan kepada pedagang kaki lima. Strategi Komunikasi persuasif ialah komunikasi melalui bujukan secara langsung oleh humas kepada pedagang kaki lima. (b). komunikasi melalui surat Komunikasi melalui surat adalah strategi komunikasi yang digunakan Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo. Kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo dalam berkomunikasi salah satunya dengan menggunakan media surat. Media Surat adalah salah satu media yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada para PKL yang tidak taat peraturan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah. Surat di berikan langsung oleh Humas kepada para pedagang kaki lima, Humas menjelaskan isi surat tersebut kepada pedagang kaki lima. (c). Komunikasi melalui sosialisasi Komunikasi melalui sosialisasi salah satu bentuk ruang diskusi untuk Tanya jawab antara humas dengan pedagang kaki lima. Dengan sosialisasi terjadi proses diskusi dengan sesi Tanya jawab ini pedagang kaki lima akan lebih memahami tentang menjaga ketertiban dalam berdagang, dan peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah.

H. SARAN

Dari hasil penelitian tentang Strategi Komunikasi Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo Menjaga Ketertiban Pedagang Kaki Lima dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

Humas Kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo untuk meningkatkan strategi komunikasi agar pedagang kaki lima paham dan melaksanakan strategi yang di berikan Humas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Probolinggo, Karena strategi komunikasi yang diberikan humas kurang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Gilang, Permadi Pedagang Kaki Lima Riwayatmu Dulu Nasibmu Kini, Indonesia: Yudhistira Ghalia: 2007

M.Cultip, Scott Effective Public Relations, Jakarta: Prenada Media Grup, 2006

Malik,

Anggoro, M.Linggar Teori dan Profesi Kehumasan Serta aplikasinya, Jakarta:Bumi Aksara,2000

Arikunto, Suharsimi Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praltis,Jakarta: Rineka Cipta,1997

Cangara Hafied, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2007

Hamidi, Metode Penelitian Kualitatif Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan laporan Penelitian, Malang: UMM Press, 2004

Ilahi, Wahyu Komunikasi Dakwah, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010

Lexy Moleong, Metode Penelitan Kualitatif,Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011

Djamaludin et. Al., Komunikasi Persuasive Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994

Hadi, Sutrisno Metode Research, Yogyakarta:Gramedia,1990

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DALAM MENJAGA KETERTIBAN PEDAGANG KAKI LIMA (Studi Kasus PKL di Kec. Kanigaran Kota Probolinggo)

ORIGINALITY REPORT

18%	15%	6%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	alhafizhahnisa.wordpress.com Internet Source	3%
2	immdakwahpwt.blogspot.com Internet Source	2%
3	journal.student.uny.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya Student Paper	1%
5	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
6	Zaenal Arifin. "PERILAKU REMAJA PENGGUNA GADGET; Analisis Teori Sosiologi Pendidikan", Jurnal Pemikiran Keislaman, 2016 Publication	1%
7	penjelajahpantai.blogspot.com Internet Source	1%

8	Rencha Putra. "Satelit BRI / BRIsat meningkatkan kualitas pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Di era digital", Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA, 2019 Publication	1 %
9	Yulia Yulia, Ike Rachmawati, Andi Mulyadi. "Kinerja Satpol PP dalam Upaya Mewujudkan Ketertiban Umum di Kota Sukabumi", JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari, 2019 Publication	1 %
10	journal2.uad.ac.id Internet Source	1 %
11	jurnal.unissula.ac.id Internet Source	1 %
12	unismuhluwuk.ac.id Internet Source	1 %
13	www.ejournal-s1.undip.ac.id Internet Source	1 %
14	Submitted to KYUNG HEE UNIVERSITY Student Paper	1 %
15	bharadutabloggertanjungpinang.blogspot.com Internet Source	<1 %
16	dwiambarini.blogspot.com Internet Source	<1 %

17	Intan Leliana, Venessa Agusta Gogali. "STRATEGI HUMAS KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN DALAM MENGINFORMASIKAN LAYANAN PUBLIK MELALUI YOUTUBE", J-IKA, 2019 Publication	<1 %
18	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %
19	alghif.wordpress.com Internet Source	<1 %
20	jnano-share.blogspot.com Internet Source	<1 %
21	www.sosial79.com Internet Source	<1 %
22	Fathul Maujud. "Peran Partisipasi Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah (Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Islahul Muta'allim Pagutan Kota Mataram)", PALAPA, 2017 Publication	<1 %

Exclude quotes	On	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	On		

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DALAM MENJAGA KETERTIBAN PEDAGANG KAKI LIMA (Studi Kasus PKL di Kec. Kanigaran Kota Probolinggo)

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13