

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI SATUAN POLISI  
PAMONG PRAJA TENTANG IMPLEMENTASI PROGRAM  
PENGATURAN DAN PEMBINAAN PEDAGANG  
KAKI LIMA  
(Studi Pada PKL di Pasar Tugu Bandar Lampung)**

**(Skripsi)**

**Oleh**

***Yunita Sawitri***



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2016**

## **ABSTRAK**

# **Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi satuan Polisi Pamong Praja Tentang Implementasi Program Pengaturan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima (Studi pada PKL di Pasar Tugu Bandar Lampung)**

**Oleh**

**Yunita Sawitri**

Komunikasi merupakan aspek dan elemen yang penting dalam sebuah organisasi. Komunikasi dalam organisasi mempunyai hubungan yang erat dan saling mempengaruhi. Pelaksanaan komunikasi organisasi sangat diperlukan untuk meluncurkan tugas-tugas pegawai. Satuan Polisi Pamong Praja mempunyai tujuan di antaranya adalah arah kebijakan program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima/PKL untuk mencapai kondisi lingkungan yang tertib dan nyaman. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan efektivitas komunikasi antarpribadi Satuan Polisi Pamong Praja tentang implementasi program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori humanistik. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa efektivitas komunikasi antarpribadi pada pembinaan antara petugas Satuan Polisi Pamong Praja dalam pembinaan dan penertiban pedagang kaki lima sudah berperan dengan baik sesuai teori humanistik.

Kata kunci: Efektivitas, Komunikasi Antar Pribadi, Polisi Pamong Praja, Teori Humanistik

## **ABSTRACT**

# **The Effectiveness Of Communication Interpersonal Public Order Police Squad On The Implementation Of Program Regulations and Guidance Street Vendors (The Study on Street Vendors in Pasar Tugu of Bandar Lampung)**

**By**

**Yunita Sawitri**

Communication is the and certainly an important element in an organization .Communication in the organizations have close links and affect each other .The implementation of the communication organization is really needed to launched duties employees .Public order police squad has the goal of them are the policies program regulations and guidance street vendors / street vendors to reach environmental conditions order and comfortable .The purpose of this research is described the effectiveness of communication between personal public order police squad on the implementation of program regulations and guidance street vendors in tugu lampung .A theory that used in the humanistic s a theory . Methods used in research is the method descriptive with a qualitative approach.The results of the study concluded that the effectiveness of communication between personal on guidance between the officers public order police squad for developing and control street vendors taken part well suit theories humanistic.

**Keywords:** The Effectiveness , Interpersonal Communication , Polisi Pamong Praja , The Theory of Humanistic

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI SATUAN POLISI  
PAMONG PRAJA TENTANG IMPLEMENTASI PROGRAM  
PENGATURAN DAN PEMBINAAN PEDAGANG KAKI LIMA  
(Studi pada PKL di Pasar Tugu Bandar Lampung)**

**Oleh**

**Yunita Sawitri**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA KOMUNIKASI**

**pada**

**Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2016**

Judul Skripsi

: **EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI  
SATUAN POLISI PAMONG PRAJA TENTANG  
IMPLEMENTASI PROGRAM PENGATURAN DAN  
PEMBINAAN PEDAGANG KAKI LIMA  
(Studi pada PKL di Pasar Tugu Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswa

: **Yunita Sawitri**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1016031115

Jurusan

: **Ilmu Komunikasi**

Fakultas

: **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**MENYETUJUI**

**1. Komisi Pembimbing**

**Prof. Dr. Karomani, M.Si.**  
**NIP 19611230 198803 1 002**

**2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Dhanik S, S.Sos., MComn&MediaSt.**  
**NIP 19760422 200012 2 001**

**MENGESAHKAN**

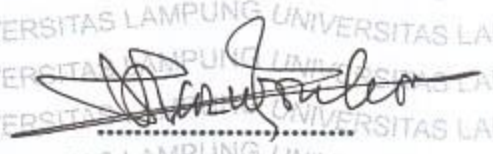
1. **Tim Penguji**

**Ketua**

**: Prof. Dr. Karomani, M.Si.**



**Penguji Utama : Drs. Sarwoko, M.Si.**



2. **Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Dr. Syarief Makhya, M.Si.**

**NIP 19590803 198603 1 003**



**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Desember 2016**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yunita Sawitri  
NPM : 1016031115  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat Rumah : Perum Tj. Raya Permai Blok A2 No.33 Tanjung Senang  
Bandar Lampung  
No. HP/Telp Rumah : 081367240092

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana/Ahli Madya), baik di universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan ke orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 28 November 2016  
Yang membuat pernyataan,



Yunita Sawitri  
NPM. 1016031115

## **RIWAYAT HIDUP**



Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 9 Juni 1992. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara pasangan Bapak Suryadi dan Ibu Tri Nurhayatun. Penulis menyelesaikan Sekolah Dasar (SD) di SD Al-Kautsar Bandar Lampung pada tahun 2004, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 22 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2007, kemudian pendidikan diteruskan di Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Arjuna Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2010.

Pada tahun 2010, penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur penerimaan mahasiswa baru Mandiri.

## **MOTTO**

Semangat dan ketekunan dapat membuat orang yang biasa-biasa menjadi lebih unggul. Ketidak acuhan dan kelesuhan dapat membuat orang lebih unggul menjadi biasa-biasa saja.

(William Ward)

Kebahagiaan tersedia bagi mereka yang menangis, mereka yang disakiti hatinya, mereka yang mencari dan mereka yang mencoba. Karena hanya mereka itulah yang menghargai pentingnya orang-orang yang pernah hadir dalam hidup mereka.

(Anonim)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur kepada ALLAH SWT.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada:

Orang Tua dan Keluarga yang telah banyak berkorban dan mendorong penyelesaian perkuliahan kepada penulis, serta semua pihak yang telah dengan suka rela membantu dan mendoakan keberhasilan dalam penyelesaian skripsi ini

## SANWACANA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi dengan judul "Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi Satuan Polisi Pamong Praja Tentang Implementasi Program Pengaturan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima" adalah salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak sehingga membawa ke arah pemikiran yang lebih maju.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Karomani, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan koreksinya serta memberikan dorongan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Sarwoko, M. Si., selaku Dosen Pembahas yang telah memberikan petunjuk, saran serta motivasi kepada penulis.
3. Bapak Drs. Agus Hadiawan, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Ibu Dhanik Sulstyarini, S.Sos.,M.Comm&Media, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Ibu Bangun Suharti S.Sos., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis.
6. Seluruh Dosen FISIP yang telah membekali penulis dengan ilmu dan pengetahuan selama menjalani masa perkuliahan.
7. Seluruh Staff Administrasi dan Karyawan Tata Usaha FISIP yang telah membantu melayani administrasi perkuliahan.
8. Seluruh petugas Satuan Polisi Pamong Praja dan pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung yang bersedia diwawancarai oleh penulis.
9. Bapak, Ibu, dan adik-adikku yang selama ini memberi penulis dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk seluruh keluarga, terlebih untuk Yuni Septi S.I.Kom. yang telah banyak membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
11. Untuk Tri Rinaldi dan Widya Amelia yang selalu menemani dan menyemangati penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
12. Untuk seluruh sahabat dan teman yang telah banyak membantu dan menemani penulis dalam pengerjaan skripsi.

Semoga Allah SWT. membalas semua kebaikan, cinta dan kasih yang tulus serta senantiasa dilimpahkan rahmat, karunia, serta kebahagiaan dan kemudahan kepada kita semua, amin.

Bandar Lampung, 30 November 2016

Penulis,

Yunita Sawitri

## DAFTAR ISI

|                                                               | Halaman   |
|---------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR BAGAN .....</b>                                     | <b>i</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                     | <b>ii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                      |           |
| A. Latar Belakang .....                                       | 1         |
| B. Rumusan Permasalahan .....                                 | 8         |
| C. Tujuan Penelitian .....                                    | 8         |
| D. Kegunaan Penelitian .....                                  | 8         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>                                |           |
| A. Penelitian Terdahulu.....                                  | 10        |
| B. Efektivitas .....                                          | 11        |
| 1. Pengertian Efektivitas .....                               | 11        |
| 2. Indikator Efektivitas .....                                | 13        |
| 3. Faktor-faktor Pendukung Efektivitas .....                  | 16        |
| C. Komunikasi dan Komunikasi Antarpribadi .....               | 17        |
| 1. Pengertian Komunikasi .....                                | 17        |
| 2. Proses Komunikasi .....                                    | 20        |
| 3. Fungsi Komunikasi .....                                    | 25        |
| 4. Tujuan Komunikasi .....                                    | 25        |
| 5. Bentuk Komunikasi .....                                    | 26        |
| 6. Komunikasi Antarpribadi .....                              | 29        |
| D. Konsep Satuan Polisi Pamong Praja .....                    | 36        |
| E. Konsep Pedagang Kaki Lima.....                             | 39        |
| 1. Pedagang Kaki Lima dalam Sektor Informal.....              | 39        |
| 2. Pemahaman Fungsi Pedagang Kaki Lima .....                  | 40        |
| 3. Komponen Pengaturan Penatan Fisik Pedagang Kaki Lima ..... | 42        |
| F. Kerangka Pikir .....                                       | 46        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>                              |           |
| A. Desain Penelitian .....                                    | 47        |
| B. Pendekatan Penelitian .....                                | 48        |

|    |                                        |    |
|----|----------------------------------------|----|
| C. | Teknik Pengumpulan Data .....          | 48 |
| 1. | Dokumentasi .....                      | 49 |
| 2. | Wawancara .....                        | 49 |
| 3. | Observasi .....                        | 49 |
| D. | Fokus Penelitian .....                 | 50 |
| 1. | Keterbukaan (Openness) .....           | 50 |
| 2. | Empati (Emphaty) .....                 | 51 |
| 3. | Sikap Mendukung (Supportiveness) ..... | 52 |
| 4. | Sikap Positif (Positiveness) .....     | 52 |
| 5. | Kesetaraan (Equality) .....            | 53 |
| E. | Informan . .....                       | 53 |
| F. | Teknik Analisis Data.....              | 54 |
| 1. | Reduksi Data .....                     | 54 |
| 2. | Display (Penyajian Data) .....         | 54 |
| 3. | Verifikasi (Menarik Kesimpulan) .....  | 55 |

#### **BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN**

|    |                                                  |    |
|----|--------------------------------------------------|----|
| A. | Gambaran Umum Pasar Tugu .....                   | 56 |
| B. | Gambaran Umum Satpol PP Kota Bandar Lampung..... | 58 |

#### **BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|    |                        |    |
|----|------------------------|----|
| A. | Hasil Penelitian ..... | 61 |
| B. | Pembahasan .....       | 94 |

#### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

|    |                  |     |
|----|------------------|-----|
| A. | Kesimpulan ..... | 105 |
| B. | Saran .....      | 106 |

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**



**DAFTAR BAGAN**

| Bagan                   | Halaman |
|-------------------------|---------|
| 1. Kerangka Pikir ..... | 46      |

## DAFTAR TABEL

| Tabel                                                                            | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Tabel penelitian terdahulu .....                                              | 10      |
| 2. Tabel wawancara dengan Satuan Polisi Pamong Praja tentang keterbukaan .....   | 62      |
| 3. Tabel wawancara dengan Satuan Polisi Pamong Praja tentang empati .....        | 64      |
| 4. Tabel wawancara dengan Satuan Polisi Pamong Praja tentang sikap mendukung ..  | 68      |
| 5. Tabel wawancara dengan Satuan Polisi Pamong Praja tentang sikap positif ..... | 71      |
| 6. Tabel wawancara dengan Satuan Polisi Pamong Praja tentang kesetaraan.....     | 73      |
| 7. Tabel wawancara dengan Pedagang Kaki Lima tentang keterbukaan .....           | 76      |
| 8. Tabel wawancara dengan Pedagang Kaki Lima tentang empati .....                | 79      |
| 9. Tabel wawancara dengan Pedagang Kaki Lima tentang sikap mendukung .....       | 82      |
| 10. Tabel wawancara dengan Pedagang Kaki Lima tentang sikap positif .....        | 85      |
| 11. Tabel wawancara dengan Pedagang Kaki Lima tentang kesetaraan .....           | 88      |

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada kehidupan organisasi pencapaian tujuan dengan segala prosesnya membutuhkan komunikasi yang efektif. Para anggota organisasi mutlak perlu berkomunikasi satu sama yang lain. Komunikasi merupakan bagian integral dari suatu proses manajemen melalui komunikasi yang efektif, kerja sama yang harmonis dapat dikembangkan untuk mencapai tujuan (Nitisemito, 2001: 44).

Terry (2006: 97) menyatakan komunikasi menempati urutan teratas mengenai apa saja yang harus dibuat dan dikerjakan untuk menghasilkan motivasi efektif, usaha-usaha komunikatif berpengaruh terhadap antusiasme kerja. Melalui komunikasi maka dapat memberikan keterangan tentang pekerjaan yang membuat karyawan dapat bertindak dengan rasa tanggung jawab pada diri sendiri yang pada waktu bersamaan dapat mengembangkan semangat kerja para karyawan. Adanya kerja sama yang harmonis ini diharapkan dapat meningkatkan kerja para pegawai, karena komunikasi berhubungan dengan keseluruhan proses pembinaan perilaku manusia dalam organisasi.

Komunikasi merupakan aspek dan elemen yang penting dalam sebuah organisasi. Komunikasi dalam organisasi mempunyai hubungan yang rapat dan saling mempengaruhi. Para pengurus menghabiskan 95 persen daripada masa bekerja mereka untuk berkomunikasi, manakala pekerja bawahan menggunakan 60 persen daripada masa bekerja mereka dalam berbagai bentuk komunikasi. Ini menunjukkan proses komunikasi dalam organisasi boleh melibatkan setiap anggota organisasi.

Pelaksanaan komunikasi organisasi sangat diperlukan untuk melancarkan tugas-tugas pegawai. Sering terlihat dalam kehidupan sehari-hari jika hubungan antara pimpinan dan bawahan kurang baik maka para pegawai dalam melaksanakan tugasnya akan semakin malas. Tetapi sebaliknya jika hubungan atasan dan bawahan baik maka mereka juga dalam melaksanakan pekerjaan akan semakin baik pula. Berkaitan dengan hal tersebut selain komunikasi setiap organisasi tidak terlepas dari peran pemimpinnya baik organisasi publik maupun swasta, Oleh karena itu, untuk meningkatkan kemampuan kerja (produktivitas) para pegawai, organisasi harus menjalankan usaha-usaha pengembangan pegawai atau karyawannya. Jadi, pengembangan pegawai adalah untuk memperbaiki efektivitas kerja pegawai dalam mencapai hasil-hasil kerja yang telah ditetapkan.

Peranan sumber daya manusia terhadap lembaga negara tergantung kepada jumlahnya secara kuantitatif dan kualitas dari sumber daya manusia itu sendiri yang disifati dengan tinggi rendahnya kemampuan sumber daya manusia, menurut Standar Nasional Indonesia 19-9004-2002 terdiri dari

unsur pendidikan, pelatihan, keterampilan, dan pengalaman. Oleh karena itu penyediaan pendidikan dan pelatihan bagi para personil dimaksudkan untuk memastikan bahwa personil sadar akan relevansi dan kegiatan mereka serta bagaimana sumbangan mereka bagi pencapaian sasaran mutu (*quality objectives*).

Simamora (2004: 4) “kemampuan merupakan kesanggupan seseorang baik secara kualitatif maupun kuantitatif untuk menjalankan tugas sesuai dengan profesi yang dimilikinya”. Lebih lanjut diungkapkan bahwa “kemampuan kerja adalah keadaan pada seorang pegawai yang secara penuh kesanggupan, berdaya guna dan berhasil guna melaksanakan pekerjaannya, sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.”

Kemampuan juga berhubungan erat dengan kemampuan fisik atau kemampuan mental yang dimiliki orang untuk melaksanakan pekerjaan dan bukan yang diinginkan. Gibson (2004: 93) menyebutkan beberapa kemampuan yang harus dimiliki seorang pegawai agar dapat mencapai efektivitas dan efisiensi kerja.

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa kemampuan yang ada dalam diri seseorang adalah salah satu unsur kematangan, berkaitan dengan pengetahuan dan ketrampilan yang diperoleh dari pendidikan, latihan dan suatu pengalaman, sehingga berguna untuk melaksanakan pekerjaan dan memperoleh hasil yang optimal. Kemampuan kerja pegawai merupakan aspek penting dalam organisasi. Pegawai yang memiliki kemampuan kerja dalam melaksanakan tugas akan senantiasa

bekerja percaya diri dan siap untuk menyelesaikan setiap permasalahan yang terjadi. Komunikasi dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya akan mempengaruhi kinerja yang diberikan dengan ditandai oleh tingkat produktivitas, kestabilan yang dimiliki dalam melaksanakan tugas, kedisiplinan yang kuat, loyalitas yang tinggi, tanggung jawab serta efektivitas dan efisiensi dalam melaksanakan tugas. Kedua aspek tersebut jika bersatu secara utuh dalam kondisi baik akan menjadikan pegawai berperilaku sesuai dengan tuntutan organisasi yang dikehendaki. Oleh karena itu apapun bentuk organisasinya aspek kemampuan kerja dan komunikasi perlu mendapatkan perhatian yang serius dari pimpinan organisasi tersebut, termasuk pada Satuan Polisi Pamong Praja.

Satuan Polisi Pamong Praja mempunyai tujuan di antaranya adalah arah kebijakan program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima/PKL diarahkan untuk mencapai kondisi lingkungan yang tertib dan nyaman. Usaha dari pemerintah mengimplementasikan peraturan tentang Pengaturan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja yang mempunyai wewenang dalam hal tersebut.

Peranan Badan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandar Lampung dalam menyelenggarakan ketertiban umum mengacu pada tugas pokok dan fungsi Satpol PP yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2010, dimana tupoksi Satpol PP adalah sebagai berikut:

- 1) Penyusunan program dalam melaksanakan ketentraman dan ketertiban umum, penegakan peraturan daerah serta keputusan kepala daerah.
- 2) Pelaksanaan kebijakan pemeliharaan dan penyelenggaraan ketentraman serta ketertiban umum di daerah.

- 3 ) Pelaksanaan kebijakan penegakan peraturan daerah dan keputusan kepala daerah.
- 4 ) Pelaksanaan koordinasi pemeliharaan dan penyenggaraan ketentraman serta ketertiban umum dalam penegakan peraturan daerah, keputusan kepala daerah dengan aparat Kepolisian Negara, Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) atau aparatur lainnya.
- 5 ) Pengawasan terhadap masyarakat agar mematuhi dan menaati peraturan daerah serta keputusan kepala daerah.

Pembinaan Pedagang Kaki Lima yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja salah satunya adalah penggunaan lahan pejalan kaki yang digunakan hamper sepenuhnya oleh pedagang kaki lima. Suatu istilah yang dimaksudkannya untuk menjelaskan suatu keadaan di mana dalam proses kebijakan selalu akan terbuka kemungkinan terjadinya perbedaan antara apa yang diharapkan (direncanakan) oleh pembuat kebijaksanaan dengan apa yang senyatanya dicapai (sebagai hasil atau presentasi dari pelaksanaan). Jika dihubungkan dengan proses Pembinaan Pedagang Kaki Lima, masih dari jauh harapan oleh karena itu komunikasi dipergunakan sebagai faktor yang mempengaruhi pembinaan Pedagang Kaki Lima sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Pedagang Kaki Lima.

Ketentraman dan ketertiban umum merupakan proses perubahan secara berencana yang berlangsung secara terus menerus dari suatu keadaan tertentu kepada keadaan yang lebih baik, Ketentraman dan ketertiban umum dilaksanakan secara bertahap dan meliputi seluruh aspek kehidupan sehingga terjadi peningkatan ketentraman dan ketertiban umum masyarakat. Salah satu upaya meningkatkan ketentraman dan ketertiban umum dengan adanya

program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima (PKL), yang diharapkan dapat tercapainya lingkungan yang aman tertib dan terkendali.

Dengan ditertibkannya suatu kebijakan yang diharapkan untuk dapat memperbaiki pembangunan melalui pembinaan pedagang kaki lima.

Program tersebut bersifat pemerataan yang diorientasikan kepada pedagang kaki lima agar dapat terciptanya lingkungan yang aman dan terkendali.

Adapun maksud dari peraturan tersebut adalah memberikan arah dan pedoman serta landasan bagi aparat pemerintah dalam menegakkan ketentraman dan lingkungan yang aman. Sedangkan tujuan agar pelaksanaan pembangunan dapat terarah, terpadu, efektif, dan efisien untuk mewujudkan landasan yang mantap bagi visi pembangunan.

Hal ini disebabkan secara obyektif terdapat kondisi atau situasi yang menggambarkan hambatan pada segi sumber daya dan komunikasi. Hal ini dapat dilihat sebagai berikut.

- a. Kemampuan kerja aparatur dalam menerapkan kebijakan yang belum memadai, hal tersebut disebabkan oleh :
  - 1) Kurangnya inisiatif dari para pelaksana mengimplementasikan kebijakan karena harus menunggu perintah dari atasan untuk bertindak.
  - 2) Kurangnya pemahaman tentang isi kebijakan yang menyebabkan dibutuhkan peraturan/petunjuk pelaksana.
- b. Selain faktor kemampuan kerja, juga ada beberapa kesulitan dalam pelaksanaan pembinaan pedagang kaki lima yaitu faktor komunikasi yang disebabkan oleh :
  - 1) Koordinasi yang belum efektif sehingga jarang terjadi pertemuan di antara pelaksana.
  - 2) Tingkat pendidikan yang masih rendah sehingga terjadi kesalahan persepsi dalam penyampaian informasi.

Salah satu kebijakan Pemerintah Kota Bandar Lampung dalam menangani masalah PKL yaitu dengan menerbitkan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun

2012 tentang Pengelolaan Pedagang Kaki Lima. Berdasarkan Pasal 2 ayat (1) Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Pedagang Kaki Lima, kegiatan usaha PKL dapat dilakukan di lokasi yang ditetapkan oleh walikota.

Pemerintah Kota Bandar Lampung khususnya sampai saat ini belum mampu memberikan solusi yang terbaik terhadap permasalahan Pasar Tugu. Relokasi dan pengelolaan PKL di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung hingga kini belum terealisasi dengan baik ini dikarenakan renovasi untuk pengelolaan pasar oleh Pemerintah Daerah Kota Bandar Lampung melalui pengembang (swasta) sampai saat ini belum dapat diwujudkan secara optimal. Pemerintah Kota Bandar Lampung perlu memperbaiki kebijakannya agar tidak merugikan PKL yang ada di Pasar Tugu Kota Bandar Lampung. Jumlah pedagang kaki lima (PKL) di Bandar Lampung hingga Desember 2014 tercatat sebanyak 2.374 pedagang. Jumlah PKL Pasar Tugu berdasarkan hasil pendataan akhir sebanyak 969 pedagang. Ketua Paguyuban PKL Pasar Tugu Agus Pranata Siregar mengatakan lima tim yang diturunkan melakukan pendataan menghasilkan penghitungan lapak PKL 969. Jumlah tersebut terdiri dari empat kelompok PKL yang berada di dalam kawasan Pasar Tugu sebanyak 650 pedagang. Sedangkan satu kelompok PKL di luar kawasan Pasar Tugu sebanyak 310 pedagang (<http://forumkemanusiaan-pkl.blogspot.com/2015/04/penataan-pasar-hasil-akhir-jumlah-pkl.html>, diunduh tanggal , diunduh tanggal 29 April 2015).

Pasca direnovasi, kondisi Pasar Tugu belum juga membaik. Menurut Sekretaris Kota Bandar Lampung Badri Tamam, penataan pedagang harus dibenahi. Hal itu dikatakan Badri ketika meninjau Pasar Tugu, Jumat (30/10). Didampingi Kepala Dinas Pekerjaan Umum Bandar Lampung Tirta, Badri menyoroti masih ditemukannya pedagang yang membuka lapak di pinggir Jalan Hayam Wuruk dan bagian depan gedung pasar. Padahal, sejak dua bulan lalu pembangunan gedung baru berkapasitas 900 pedagang tersebut sudah selesai. Sebagian besar pedagang memang sudah pindah ke kios baru. Namun, masih ada yang bertahan di lokasi lama. Para pedagang yang enggan pindah beralasan harga sewa kios terlalu mahal. Selain itu, konsumen malas masuk ke dalam gedung (<http://lampung.tribunnews.com/2015/10/31/sekkot-badri-tamam-minta-pedagang-pasar-tugu-pindah>, diunduh tanggal 10 Januari 2016).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi Satuan Polisi Pamong Praja Tentang Implementasi Program Pengaturan Dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima (Studi Pada PKL di Pasar Tugu Bandar Lampung).**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas maka rumusan masalah penelitian adalah "Bagaimana efektivitas komunikasi antar pribadi Satuan Polisi Pamong Praja tentang implementasi program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung?"

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan efektivitas komunikasi antar pribadi Satuan Polisi Pamong Praja tentang implementasi program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Secara Praktis**

Bagi instansi terkait, hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran, masukan-masukan bagi pihak Satuan Polisi Pamong Praja mengenai efektivitas komunikasi antar pribadi Satuan Polisi Pamong Praja tentang implementasi program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung.

## **2. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, informasi, dan pengetahuan dalam khasanah Ilmu Komunikasi khususnya yang berkaitan dengan efektivitas komunikasi antar pribadi Satuan Polisi Pamong Praja tentang implementasi program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian terdahulu yang relevan dan dapat mendukung penelitian ini, yang akan dijelaskan pada tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No. | Nama (tahun)                | Judul                                                                                                                                                                                        | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Kurniawan (2011)            | Hubungan Efektivitas Komunikasi Organisasi dan Kemampuan Kerja Pegawai Satuan Polisi Pamong Praja Terhadap Implementasi Program Pengaturan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima di Kota Semarang | Hasil penelitian Kurniawan ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi dan kemampuan kerja memiliki hubungan yang positif dengan implementasi program, hal ini dapat disimpulkan bahwa implementasi program dapat berjalan dengan baik apabila didukung oleh efektivitas komunikasi dan kemampuan kerja pegawai yang baik pula.                                                                                                                                                                                              |
| 2   | Windha Widya Lestari (2014) | Komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Pembinaan Pedagang Kaki Lima di Pasar Pagi Kota Samarinda                                                                                        | Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa Aparat Satuan Polisi Pamong Praja Kota Samarinda telah melaksanakan berbagai tugas dan fungsinya dalam pembinaan Pedagang Kaki Lima yaitu berupa komunikasi, baik itu komunikasi secara langsung, <i>communication interpersonal (face to face)</i> , ataupun melalui penyuluhan dan pemberian sanksi. Dalam penyampaian informasi dengan melakukan cara komunikasi secara langsung agar penyampaian pesannya lebih efektif. Pedagang kaki lima akan |

|  |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  | <p>terus berjualan dilokasi jalur hijau Pasar Pagi jalan Gajah Mada tersebut selsms Pemkot tidak merealisasikan tempat yang strategis bagi para PKL. Peran Satpol PP dalam pembinaan melalui penyuluhan telah berjalan dengan baik, dan telah dilakukan secara rutin disetiap kecamatan. Hal ini adalah untuk memberikan penambahan wawasan kepada PKL.</p> |
|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya, penulis mengadopsi teori komunikasi antarpribadi, namun tidak semua elemen atau variabel dikaji sama dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan yang paling mendasar antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah dimana perbedaan penggunaan subjek penelitian yang diambil, hal ini dilakukan agar tidak terjalin plagitisme pada penelitian yang dilakukan.

## **B. Efektivitas**

### **1. Pengertian Efektivitas**

Efektivitas memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Menurut Effendy (2006) mendefinisikan efektivitas sebagai berikut: "Komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan" (Effendy, 2006:14). Efektivitas menurut pengertian di atas mengartikan bahwa indikator efektivitas

dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan sebuah pengukuran dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Pengertian lain menurut Susanto, “efektivitas merupakan daya pesan untuk mempengaruhi atau tingkat kemampuan pesan-pesan untuk mempengaruhi” (Susanto, 2005:156). Menurut pengertian Susanto di atas, efektivitas bisa diartikan sebagai suatu pengukuran akan tercapainya tujuan yang telah direncanakan sebelumnya secara matang.

Efektivitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target dapat tercapai (Sedarmayanti, 2005:61). Pendapat tersebut menyatakan bahwa efektivitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target yang telah ditetapkan sebelumnya oleh lembaga atau organisasi dapat tercapai. Hal tersebut sangat penting peranannya di dalam setiap lembaga atau organisasi dan berguna untuk melihat perkembangan dan kemajuan yang dicapai oleh suatu lembaga atau organisasi itu sendiri.

Setiap organisasi atau lembaga di dalam kegiatannya menginginkan adanya pencapaian tujuan. Tujuan dari suatu lembaga akan tercapai segala kegiatannya dengan berjalan efektif akan dapat dilaksanakan apabila didukung oleh faktor-faktor pendukung efektivitas. Dari pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa jauh program atau kegiatan mencapai hasil dan manfaat yang diharapkan

## 2. Indikator Efektivitas

Pengertian lain efektivitas menurut Bodnar bahwa indikator efektivitas sistem informasi berbasis teknologi sebagai berikut:

- (1) Keamanan data yaitu Keamanan yang berhubungan dengan pencegahan bencana, baik karena bencana alam, tindakan disengaja, maupun kesalahan manusia
- (2) Waktu (kecepatan dan ketepatan) yaitu hal yang berhubungan dengan kecepatan dan ketepatan informasi dalam hubungannya dengan permintaan pemakai.
- (3) Ketelitian yaitu ketelitian yang berhubungan dengan tingkat kebebasan dari kesalahan keluaran informasi. Pada volume data yang besar biasanya terdapat dua jenis kesalahan, yakni kesalahan pencatatan dan kesalahan perhitungan.
- (4) Variasi laporan /*output* yaitu output yang berhubungan dengan kelengkapan isi informasi. Hal ini tidak hanya mengenai volumenya, tetapi juga mengenai informasinya.
- (5) Relevansi yaitu relevansi yang menunjukkan manfaat yang dihasilkan dari produk/keluaran informasi, baik dalam analisis data, pelayanan, maupun penyajian data (Bodnar, 2006: 700).

Menurut Bodnar (2006: 700), faktor keamanan data berhubungan dengan pencegahan bencana, baik karena bencana alam, tindakan disengaja, maupun kesalahan manusia dan tingkat kemampuan sistem informasi berbasis teknologi dalam mengantisipasi *illegal access* dan kerusakan pada sistem. Aspek keamanan data diukur melalui kemampuan sistem dalam mengantisipasi kerusakan fasilitas

pemrosesan data oleh daya listrik yang mati tiba-tiba, kemampuan sistem dalam mengantisipasi kerusakan akibat binatang, kemampuan sistem dalam mengantisipasi kerusakan akibat virus, kemampuan sistem dalam mengantisipasi akibat kesalahan memencet tombol yang tidak disengaja, kemampuan sistem dalam mengantisipasi akses karyawan dan pihak luar yang tidak berkepentingan terhadap data, kemampuan sistem dalam mengantisipasi bahaya kebakaran, kemampuan sistem dalam mengantisipasi keamanan data akibat transfer data jarak jauh, kemampuan sistem dalam mengantisipasi keamanan data *back up* atas kerusakan *hardware* dan *software*.

Faktor waktu berhubungan dengan kecepatan dan ketepatan informasi dalam hubungannya dengan permintaan pemakai. Tingkat kemampuan sistem informasi berbasis teknologi dalam memproses data menjadi suatu laporan, baik secara periodik maupun nonperiodik, dalam rentang waktu yang telah ditentukan.

Aspek waktu dapat diukur melalui kecepatan dalam melakukan input atau memasukkan data, kecepatan dalam melakukan pencarian data yang diperlukan, kecepatan dalam melakukan analisis dan proses data, kecepatan dalam melakukan pelayanan terhadap *customer*, kecepatan dalam penyajian data apabila sewaktu-waktu diperlukan, kecepatan dalam menjalankan perintah, kecepatan dalam mengirim dan menerima informasi yang diperlukan.

Faktor Ketelitian berhubungan dengan tingkat kebebasan dari kesalahan keluaran informasi. Pada volume data yang besar biasanya terdapat dua jenis kesalahan, yakni kesalahan pencatatan dan kesalahan perhitungan. tingkat kemampuan sistem informasi berbasis teknologi dalam memproses data dengan teliti serta menyajikan

informasi secara akurat dan tepat. Aspek ketelitian data diukur melalui ketelitian dalam memasukkan data, ketelitian dalam perhitungan angka baik sederhana maupun rumit, ketelitian dalam penanganan transaksi, ketelitian dalam pencarian data yang diperlukan, ketelitian dalam memberikan penyajian informasi, ketelitian dalam prosedur-prosedur untuk koreksi, ketelitian dalam proses analisis, ketelitian dalam proses transfer data jarak jauh.

Faktor variasi laporan atau *output* berhubungan dengan kelengkapan isi informasi, hal ini tidak hanya mengenai volumenya, tetapi juga mengenai informasinya. Tingkat kemampuan sistem informasi berbasis teknologi untuk membuat suatu laporan dengan pengembangan dan perhitungan sesuai dengan kebutuhan yang berguna bagi pengguna informasi. Aspek variasi diukur melalui variasi dalam laporan harian, bulanan dan tahunan, variasi dalam laporan tiap-tiap aplikasi, variasi dalam laporan untuk kegiatan operasional perusahaan, variasi perubahan format laporan sesuai dengan keinginan pengguna.

Faktor Relevansi menunjukkan manfaat yang dihasilkan dari produk atau keluaran informasi, baik dalam analisis data, pelayanan, maupun penyajian data. Aspek relevansi menunjukkan kesesuaian dan manfaat laporan yang dihasilkan sistem informasi berbasis teknologi yang diukur melalui relevansi dalam hal pencatatan data, relevansi dalam hal analisis data, relevansi dalam hal penyajian data, relevansi dalam hal pengolahan dan penyimpanan data, relevansi dalam hal pelayanan terhadap *customer*, relevansi dalam hal pencapaian target.

### 3. Faktor-faktor pendukung efektivitas

Setiap organisasi atau lembaga di dalam kegiatannya meningkatkan adanya pencapaian tujuan. Tujuan dari suatu lembaga akan dicapai apabila segala kegiatannya berjalan efektif. Mewujudkan kegiatan yang efektif akan dapat dilaksanakan apabila didukung oleh faktor-faktor pendukung efektivitas. Faktor-faktor pendukung efektivitas yaitu:

#### a. Ciri Organisasi

Ciri organisasi dalam suatu organisasi dapat dilihat dari struktur dan teknologi organisasi yang mempunyai segi-segi tertentu dari efektivitas, dengan berbagai cara. Mengenai struktur dapat ditemukan bahwa meningkatnya produktivitas dan efisiensi merupakan hasil dari meningkatnya spesialisasi fungsi, ukuran organisasi, sentralisasi pengambilan keputusan, dan formasi (Richard, 2006:209).

Teknologi yang ada dalam organisasi juga dapat berpengaruh atas tingkat efektivitas, walaupun tidak secara langsung. Bukti-bukti menunjukkan bahwa penggunaan variasi teknologi berinteraksi dengan struktur organisasi dan penggunaan teknologi. Jika struktur dan teknologi digabungkan maka para pegawai akan menghadapi masalah-masalah dengan mudah sehingga usaha untuk mencapai tujuan dapat diwujudkan.

#### b. Lingkungan

Disamping organisasi, lingkungan dalam pencapaian efektivitas mempunyai pengaruh yang sangat besar. Keberhasilan hubungan organisasi dan lingkungan bergantung pada tiga hal yaitu: (1) Keadaan lingkungan, (2)

Ketetapan persepsi, (3) Tingkat Rasionalitas (Richard, 2006:210).

Ketiga faktor tersebut berpengaruh kepada organisasi terhadap perubahan lingkungan. Semakin tepat tanggapnya, semakin berhasil adaptasinya yang dilakukan oleh organisasi.

### **C. Komunikasi dan Komunikasi Antarpribadi**

#### **1. Pengertian Komunikasi**

Pengertian komunikasi secara etimologis berasal dari perkataan Latin “*communicatio*”. Istilah ini bersumber dari perkataan “*communis*” yang berarti sama; sama disini maksudnya sama makna atau sama arti. Everett M, Rogers seperti yang dikutip Onong Uchjana Effendy, Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Effendy, 2008:25).

Harnack dan Fest seperti yang dikutip Jalaluddin Rakhmat menganggap komunikasi sebagai “ proses interaksi di antara orang untuk tujuan integrasi intrapersonal dan interpersonal” (Rakhmat, 2008 :8).

Edwin Neuman juga seperti yang dikutip Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan komunikasi sebagai “proses untuk mengubah kelompok manusia menjadi kelompok yang berfungsi” (Rakhmat, 2008 : 8).

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya (Effendy, 2008:26).

Dalam “bahasa” komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan disebut komunikan (*communicatee*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jadi analisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambang (*symbol*). Konkretnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa.

Banyaknya disiplin ilmu yang telah memberi masukan terhadap perkembangan ilmu komunikasi, misalnya psikologi, sosiologi, antropologi, ilmu politik, ilmu manajemen, linguistik, dan sebagainya, menyebabkan banyaknya definisi tentang komunikasi yang telah dibuat oleh para pakar menurut bagian ilmunya. Carl I. Hovland (Widjaja, 2009: 26-27) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses dimana seseorang memindahkan perangsang yang biasanya berupa lambang kata-kata untuk mengubah perilaku orang lain. Dengan demikian komunikasi itu adalah persamaan pendapat dan untuk kepentingan itu maka orang harus mempengaruhi orang lain dahulu sebelum orang lain itu berpendapat, bersikap, bertindak laku yang sama dengan kita.

Salah satu definisi singkat dibuat oleh Harold D. Lasswell dalam Widjaja (2009: 30) bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”.

Paradigma Lasswel di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- a. Komunikator (*communicator, sender, source*) adalah orang yang menyampaikan pesan atau informasi.
- b. Pesan (*message*) adalah pernyataan yang didukung oleh lambang, bahasa, gambar dan sebagainya.
- c. Media (*channel, media*) adalah sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya, maka diperlukan media sebagai penyampai pesan.
- d. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*) adalah orang yang menerima pesan atau informasi yang disampaikan komunikator.
- e. Efek (*effect, impact, influence*) adalah dampak sebagai pengaruh dari pesan. Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2008: 10).

Selain itu dalam komunikasi secara garis besarnya dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain. Komunikasi akan dapat berhasil apabila sekiranya timbul saling pengertian, yaitu jika kedua belah pihak dapat memahaminya (Widjaja, 2009: 15).

Komunikasi merupakan penyampaian informasi dan pengertian dari seseorang kepada orang lain, komunikasi akan berhasil jika adanya pengertian serta kedua belah pihak saling memahaminya. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi sangat penting sama halnya dengan bernafas. Kualitas komunikasi menentukan keharmonisan hubungan dengan sesama individu. Adapun bentuk dari komunikasi yaitu (Effendy, 2008: 7):

- a. Komunikasi Personal (*Personal Communication*). Terdiri dari komunikasi intra personal (*Intrapersonal Communication*) dan komunikasi antar personal (*Interpersonal Communication*).
- b. Komunikasi kelompok

- 1) Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), terdiri dari ceramah, forum, diskusi dan seminar.
- 2) Komunikasi kelompok besar (*large group communication*), terdiri dari kampanye.
- 3) Komunikasi Organisasi (*Organization Communication*).
- 4) Komunikasi Massa (*Mass Communication*).

Adapun proses komunikasi menurut Onong terbagi atas dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder (Effendy, 2008: 11):

- a. Proses Komunikasi Secara Primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang ini umumnya bahasa tetapi dalam situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang digunakan dapat berupa gerak tubuh, gambar, warna dan sebagainya.
- b. Proses Komunikasi Secara Sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Proses ini termasuk sambungan dari proses primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Dalam prosesnya komunikasi sekunder ini akan semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih yang ditopang oleh teknologi-teknologi lainnya.

## **2. Proses Komunikasi**

Agar lebih jelas membahas mengenai proses komunikasi maka proses komunikasi dikategorikan dengan peninjauan dari dua perspektif.

### **a. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis**

Proses komunikasi perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses. Komunikasi terdiri dari dua aspek yakni isi pesan dan lambang. Isi pesan umumnya adalah bahasa. Walter Lippman menyebut isi pesan itu *picture in ourhead*, sedangkan Walter Hagemann menamakannya *das Bewustseinhalte*. Proses ‘mengemas’ atau ‘membungkus’ pikiran dengan bahasa yang dilakukan komunikator itu dalam bahasa komunikasi dinamakan *encoding*.

Hasil *encoding* berupa pesan itu kemudian ia transmisikan atau dikirimkan kepada komunikan. Proses dalam diri komunikan disebut *decoding* seolah-olah membuka kemasan atau bungkus pesan yang ia terima dari komunikator tadi. Isi bungkus tadi adalah pikiran komunikator. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi terjadi. Sebaliknya bilamana komunikan tidak mengerti, maka komunikasi pun tidak terjadi.

### **b. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik**

Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik berlangsung ketika komunikator mengoperkan atau melemparkan dengan lisan atau tulisan pesannya sampai ditangkap oleh komunikan. Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, sebab bersifat situasional, bergantung pada situasi ketika komunikasi itu berlangsung. Adakalanya komunikannya seorang, maka komunikasi dalam situasi seperti ini dinamakan komunikasi

interpersonal atau komunikasi antarpribadi, kadang-kadang komunikannya sekelompok orang yang disebut dengan komunikasi kelompok; acapkali komunikannya tersebar dalam jumlah yang relatif amat banyak sehingga untuk menjangkaunya diperlukan suatu media atau sarana, maka komunikasi dalam situasi ini disebut komunikasi massa.

Untuk jelasnya proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi:

1) Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer (*primary process*) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau salurannya.. Lambang ini umumnya bahasa, tetapi dalam situasi-situasi tertentu lambang-lambang yang dipergunakan dapat berupa kial (*gesture*) yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna dan lain sebagainya.

2) Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlahnya atau kedua-duanya. Kalau komunikan jauh menggunakan surat atau telepon, apabila banyak dipergunakan penguat suara, apabila jauh dan banyak maka menggunakan surat kabar, radio atau televisi. Komunikasi

dalam proses secara sekunder ini semakin lama semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih, yang ditopang pula oleh teknologi-teknologi lainnya yang bukan teknologi komunikasi.

### 3) Proses komunikasi secara sirkular

Sirkular sebagai terjemahan dari kata *circular* secara harfiah berarti bulat, bundar atau keliling sebagai lawan dari perkataan linear yang bermakna lurus. Dalam konteks komunikasi yang dimaksudkan dengan proses secara sirkular itu adalah terjadinya *feedback* atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu adakalanya *feedback* tersebut mengalir dari komunikan ke komunikator itu adalah *response* atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dari komunikator.

Konsep umpan balik ini dalam proses komunikasi amat penting karena dengan terjadinya umpan balik komunikator mengetahui apakah komunikasinya itu berhasil atau gagal, dengan kata lain apakah umpan baliknya itu positif atau negatif. Bila positif ia patut gembira, sebaliknya jika negatif menjadi permasalahan, sehingga ia harus mengulangi lagi dengan perbaikan gaya komunikasinya sampai menimbulkan umpan balik positif (Effendy, 2008:28)

Komunikasi terjadi ketika seseorang mengirimkan ide atau perasaan kepada orang lain atau sekelompok orang. Efektivitasnya diukur dengan kesamaan antara pesan dikirim oleh petugas lapas dan pesan yang diterima oleh narapidana anak. Unsur yang berperan dalam proses komunikasi adalah sumber (petugas lapas), simbol

yang digunakan untuk mengirim pesan (kata-kata, tulisan, gambar, garis, bahasa tubuh), dan penerima. Ketiga unsur ini saling terkait. Hubungan antara petugas lapas dan narapidana anak bersifat dinamis dan tergantung bagaimana arus komunikasi antara petugas lapas dan narapidana anak. Pada saat petugas lapas menyampaikan pesan, narapidana anak memberi umpan balik untuk menyesuaikan informasi yang diterimanya. Sebaiknya petugas lapas juga memberi umpan balik terhadap umpan balik yang narapidana anak berikan sehingga memperkuat respon yang diinginkan.

### 3. Fungsi Komunikasi

Komunikasi sebagai ilmu dan seni, sudah tentu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam terjadinya komunikasi tidak terlepas dari bentuk dan fungsi komunikasi, dimana komunikasi yang baik, tidak jauh dari fungsi yang mendukung keefektifan komunikasi.

Adapun fungsi-fungsi dari komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Menyampaikan informasi (*To inform*)  
Komunikasi berfungsi dalam menyampaikan informasi, tidak hanya informasi tetapi juga pesan, ide, gagasan, opini maupun komentar. Sehingga masyarakat bisa mengetahui keadaan yang terjadi dimanapun.
- b. Mendidik (*To educate*)  
Komunikasi sebagai sarana informasi yang mendidik, menyebarluaskan kreativitas, tidak hanya sekedar memberi hiburan, tetapi juga memberi pendidikan untuk membuka wawasan dan kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun untuk di luar sekolah, serta memberikan berbagai informasi tidak lain agar masyarakat menjadi lebih baik lebih maju, dan lebih berkembang.
- c. Menghibur (*To entertain*)  
Komunikasi juga memberikan warna dalam kehidupan, tidak hanya informasi tetapi juga hiburan. Semua golongan menikmati sebagai alat hiburan

dalam bersosialisasi. Menyampaikan informasi dalam lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan bahasa.

d. **Mempengaruhi (*To influence*)**

Komunikasi sebagai sarana untuk mempengaruhi khalayak untuk member motivasi, mendorong untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang dilihat, dibaca dan didengar. Serta memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah yang baik dan modernisasi (Effendy, 2008: 15).

#### **4. Tujuan Komunikasi**

Dalam berkomunikasi tidak hanya untuk memahami dan mengerti satu dan lainnya tetapi juga memiliki tujuan dalam berkomunikasi. Ada empat tujuan komunikasi (Effendy, 2008: 34) yaitu:

a. **Perubahan sikap**

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat akan berubah sikapnya. Misalnya memberikan informasi mengenai bahaya menggunakan obat-obatan terlarang dan tujuannya adalah agar masyarakat tidak menggunakan obat-obatan terlarang.

b. **Perubahan pendapat**

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat mau berubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi yang disampaikan. Misalnya informasi mengenai kebijakan baru pemerintah yang biasanya selalu mendapat tantangan dari masyarakat maka harus disertai penyampaian informasi yang lengkap supaya pendapat masyarakat dapat terbentuk untuk mendukung kebijakan tersebut.

c. Perubahan perilaku

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat akan berubah perilakunya. Misalnya informasi tentang kerugian dari tawuran agar siswa dan mahasiswa jangan ikut dalam kegiatan tawuran.

d. Perubahan sosial

Memberikan berbagai informasi pada masyarakat, yang pada akhirnya bertujuan agar masyarakat mau mendukung dan ikut serta terhadap tujuan informasi yang disampaikan.

## 5. Bentuk Komunikasi

Secara umum bentuk komunikasi komunikasi verbal yaitu:

### a. Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Deddy Mulyana, 2005: 58). Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.

Jalaluddin Rakhmat (2008: 98), mendefinisikan bahasa secara fungsional dan formal. Secara fungsional, bahasa diartikan sebagai alat yang dimiliki bersama untuk mengungkapkan gagasan. Ia menekankan *dimiliki bersama*, karena bahasa hanya dapat dipahami bila ada kesepakatan di antara anggota-anggota kelompok sosial untuk menggunakannya. Secara formal, bahasa diartikan sebagai semua kalimat yang terbayangkan, yang dapat dibuat menurut peraturan tata bahasa.

Larry L. Barker dalam Deddy Mulyana (2005: 98), mengemukakan bahwa bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (*naming* atau *labeling*), interaksi, dan transmisi informasi.

- 1) Penamaan atau penjurukan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
- 2) Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
- 3) Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

Cansandra L. Book (1980) dalam Deddy Mulyana (2005: 98) dalam *Human Communication: Principles, Contexts, and Skills*, mengemukakan agar komunikasi kita berhasil, setidaknya bahasa harus memenuhi tiga fungsi, yaitu:

- 1) Mengetahui dunia di sekitar kita. Melalui bahasa kita mempelajari apa saja yang menarik minat kita, mulai dari sejarah suatu bangsa yang hidup pada masa lalu sampai pada kemajuan teknologi saat ini.
- 2) Berhubungan dengan orang lain. Bahasa memungkinkan kita bergaul dengan orang lain untuk kesenangan kita, dan atau mempengaruhi mereka untuk mencapai tujuan kita. Melalui bahasa kita dapat mengendalikan lingkungan kita, termasuk orang-orang di sekitar kita.
- 3) Untuk menciptakan koherensi dalam kehidupan kita. Bahasa memungkinkan kita untuk lebih teratur, saling memahami mengenai diri kita, kepercayaan-kepercayaan kita, dan tujuan-tujuan kita.

Keterbatasan Bahasa:

- 1) Keterbatasan jumlah kata yang tersedia untuk mewakili objek. Kata-kata adalah kategori-kategori untuk merujuk pada objek tertentu: orang, benda, peristiwa, sifat, perasaan, dan sebagainya. Tidak semua kata tersedia untuk merujuk pada objek. Suatu kata hanya mewakili realitas, tetapi bukan realitas itu sendiri. Dengan demikian, kata-kata pada dasarnya bersifat parsial, tidak melukiskan sesuatu secara eksak. Kata-kata sifat dalam bahasa cenderung bersifat dikotomis, misalnya baik-buruk, kaya-miskin, pintar-bodoh, dsb.

- 2) Kata-kata bersifat ambigu dan kontekstual.  
Kata-kata bersifat ambigu, karena kata-kata merepresentasikan persepsi dan interpretasi orang-orang yang berbeda, yang menganut latar belakang sosial budaya yang berbeda pula. Kata *berat*, yang mempunyai makna yang nuansanya beraneka ragam\*. Misalnya: tubuh orang itu *berat*; kepala saya *berat*; ujian itu *berat*; dosen itu memberikan sanksi yang *berat* kepada mahasiswanya yang nyontek.
- 3) Kata-kata mengandung bias budaya.  
Bahasa terikat konteks budaya. Oleh karena di dunia ini terdapat berbagai kelompok manusia dengan budaya dan subbudaya yang berbeda, tidak mengherankan bila terdapat kata-kata yang (kebetulan) sama atau hampir sama tetapi dimaknai secara berbeda, atau kata-kata yang berbeda namun dimaknai secara sama. Konsekuensinya, dua orang yang berasal dari budaya yang berbeda boleh jadi mengalami kesalahpahaman ketika mereka menggunakan kata yang sama. Misalnya kata *awak* untuk orang Minang adalah saya atau kita, sedangkan dalam bahasa Melayu (di Palembang dan Malaysia) berarti kamu. Komunikasi sering dihubungkan dengan kata Latin *communis* yang artinya sama. Komunikasi hanya terjadi bila kita memiliki makna yang sama. Pada gilirannya, makna yang sama hanya terbentuk bila kita memiliki pengalaman yang sama. Kesamaan makna karena kesamaan pengalaman masa lalu atau kesamaan struktur kognitif disebut *isomorfisme*. *Isomorfisme* terjadi bila komunikasi-komunikasi berasal dari budaya yang sama, status sosial yang sama, pendidikan yang sama, ideologi yang sama; pendeknya mempunyai sejumlah maksimal pengalaman yang sama. Pada kenyataannya tidak ada *isomorfisme* total.
- 4) Percampuran adukkan fakta, penafsiran, dan penilaian.  
Dalam berbahasa kita sering mencampuradukkan fakta (uraian), penafsiran (dugaan), dan penilaian. Masalah ini berkaitan dengan dengan kekeliruan persepsi. Contoh: apa yang ada dalam pikiran kita ketika melihat seorang pria dewasa sedang membelah kayu pada hari kerja pukul 10.00 pagi? Kebanyakan dari kita akan menyebut orang itu sedang *bekerja*. Akan tetapi, jawaban sesungguhnya bergantung pada: Pertama, apa yang dimaksud *bekerja*? Kedua, apa pekerjaan tetap orang itu untuk mencari nafkah? .... Bila yang dimaksud *bekerja* adalah melakukan pekerjaan tetap untuk mencari nafkah, maka orang itu memang sedang bekerja. Akan tetapi, bila pekerjaan tetap orang itu adalah sebagai dosen, yang pekerjaannya adalah membaca, berbicara, menulis, maka membelah kayu bakar dapat kita anggap bersantai baginya, sebagai selingan di antara jam-jam kerjanya.

Ketika kita berkomunikasi, kita menerjemahkan gagasan kita ke dalam bentuk lambang. Proses ini lazim disebut penyandian (*encoding*). Bahasa adalah alat penyandian, tetapi alat yang tidak begitubaik, untuk itu diperlukan kecermatan

dalam berbicara, bagaimana mencocokkan kata dengan keadaan sebenarnya, bagaimana menghilangkan kebiasaan berbahasa yang menyebabkan kerancuan dan kesalahpahaman.

## **6. Komunikasi Antarpribadi**

### **a. Pengertian Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi antarpribadi seperti bernapas untuk kelangsungan hidup, dimana tidak dapat dielakkan. Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional, dari sebuah hubungan manusia yang saling mempengaruhi satu dengan yang lain. Hubungan antarpribadi yang berkelanjutan dan terus menerus akan memberikan semangat, saling merespon tanpa adanya manipulasi, tidak hanya tentang menang atau kalah dalam berargumentasi melainkan tentang pengertian dan penerimaan (Beebe, 2008: 3-5).

Komunikasi antarpribadi mempengaruhi hubungan, jika hubungan dan komunikasi terjalin baik, maka akan terjadi jalinan yang panjang, dimana saling menghargai dan memberikan perhatian antara satu dengan yang lain. Para ahli teori komunikasi mendefinisikan komunikasi antarpribadi secara berbeda-beda, dan berikut ini adalah 3 sudut pandang definisi utama:

#### **a. Berdasarkan Komponen**

Komunikasi antarpribadi didefinisikan dengan mengamati komponen-komponen utamanya, yaitu mulai dari penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampak hingga peluang untuk memberikan umpan balik.

#### **b. Berdasarkan Hubungan Diadik**

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung diantara dua orang yang mempunyai hubungan yang mantap dan jelas. Sebagai contoh dapat dilihat pada contoh hubungan komunikasi antarpribadi antara ayah dengan anak, pramuniaga dengan pelanggan, petugas lapas dengan

narapidana anak, dan lain-lain. Definisi ini disebut juga definisi diadik, yang menjelaskan bahwa selalu ada hubungan tertentu yang terjadi antara dua orang tertentu, bahkan pada hubungan persahabatan juga dapat dilihat hubungan antarpribadi yang terjalin antara dua sahabat.

c. Berdasarkan Pengembangan

Komunikasi antarpribadi dilihat sebagai akhir dari komunikasi yang bersifat tak pribadi menjadi komunikasi pribadi atau yang lebih intim. Ketiga definisi di atas membantu dalam menjelaskan yang dimaksud dengan komunikasi antarpribadi dan bagaimana komunikasi tersebut berkembang, serta bahwakomunikasi antarpribadi dapat berubah apabila mengalami suatu pengembangan (Devito, 2007: 231-232).

Dalam komunikasi antarpribadi tidak hanya tertuju pada pengertian melainkan ada fungsi yang dari komunikasi antarpribadi itu sendiri. Fungsi komunikasi adalah berusaha meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain (Cangara, 2007: 60).

Komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh petugas lapas selama membina diharapkan tidak hanya terfokus pada tugas semata, tetapi juga berpengaruh pada pengembangan *soft skill* mereka. Para petugas lapas harus bisa memahami narapidana anak, terutama mereka yang memasuki usia remaja yang rentan dengan berbagai macam pengaruh dari lingkungan. Dengan adanya komunikasi antarpribadi petugas lapas dengan narapidana anak diharapkan dapat membentuk konsep diri yang telah ada sebelumnya menjadi lebih baik. Selain itu, proses komunikasi seperti ini juga dibutuhkan dalam proses membina narapidana anak, karena dalam komunikasi harus ada timbal balik (*feedback*) antara komunikator dengan komunikan. Begitu juga dalam lembaga permasyarakatan membutuhkan komunikasi yang baik, sehingga apa yang disampaikan, dalam hal ini pembinaan narapidana anak, oleh komunikator

(petugas lapas) kepada komunikan (narapidana anak) bisa dicerna oleh narapidana anak dengan optimal, sehingga tujuan pembinaan yang ingin dicapai bisa terwujud. Tidak mungkin bila komunikasi dilakukan tidak baik maka hasilnya akan bagus.

#### **b. Ciri-ciri Komunikasi Antarpribadi**

Liliweri (2006:115) mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Spontan dan terjadi sambil lalu saja (umumnya tatap muka).
- 2) Tidak mempunyai tujuan terlebih dahulu.
- 3) Terjadi secara kebetulan di antara peserta yang tidak mempunyai identitas yang belum tentu jelas.
- 4) Berakibat sesuatu yang disengaja maupun tidak disengaja.
- 5) Kerap kali berbalas-balasan.
- 6) Mempersyaratkan adanya hubungan paling sedikit dua orang, serta hubungan harus bebas, bervariasi, serta adanya keterpengaruhan.
- 7) Harus membuahkan hasil.
- 8) Menggunakan berbagai lambang-lambang bermakna.

#### **c. Efektivitas Komunikasi Antarpribadi**

Efektivitas komunikasi interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*) (Devito, 2007, 259-264).

- 1) Keterbukaan (*Openness*)

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut. Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan.

Aspek ketiga menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran (Bochner dan Kelly, 2006: 114). Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah memang milik anda dan anda bertanggungjawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan pesan yang menggunakan kata Saya (kata ganti orang pertama tunggal).

## 2) Empati (*empathy*)

Henry Backrack (2008: 78) mendefinisikan empati sebagai ”kemampuan seseorang untuk ‘mengetahui’ apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu”. Bersimpati, pada pihak lain adalah merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih. Sedangkan berempati adalah merasakan sesuatu seperti

orang yang mengalaminya, berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama.

Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Kita dapat mengkomunikasikan empati secara verbal.

### 3) Sikap mendukung (*supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap (1) deskriptif, bukan evaluatif, (2) spontan, bukan strategic, dan (3) provisional, bukan sangat yakin.

### 4) Sikap positif (*positiveness*)

Mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

### 5) Kestaraan (*Equality*)

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai, lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kestaraan, ketidak-sependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. Kestaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku komunikasi pihak lain. Kestaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kestaraan meminta kita untuk memberikan "penghargaan positif tak bersyarat" kepada orang lain.

### d. Tujuan Komunikasi Antarpribadi

Dalam kegiatan apapun komunikasi antarpribadi tidak hanya memiliki ciri tertentu, tetapi juga memiliki tujuan agar komunikasi antarpribadi tetap berjalan dengan baik. Adapun tujuan dari komunikasi antarpribadi adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui diri sendiri dan orang lain. Salah satu cara mengetahui diri sendiri adalah melalui komunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi memberikan kesempatan bagi kita untuk memperbincangkan diri kita sendiri, dengan membicarakan tentang diri kita sendiri pada orang lain. Kita akan mendapatkan perspektif baru tentang diri kita sendiri dan

memahami lebih mendalam tentang sikap dan perilaku kita. Pada kenyataannya, persepsi-persepsi diri kita sebagian besar merupakan hasil yang dari apa yang kita pelajari tentang diri kita sendiri dari orang lain melalui komunikasi antarpribadi.

- 2) Mengetahui dunia luar. Komunikasi antarpribadi juga memungkinkan kita untuk memahami lingkungan kita secara baik yakni tentang objek, kejadian-kejadian, dan orang lain. Banyak hal yang sering kita bicarakan melalui komunikasi antarpribadi mengenai hal-hal yang disajikan di media massa.
- 3) Menciptakan dan memelihara hubungan. Manusia diciptakan sebagai makhluk sosial, hingga dalam kehidupan sehari-hari orang ingin menciptakan dan memelihara hubungan dekat dengan orang lain. Dengan demikian banyak waktu yang digunakan dalam komunikasi antarpribadi bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain. Hubungan demikian membantu mengurangi kesepian dan ketegangan serta membuat kita merasa lebih positif tentang diri kita sendiri.
- 4) Mengubah sikap dan perilaku. Dalam komunikasi antarpribadi sering kita berupaya mengubah sikap dan perilaku orang lain. Keinginan memilih suatu cara tertentu, mencoba makanan baru, membaca buku, berfikir dalam cara tertentu, dan sebagainya. Singkatnya banyak yang kita gunakan untuk mempersuasi orang lain melalui komunikasi antarpribadi.
- 5) Bermain dan mencari hiburan. Bermain mencakup semua kegiatan untuk memperoleh kesenangan. Pembicaraan-pembicaraan lain yang hampir sama merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh hiburan. Seringkali hal tersebut tidak dianggap penting, tapi sebenarnya komunikasi yang demikian perlu dilakukan. Karena memberi suasana lepas dari keseriusan, ketegangan, kejenuhan, dan sebagainya.
- 6) Membantu orang lain. Kita sering memberikan berbagai nasihat dan saran pada teman-teman yang sedang menghadapi masalah atau suatu persoalan dan berusaha untuk menyelesaikannya. Hal ini memperlihatkan bahwa tujuan dari proses komunikasi antarpribadi adalah membantu orang lain (Cangara, 2007: 60).

Devito (2007: 259-268) mengemukakan komunikasi antarpribadi dapat menjadi efektif maupun sebaliknya, karena apabila terjadi suatu permasalahan dalam hubungan, diantaranya hubungan persahabatan, maka komunikasi antarpribadi menjadi tidak efektif.

Sudut pandang yang menekankan pada keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan yang menciptakan interaksi yang bermakna, jujur,

dan memuaskan. Beberapa hal yang ditekankan dalam sudut pandang yang memiliki penjabaran yang luas, diantaranya:

- a) Keterbukaan, yang memiliki pengertian bahwa dalam komunikasi antarpribadi yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajak berinteraksi, kesediaan untuk membuka diri, kesediaan untuk mengakui perasaan dan pikiran yang dimiliki dan mempertanggung jawabkannya.
- b) Empati, kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain tersebut, dimana seseorang juga mampu untuk memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan, dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa depannya.
- c) Sikap mendukung, dalam hal ini merupakan pelengkap daripada kedua hal sebelumnya, karena komunikasi yang terbuka dan empati tidak dapat berlangsung dalam suasana tidak mendukung.
- d) Sikap positif, komunikasi antarpribadi akan terbina apabila orang memiliki sikap yang positif terhadap diri mereka sendiri, karena orang yang merasa positif dengan diri sendiri akan mengisyaratkan perasaan kepada orang lain, yang selanjutnya juga akan merefleksikan perasaan positif kepada lawan bicaranya, kemudian sifat positif juga dapat diwujudkan dengan memberikan suatu sikap dorongan dengan menunjukkan sikap menghargai keberadaan, pendapat, dan pentingnya orang lain, dimana perilakunya sangat bertentangan dengan sikap acuh.
- e) Kesetaraan, memiliki pengertian bahwa kita menerima pihak lain atau mengakui dan menyadari bahwa kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga. Karena pada kesetaraan, suatu konflik akan lebih dapat dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain (Devito, 2007: 259-268).

#### **D. Konsep Satuan Polisi Pamong Praja**

Lingkup fungsi dan tugas Polisi Pamong Praja dalam pembinaan ketentraman dan ketertiban umum pada dasarnya cukup luas, sehingga dituntut kesiapan aparat baik jumlah anggota, kualitas personil termasuk kejujuran dalam melaksanakan tugas-tugasnya. Polisi Pamong Praja sebagai lembaga dalam pemerintahan sipil harus tampil sebagai pamong masyarakat yang mampu menggalang dan dapat meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam menciptakan dan memelihara ketentraman dan ketertiban sehingga dapat menciptakan iklim yang lebih kondusif

di daerah. Penampilan Polisi Pamong Praja dalam pembinaan ketentraman dan ketertiban harus berbeda dengan aparat kepolisian (Polisi Negara), karena kinerja Polisi Pamong Praja akan bertumpu pada kegiatan yang lebih bersifat penyuluhan dan pengurusan, bukan lagi berupa kegiatan yang mengarah pada pemberian sanksi atau pidana.

Satuan Polisi Pamong Praja daerah memiliki tugas pokok membantu Kepala Daerah dalam menegakkan peraturan daerah dan penyelenggaraan ketertiban umum serta ketentraman masyarakat. Dalam melaksanakan tugasnya sebagaimana dimaksud dalam dalam Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2010 Tentang Satuan Polisi Pamong Praja Pasal 4, Satuan Polisi Pamong Praja memiliki fungsi antara lain :

- a. Penyusunan program dan pelaksanaan penegakan Perda, penyelenggaraan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat serta perlindungan masyarakat;
- b. Pelaksanaan kebijakan penegakan Perda dan peraturan kepala daerah;
- c. Pelaksanaan kebijakan penyelenggaraan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat di daerah;
- d. Pelaksanaan kebijakan perlindungan masyarakat;
- e. Pelaksanaan koordinasi penegak Perda dan peraturan Kepala Daerah, penyelenggaraan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat dengan Kepolisian Negara RI, Penyidik PNS daerah, dan/atau aparatur lainnya.

Tugas Polisi Pamong Praja adalah selain melakukan penegakan Peraturan Daerah, juga membantu Kepala Daerah dalam melaksanakan pembinaan ketentraman dan ketertiban (Pasal 148 ayat (1) Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang

Pemerintahan Daerah). Mengingat luasnya daerah dan menjamin tindakan yang cepat serta tepat pada waktunya Kepala Daerah dalam “keadaan biasa” diberikan wewenang pembinaan ketentraman dan ketertiban di daerahnya yang meliputi (Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Propinsi Sebagai Daerah Otonomi) :

- a. Wewenang pengaturan untuk dapat mendorong terciptanya ketentraman dan ketertiban masyarakat.
- b. Wewenang pengaturan-pengaturan kegiatan penanggulangan bencana alam maupun bencana akibat perbuatan manusia.
- c. Wewenang pengaturan kegiatan-kegiatan dibidang politik, ekonomi dan sosial budaya.

Tujuan dari pembinaan ketentraman dan ketertiban adalah untuk menghilangkan atau mengurangi segala bentuk ancaman dan gangguan terhadap ketentraman dan ketertiban didalam masyarakat, serta menjaga agar roda pemerintahan dan peraturan pemerintah serta peraturan perundang-undangan di daerah dapat berjalan lancar, sehingga pemerintah dan rakyat dapat melakukan kegiatan secara umum, tertib dan teratur dalam rangka memantapkan ketahanan nasional (Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 2 Pasal 2 Tahun 1993 tentang pembinaan ketentraman dan ketertiban di daerah).

Ketentraman dan ketertiban yaitu suatu keadaan dimana pemerintah dan rakyat dapat melakukan kegiatan secara aman, tertib dan teratur (Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 2 Pasal 1 Tahun 1993 tentang pembinaan ketentraman dan ketertiban di daerah). Pembinaan ketentraman dan ketertiban daerah adalah segala

usaha, tindakan dan kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan, penyusunan, pengembangan, pengarahan, pemeliharaan serta pengendalian segala masalah ketentraman dan ketertiban secara berdaya guna dan berhasil guna meliputi kegiatan pelaksanaan atau penyelenggaraan dan peraturan agar segala sesuatunya dapat dilakukan dengan baik, tertib dan seksama sesuai ketentuan petunjuk, sistem dan metode yang berlaku untuk menjamin pencapaian tujuan secara maksimal (Pasal 150 ayat (1) Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah).

## **E. Konsep Pedagang Kaki Lima**

### **1. Pedagang Kaki Lima dalam Sektor Informal**

Menurut Ardiyanto (2008: 131) Pedagang Kaki Lima (PKL) adalah merupakan salah satu bentuk dari perilaku ekonomi di sektor informal. Istilah pedagang kaki lima berasal dari jaman Raffles yaitu 5 feet yang berarti jalur pejalan dipinggir jalan selebar lima kaki. Area tersebut lama kelamaan dipakai untuk area berjualan pedagang kecil, sehingga pedagang yang menggunakannya disebut sebagai pedagang kaki lima. Salah satu bentuk sektor informal yang dikenal dikalangan masyarakat luas adalah pedagang kaki lima. Hal ini disebabkan kebanyakan para pekerja sektor informal sebagian besar terjun dan menekuni bidang usaha kaki lima.

Menurut McGee dan Yeung (2007: 25), pedagang kaki lima mempunyai pengertian yang sama dengan '*hawkers*' yang didefinisikan sebagai orang-orang yang menawarkan barang dan jasa untuk dijual di tempat umum, terutama di pinggir jalan dan trotoar. Dari hasil penelitian oleh Soedjana (2006) secara

spesifik yang dimaksud dengan pedagang kaki lima adalah sekelompok orang yang menawarkan barang dan jasa untuk dijual diatas trotoar atau tepi/di pinggir jalan, di sekitar pusat perbelanjaan/pertokoan, pasar, pusat rekreasi/hiburan, pusat perkantoran dan pusat pendidikan, baik secara menetap atau setengah menetap, berstatus tidak resmi atau setengah resmi dan dilakukan baik pagi, siang, sore maupun malam hari.

Hasil penelitian yang dikemukakan oleh Waworoentoe (2007 5) pedagang kaki lima biasanya akan tumbuh berkembang pada ruang-ruang fungsional kota (pusat perdagangan/pusat perbelanjaan/pertokoan, pusat rekreasi/hiburan, pasar, terminal/pemberhentian kendaraan umum, pusat pendidikan, pusat pertokoan).

Sektor informal merupakan suatu kegiatan berskala kecil dari unit produksi dan distribusi barang dan servis. Sektor informal tidak terdaftar dan tidak tercatat dalam statistik resmi, dioperasikan dengan modal yang sangat kecil atau tidak memiliki modal sama sekali, sehingga memiliki tingkat pendapatan yang rendah dan tidak pasti, serta tingkat ketidakstabilan tenaga kerja yang tinggi.

## **2. Pemahaman Fungsi Pedagang Kaki Lima**

Pedagang kaki lima merupakan suatu kelengkapan kota-kota di seluruh dunia dari dahulu. Sebagai kelengkapan, pedagang kaki lima tidak mungkin dihindari atau ditiadakan, karena itu kalau ada suatu pemerintah kota berkehendak meniadakan pedagang kaki lima akan menjadi kebijaksanaan atau tindakan yang sia-sia. Pedagang kaki lima bagi sebuah kota tidak hanya mempunyai fungsi ekonomi, tetapi juga fungsi sosial dan budaya.

Sebagai salah satu fungsi ekonomi, pedagang kaki lima tidak semestinya hanya dilihat sebagai tempat pertemuan penjual dan pembeli secara mudah. Tidak pula hanya dilihat sebagai lapangan kerja tanpa membutuhkan syarat tertentu. Dan tidak pula dilihat sebagai alternatif lapangan kerja informal yang mudah terjangkau akibat suatu keadaan ekonomi yang sedang merosot. Tidak kalah penting, melihat pedagang kaki lima sebagai pusat konsentrasi kapital sebagai pusaran yang menentukan proses produksi dan distribusi yang sangat menentukan tingkat kegiatan ekonomi masyarakat dan negara.

Sebagai sebuah fungsi sosial, pedagang kaki lima tidak semestinya hanya dilihat sebagai pedagang atau penjajah yang serba lemah, tidak teratur, berada ditempat yang tidak dapat ditentukan, mengganggu kenyamanan dan keindahan kota, karena itu harus ditertibkan oleh petugas kota. Sebagai suatu gejala sosial, pedagang kaki lima menjalankan fungsi sosial yang sangat besar. Merekalah yang menghidupkan dan membuat kota selalu semarak, tidak sepi, dan dinamik. Dalam pola dan sistem tertentu, pedagang kaki lima merupakan daya tarik tersendiri bagi sebuah kota.

Demikian pula dari sudut budaya, pedagang kaki lima menjadi pengemban budaya, bahkan menjadi model budaya kota tertentu. Melalui pedagang kaki lima, karya-karya budaya diperkenalkan kepada masyarakat. Selain itu, pedagang kaki lima merupakan gejala budaya bagi sebuah kota dan menciptakan berbagai corak budaya tersendiri.

Pandangan hilostik atau integral semacam ini diperlukan dalam menentukan kebijaksanaan dan mengatur pedagang kaki lima pada sebuah kota sehingga

hubungan “mutual” yang positif antar “mission” pemerintah dengan kehadiran pedagang kaki lima. Pola hubungan semacam itu akan menjadi dasar hak dan kewajiban dan hubungan tanggung jawab antara pedagang kaki lima dengan pemerintah kota.

Menurut Mc Gee dan Yeung (2007: 76) pola ruang aktivitas pedagang kaki lima sangat dipengaruhi oleh aktivitas sektor formal dalam menjaring konsumennya. Lokasi pedagang kaki lima sangat dipengaruhi oleh hubungan langsung dan tidak langsung dengan berbagai kegiatan formal dan informal atau hubungan pedagang kaki lima dengan konsumennya. Untuk dapat mengenali penataan ruang kegiatan pedagang kaki lima maka harus mengenal aktivitas pedagang kaki lima melalui penyebaran, pemanfaatan ruang berdasarkan waktu berdagang dan jenis dagangan serta sarana berdagang.

### **3. Komponen pengaturan penataan fisik pedagang kaki lima**

Komponen pengaturan penataan fisik pedagang kaki lima, antara lain meliputi lokasi, waktu berdagang, sarana fisik dagangan, jenis dagangan, pola penyebaran, pola pelayanan adalah sebagai berikut

#### **1. Lokasi**

Berdasarkan hasil studi oleh Ir. Goenadi Malang Joedo (1997: 63), penentuan lokasi yang diminati oleh sektor informal atas pedagang kaki lima adalah sebagai berikut

- a. Terdapat akumulasi orang yang melakukan kegiatan bersama-sama pada waktu yang relatif sama, sepanjang hari.

- b. Berada pada kawasan tertentu yang merupakan pusat-pusat kegiatan perekonomian kota dan pusat non ekonomi perkotaan, tetapi sering dikunjungi dalam jumlah besar.
- c. Mempunyai kemudahan untuk terjadi hubungan antara pedagang kaki lima dengan calon pembeli, walaupun dilakukan dalam ruang relatif sempit.
- d. Tidak memerlukan ketersediaan fasilitas dan utilitas pelayanan umum.

Mc Gee dan Yeung (2007 108) menyatakan bahwa pedagang kaki lima beraglomerasi pada simpul-simpul pada jalur pejalan yang lebar dan tempat-tempat yang sering dikunjungi orang dalam jumlah besar yang dekat dengan pasar public, terminal, daerah komersial.

## 2. Waktu berdagangan.

Menurut Mc Gee dan Yeung (2007 76) dari penelitian di kota-kota di Asia Tenggara menunjukkan bahwa pola aktivitas pedagang kaki lima menyesuaikan terhadap irama dari ciri kehidupan masyarakat sehari-hari. Penentuan periode waktu kegiatan pedagang kaki lima didasarkan pula atau sesuai dengan perilaku kegiatan formal. Adapun perilaku kegiatan keduanya cenderung sejalan walaupun pada saat tertentu kaitan aktivitas keduanya lemah atau tidak ada hubungan langsung antara keduanya.

## 3. Sarana fisik dagangan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan Mc Gee dan Yeung (2007 82-83) di kota-kota di Asia Tenggara ditemukan bahwa bentuk sarana fisik dagangan pedagang kaki lima umumnya sangat sederhana dan biasanya mudah untuk di pindah-pindah atau mudah untuk dibawa dari suatu tempat ke tempat lainnya.

Jenis sarana dagangan yang digunakan pedagang kaki lima sesuai dengan jenis dagangan yang dijual.

4. Jenis dagangan.

Menurut Mc Gee dan Yeung (2007 82-83) jenis dagangan pedagang kaki lima sangat dipengaruhi pula oleh aktivitas yang ada disekitar kawasan dimana pedagang kaki lima beraktivitas. Misalnya di kawasan perdagangan, maka jenis dagangannya juga beraneka ragam seperti makanan atau minuman, kelontong, pakaian dan lain-lain.

5. Pola penyebaran.

Menurut Mc Gee dan Yeung (2007 76) pola penyebaran pedagang kaki lima dipengaruhi oleh aglomerasi dan aksesibilitas sebagai berikut

- a. Aglomerasi, aktivitas pedagang kaki lima selalu akan memanfaatkan aktivitas-aktivitas di sektor formal dan biasanya pusat-pusat perbelanjaan menjadi salah satu daya tarik lokasi sektor informal untuk menarik konsumennya. Adapun cara pedagang kaki lima menarik konsumen dengan cara berjualan berkelompok (*aglomerasi*). Para pedagang kaki lima cenderung melakukan kerja sama dengan pedagang kaki lima yang sama jenis dagangannya atau saling mendukung seperti pedagang makanan dan minuman. Pengelompokan pedagang kaki lima juga merupakan salah satu daya tarik bagi konsumen, karena mereka bebas memilih barang atau jasa yang diminati.
- b. Aksesibilitas, para pedagang kaki lima lebih suka berlokasi di sepanjang pinggir jalan utama dan tempat-tempat yang sering dilalui pejalan kaki.

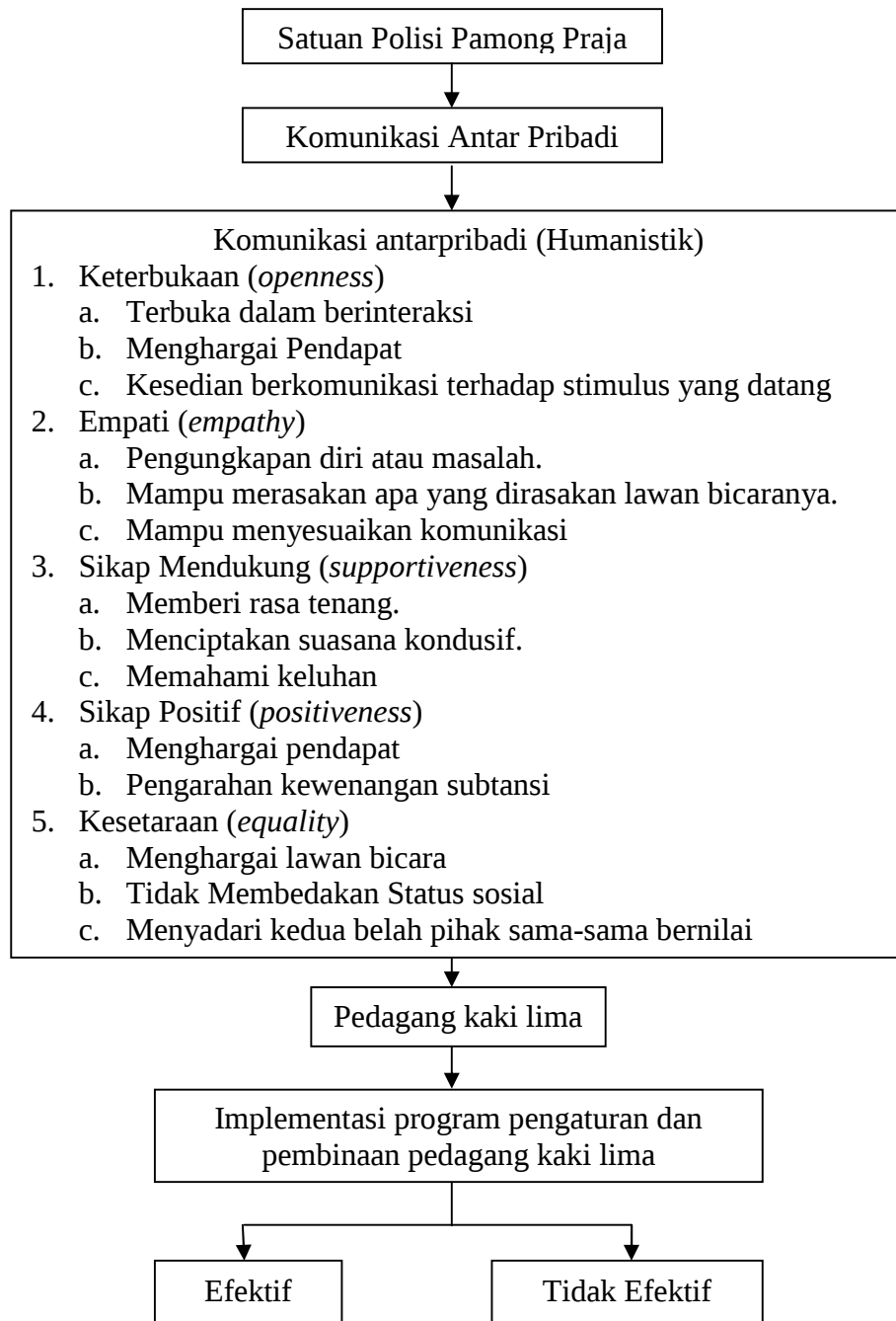
#### 6. Pola pelayanan.

Pola pelayanan, menurut Yeung (2007: 76) adalah cara berlokasi aktivitas pedagang kaki lima dalam memanfaatkan ruang kegiatannya sebagai tempat usaha. Pola pelayanan pedagang kaki lima ini juga erat kaitannya dengan sarana fisik dagangan pedagang kaki lima yang digunakan dan jenis usahanya. Misalnya pedagang kaki lima menetap, jenis dagangannya bukan kebutuhan primer dan sarana fisik dagangan berupa kios, gerobak beratap dan meja atau jongko. Serta jenis pola pelayanan (tetap, semi menetap, dan tidak menetap) ini juga dipengaruhi waktu, tempat, lokasi berdagang pedagang kaki lima.

## F. Kerangka Pikir

Berdasarkan landasan teori di atas, maka dapat disusun kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 2.1  
Kerangka Pikir



### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Lexy J, 2005: 15).

Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dan kawasannya dan dalam peristilahannya.

Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti objek dengan cara menuturkan, menafsirkan data yang ada, dan pelaksanaannya melalui pengumpulan, penyusunan, analisa dan interpretasi data yang diteliti pada masa sekarang. Tipe penelitian ini dianggap sangat relevan untuk dipakai karena menggambarkan keadaan objek yang ada pada masa sekarang secara kualitatif berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian.

Penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan secara jelas dan faktual tentang efektivitas komunikasi antar pribadi Satuan Polisi Pamong Praja tentang implementasi program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung.

## **B. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian melalui pendekatan deskriptif dimana dalam penelitian yang telah dilakukan memiliki tujuan untuk menganalisis dan menggambarkan mengenai efektivitas komunikasi antar pribadi Satuan Polisi Pamong Praja tentang implementasi program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung.

Bogdan dan Taylor (2008: 27) mendefinisikan kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tulisan/lisan dari orang lain/perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha melihat kebenaran-kebenaran atau membenarkan kebenaran, namun di dalam melihat kebenaran tersebut, tidak selalu dapat dan cukup didapat dengan melihat sesuatu yang nyata, akan tetapi kadangkala perlu pula melihat sesuatu yang bersifat tersembunyi, dan harus melacaknya lebih jauh ke balik sesuatu yang nyata tersebut.

## **C. Teknik Pengumpulan Data**

Hadari (2008: 48), untuk memperoleh data dalam penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data melalui:

**1. Dokumentasi**

Dokumentasi yaitu suatu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam rangka pengumpulan data sekunder seperti data tentang gambaran efektivitas komunikasi antar pribadi Satuan Polisi Pamong Praja tentang implementasi program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung.

**2. Wawancara**

Teknik wawancara digunakan untuk mengungkap keterangan dari responden dengan menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*). Sebelum wawancara dimulai, penulis menceritakan terlebih dahulu pokok-pokok penelitian, kemudian subyek penelitian dibiarkan bercerita tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan efektivitas komunikasi antar pribadi Satuan Polisi Pamong Praja tentang implementasi program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung. Wawancara dilakukan penulis pada Anggota Satuan Polisi Pamong Praja dan Pedagang kaki lima.

**3. Observasi**

Digunakan penulis dalam rangka pengamatan langsung pada efektivitas komunikasi antar pribadi Satuan Polisi Pamong Praja tentang implementasi program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung

#### **D. Fokus Penelitian**

Penelitian ini memfokuskan pada efektivitas komunikasi antar pribadi Satuan Polisi Pamong Praja tentang implementasi program pengaturan dan pembinaan pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung.

Tolak ukur komunikasi antarpribadi yang digunakan ialah melalui sudut pandang humanistik yang berupa 5 kualitas umum.

##### **1. Keterbukaan (*openness*)**

Keterbukaan atas sifat terbuka sangat berpengaruh dalam menciptakan komunikasi antarpribadi yang efektif. Keterbukaan yang ditekankan di sini ialah pengungkapan reaksi atau tanggapan Satuan Polisi Pamong Praja sebagai komunikator terhadap situasi yang sedang dihadapi serta memberikan informasi yang relevan. Secara psikologi, apabila Satuan Polisi Pamong Praja mau membuka diri kepada orang lain, maka pedagang kaki lima sebagai komunikan yang diajak berbicara merasa aman dalam melakukan komunikasi antarpribadi yang akhirnya pedagang kaki lima pun turut membuka diri.

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya 3 aspek dari komunikasi antarpribadi. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Bukan berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan. Aspek keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Aspek ketiga menyangkut “kepemilikan”

perasaan dan pikiran (Bochner dan Kelly, 2006: 114). Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang anda lontarkan adalah memang milik anda dan anda bertanggung jawab atasnya.

Pada aspek ini diukur dengan :

- a. Terbuka dalam berinteraksi
- b. Menghargai Pendapat
- c. Kesian berkomunikasi terhadap stimulus yang datang

## **2. Empati (*Empathy*)**

Pada aspek ini, Satuan Polisi Pamong Praja dapat dilihat bagaimana usahanya untuk memahami dengan permasalahan pedagang kaki lima. Parameter untuk melihat rasa empati, dengan adanya pengungkapan diri yang dilakukan Satuan Polisi Pamong Praja melalui pesan verbal seperti, "saya dapat merasakan apa yang anda rasakan."

Kemudian Satuan Polisi Pamong Praja harus peka terhadap pesan yang ditunjukkan pedagang kaki lima dan Satuan Polisi Pamong Praja juga harus bisa merasakan apa yang dirasakan pedagang kaki lima.

Pada aspek ini diukur dengan :

- a. Pengungkapan diri atau masalah.
- b. Mampu merasakan apa yang dirasakan lawan bicaranya.
- c. Mampu menyesuaikan komunikasi

### 3. Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Sikap mendukung terlihat bagaimana seorang Satuan Polisi Pamong Praja melakukan dukungan yang maksimal dalam membantu pedagang kaki lima dalam menyelesaikan masalah. Parameter sikap mendukung dapat diperlihatkan dengan bersikap (1) menciptakan suasana yang kondusif. (2) memberikan rasa senang. (3) pesan bersifat persuasif.

Pada aspek ini diukur dengan :

- a. Memberi rasa tenang.
- b. Menciptakan suasana kondusif.
- c. Memahami keluhan

### 4. Sikap positif (*Positiveness*)

Rasa positif merupakan kecenderungan seseorang untuk mampu bertindak berdasarkan penilaian yang baik tanpa merasa bersalah yang berlebihan, menerima diri sebagai orang yang penting dan bernilai bagi orang lain, memiliki keyakinan atas kemampuannya untuk mengatasi persoalan, peka terhadap kebutuhan orang lain, pada kebiasaan sosial yang diterima. Dapat memberi dan menerima penghargaan tanpa merasa bersalah.

Aspek sikap positif dalam komunikasi antarpribadi antara Satuan Polisi Pamong Praja dengan pedagang kaki lima terdapat tiga tolak ukur: (1) memberikan dorongan untuk maju. (2) menghargai pendapat. (3) ekspresi saat berkomunikasi. Ketika Satuan Polisi Pamong Praja menghargai pendapat pedagang kaki lima tentu tercipta sikap positif komunikator yang dirasakan komunikan.

Pada aspek ini diukur dengan :

- a. Menghargai pendapat
- b. Pengarahan kewenangan subgtansi

## 5. Kesetaraan (*Equality*)

Kesetaraan merupakan perasaan yang sama dengan lain, walaupun terdapat perbedaan latar belakang keluarga, kemampuan tertentu juga boleh berbeda, status berbeda tetapi tetap memperlakukan lawan bicara secara horizontal dan demokratis. Dengan begitu sebagai seorang komunikator, pendamping tidak boleh untuk membedakan status sosial, memperlakukan pedagang kaki lima sebagai teman, dituntut memiliki sikap yang rendah hati dan mau menghargai pedagang kaki lima dengan memperlakukan semua pedagang kaki lima dengan sama baiknya, serta tidak mempermasalahkan maupun menyinggung status sosial pedagang kaki lima.

Pada aspek ini diukur dengan :

- a. Menghargai lawan bicara
- b. Tidak Membedakan Status sosial
- c. Menyadari kedua belah pihak sama-sama bernilai

## E. Informan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan secara *purposive*, maka informan yang dilibatkan adalah informan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Anggota Satuan Polisi Pamong Praja sebanyak 5 orang

2. Pedagang kaki lima di Pasar Tugu Bandar Lampung  
sebanyak 5 orang

Jumlah keseluruhan informan sebanyak 10 orang, adapun penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive* dimana informan dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria-kriteria ditentukan dan ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Penelitian yang dilakukan yaitu bersifat kualitatif yaitu Arikunto (2006:48), berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah data yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat-kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Dengan analisis kualitatif ini diharapkan dapat menjawab dan memecahkan masalah dengan melakukan pemahaman dan pendalaman secara menyeluruh dan utuh dari objek yang diteliti guna mendapatkan kesimpulan sesuai sesuai dengan kondisi.

##### **1. Reduksi Data**

Diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, mengabstrakan, dan transpormasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dimana setelah penulis memperoleh data maka data yang penulis peroleh itu harus lebih dulu dikaji kelayakannya, dengan memilih data mana yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini.

##### **2. Display (Penyajian Data)**

Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian ini penulis menyajikan data yang dibutuhkan dengan menarik kesimpulan dan tindakan dalam penyajian data.

### **3. Verifikasi (Menarik Kesimpulan)**

Kesimpulan selama penelitian berlangsung makna-makna yang muncul dari data yang diuji kebenarannya, kekokohannya dan kecocokannya yang jelas kebenarannya dan kegunaannya. Setelah seluruh data yang penulis peroleh, penulis harus benar-benar menguji kebenarannya untuk mendapatkan kesimpulan yang jelas dari data-data itu, sehingga diperoleh kesimpulan yang jelas kebenarannya dan kegunaannya.

#### **IV. GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN**

##### **A. Gambaran Umum Pasar Tugu**

##### **1. Gambaran Umum Pasar Tugu**

Pasar Tugu merupakan salah satu pasar tradisional yang sudah dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat Kota Bandar Lampung maupun masyarakat luar Kota Bandar Lampung. Sebelumnya lokasi Pasar Tugu ini merupakan sebuah sekolah yaitu Sekolah Menengah Ekonomi Pertama (SMEP). Adanya sebuah sekolah maka membuka peluang juga kepada pedagang untuk mencari nafkah. Pedagang pun mulai berdagang di sekitaran sekolah tersebut. Berjalannya waktu semakin banyak pula pedagang yang berjualan di lokasi tersebut. Melihat fenomena tersebut maka pemerintah membuat sebuah kebijakan yaitu menjadikan lokasi tersebut menjadi sebuah pasar tradisional dengan nama Pasar Tugu. Pasar ini dibangun sejak tahun 2003 oleh pihak pengembang yaitu PT. Teguh Jaya Lestari melalui Surat Perjanjian Nomor 06 Tahun 2003, sebagai transaksi dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat. Luas tanah Pasar Tugu ini adalah 6.765m. Adapun fasilitas pendukung dari Pasar Tugu ialah:

- a. Kantor UPT pasar
- b. Musholla
- c. Kantor Satpam

- d. KM/WC Umum
- e. TPS Sampah

## **2. Letak dan Kondisi Fisik Pasar Tugu**

Pasar Tugu terletak di Jalan Hayam Wuruk Kecamatan Tanjung Karang Timur Kota Bandar Lampung. Jumlah pedagang yang terdapat di Pasar Tugu berkisar 410 pedagang. Bangunan pasar terdiri dari kios-kios dan hamparan. Pasar Tugu masih dalam perbaikan dan pada perencanaannya akan dibuat bangunan permanen yang modern Tahun 2014. Jumlah pedagang yang khusus menjual telur berjumlah 10 pedagang telur.

Sejak pertama sekali Pasar Tugu dibangun belum pernah mendapat perawatan atau perbaikan dari pihak pemerintah sehingga kondisi bangunan Pasar Tugu ini membutuhkan perhatian khusus dari pemerintah. Bangunan sudah rapuh dan dapat membahayakan para pengunjung maupun pedagang. Hal ini juga dikarenakan melihat Kondisi Pasar Tugu yang semakin padat oleh para pedagang sebagai akibat dari adanya peningkatan jumlah penduduk yang menjalankan aktivitas di sektor perdagangan, menyebabkan areal pasar ini tidak lagi mampu menampung pedagang (*over capacity*). Oleh karena itu, pemerintah membuat sebuah kebijakan pembangunan dan penataan kembali Pasar Tugu dengan harapan terciptanya peningkatan pelayanan terhadap masyarakat Kota Bandar Lampung serta terciptanya bangunan yang indah, tertib dan aman.

Dalam kebijakan pembangunan dan penataan kembali Pasar Tugu target yang ingin dicapai adalah tercapainya bangunan setinggi delapan lantai. Spesifikasi

diantaranya tiga lantai terbawah merupakan basement, tiga lantai di atasnya untuk berjualan serta dua lantai berikutnya akan dibangun hotel. Kebijakan ini merupakan kerjasama antara pemerintah dengan pihak pengembang. Bangunan tersebut akan diserahkan kepada pihak pengembang untuk membangun dengan jangka waktu dua tahun. Selama waktu yang diberikan diharapkan perubahan yang ingin dicapai tersebut dapat terealisasi.

### **3. Komposisi Pedagang dan Perkumpulan Pedagang**

Berdasarkan jenis barang dagangannya, pedagang di Pasar Tugu terbagi dalam enam kelompok. Pedagang tersebut antara lain terdiri dari : pedagang pakaian, pedagang emas, pedagang kosmetik, pedagang sepatu, pedagang makanan, pedagang bahan pakaian dan pedagang lain-lain (pedagang kelontongan, boneka, kerajinan dan lain-lain).

## **B. Gambaran Umum Satpol PP Kota Bandar Lampung**

### **1. Tugas Pokok dan Fungsi**

Satuan Polisi Pamong Praja Bandar Lampung mempunyai tugas pokok sebagai berikut:

- a. Melaksanakan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang pembinaan ketentraman dan ketertiban umum, penegakan dan Produk Hukum Daerah, tugas dekonsentrasi; dan
- b. Melaksanakan tugas pembantuan yang diberikan pemerintah kepada Gubernur serta tugas lain sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Gubernur berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.

### Fungsi

- a. Perumusan kebijakan teknis di bidang pembinaan ketentraman dan ketertiban umum, penegakan produk hukum daerah;
- b. Pemberian dukungan atas penyelenggaraan pemerintahan daerah di bidang pembinaan ketentraman dan ketertiban umum, penegakan produk hukum daerah;
- c. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang pembinaan ketentraman dan ketertiban umum, penegakan produk hukum daerah;
- d. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Gubernur di bidang pembinaan ketentraman dan ketertiban umum, penegakan produk hukum daerah; dan
- e. Pengelolaan administratif.

## **2. Data Personil Satuan Polisi Pamong Praja Bandar Lampung**

### Data Personil Satuan Polisi Pamong Praja Bandar Lampung

#### Formasi Kepegawaian:

Jumlah PNS = 181 Org

Jumlah Non PNS = 571 Org

#### Jumlah Jabatan Struktural

- a. Eselon II = 1 Org
- b. Eselon III = 4 Org
- c. Eselon IV = 9 Org
- d. PNS Gol IV = 4 Org
- e. PNS Gol.III = 40 Org
- f. PNS Gol.II = 139 Org

g. PNS Gol.I = 6 Org

Jumlah Tenaga Kontrak

- Laki-Laki = 442 Org

- Perempuan = 129 Org

*Cleaning Service* = 5 Org

Petugas Parkir Pemda = 7 Org

### **3. Visi Dan Misi Satuan Polisi Pamong Praja Bandar Lampung**

Searah dengan Visi dan Misi Pemerintah Bandar Lampung, Satuan Polisi Pamong

Praja Bandar Lampung menyusun Visi dan Misi sebagai berikut :

#### **1. Visi**

Terwujudnya situasi kenteraman masyarakat dan ketertiban umum yang kondusif serta penegakan Peraturan Daerah dan Keputusan Kepala Daerah serta Produk Hukum Daerah lainnya.

#### **2. Misi**

- a. Mendukung Kebijakan Pemerintah Bandar Lampung memelihara ketenteraman dan ketertiban umum dan penegakan Peraturan Daerah dan Keputusan Kepala Daerah serta Produk Hukum Daerah lainnya dan pelaksanaan perlindungan masyarakat.
- b. Meningkatkan kapasitas organisasi dan Sumber Daya Manusia Polisi Pamong Praja menuju profesionalisme pelaksanaan tugas.
- c. Membangun sarana dan prasarana pendukung pelaksanaan tugas operasional Polisi Pamong Praja.

## **VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa efektivitas komunikasi antar pribadi pada pembinaan antara petugas Satuan Polisi Pamong Praja dalam pembinaan dan penertiban pedagang kaki lima sudah berperan dengan baik, dengan uraian sebagai berikut:

1. Aspek keterbukaan dalam kegiatan pembinaan antara petugas Satuan Polisi Pamong Praja dengan warga binaan telah ditunjukkan oleh petugas maupun pedagang kaki lima saat berkomunikasi antarpribadi. Petugas maupun pedagang kaki lima telah secara terbuka berbagi pengalamannya tentang manfaat dan juga dampak positif dari kegiatan yang ada dalam proses pembinaan dan penertiban.
2. Aspek empati dalam kegiatan pembinaan telah muncul diantara mereka. Pembinaan petugas dalam hal ini petugas Satuan Polisi Pamong Praja dan warga binaan dalam hal ini pedagang kaki lima mapu sama-sama mendengarkan, baik arahan, motivasi hingga permasalahan yang terjadi di Pasar Tugu Bandar Lampung.
3. Sikap mendukung yang dilakukan petugas dalam kegiatan komunikasi antarpribadi telah dilakukan dengan cara memberikan motivasi akan pentingnya hidup mentaati peraturan, disiplin, bekerja keras dan memotivasi akan pentingnya hidup sehat.

4. Dikaji dari aspek sikap positif, kepercayaan diri telah ditunjukkan oleh pedagang kaki lima saat pedagang kaki lima berjumpa dengan petugas Satuan Polisi Pamong Praja mereka menegur hingga mengobrol bila petugas Satuan Polisi Pamong Praja tidak sibuk.
5. Dikaji dari aspek kesetaraan, petugas Satuan Polisi Pamong Praja sudah berhasil memposisikan dirinya dengan menunjukkan kesetaraan dengan pedagang kaki lima. Hal ini terlihat pada saat dilakukannya pembinaan petugas Satuan Polisi Pamong Praja bersikap rendah hati kepada pedagang kaki lima dan menghargai pedagang kaki lima dengan memperlakukan semua pedagang kaki lima sama baiknya dan adanya kenyamanan yang coba dimunculkan ketika pembinaan dilakukan oleh para petugas. Namun yang terlihat dari pedagang kaki lima yang dengan harapan mampu mendapatkan rasa percaya diri masih kurang baik, karena mereka masih minder saat berhadapan dengan petugas Satuan Polisi Pamong Praja. Mereka merasakan adanya perbedaan status dalam hal kesetaraan dengan lawan bicaranya. Pada hal ini pedagang kaki lima masih malu-malu dalam mengungkapkan pendapatnya, seperti saat dilakukannya wawancara mereka menjawab pertanyaan-pertanyaan masih kurang percaya diri terlihat dari pedagang kaki lima saling tanya satu sama lain.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh penulis mengenai peranan komunikasi antarpribadi petugas Satuan Polisi Pamong Praja

pada pembinaan dan penertiban pedagang kaki lima, maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sebagai saran dan masukan, yaitu:

1. Semua petugas Satuan Polisi Pamong Praja diharapkan dapat memaksimalkan dan mempertahankan kelima aspek komunikasi antarpribadi dalam kegiatan komunikasi antarpribadi dengan anak asuhnya.
2. Kesenjangan yang ada harus segera diatasi, guna pembinaan dan penertiban serta perkembangan perilaku pedagang kaki lima menjadi lebih baik. Khususnya pada aspek kesetaraan masih belum optimal karena perbedaan status antara petugas Satuan Polisi Pamong Praja dengan pedagang kaki lima. Walaupun secara umum petugas Satuan Polisi Pamong Praja tidak membedakan status. Untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada aspek kesetaraan diharapkan para pedagang kaki lima dapat menyesuaikan diri dengan para petugas dari Satuan Polisi Pamong Praja pada saat dilakukan penertiban dan pembinaan pedagang kaki lima, sebaliknya bagi para petugas yang melakukan penertiban dan pembinaan pedagang kaki lima dapat menjalin komunikasi yang lebih baik dengan tidak membedakan status sosial para pedagang kaki lima dan ketika bertugas setiap harinya selalu menunjukkan sikap yang ramah, murah senyum tetapi tetap pada tugasnya. Oleh karena itu antara petugas dari Satuan Polisi Pamong Praja dan pedagang kaki lima dapat menerapkan lima aspek komunikasi antar pribadi yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, kepercayaan diri dan kesetaraan dengan baik, sehingga proses penertiban dan pembinaan pedagang kaki lima tidak akan menemui kendala dan berjalan lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Arikunto, S., 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Edisi Revisi 5.), Rineka Cipta, Jakarta
- Beebe, Steven & Redmond, Mark, 2008. *Interpersonal Communication*. USA: Pearson Education.
- Bochner dan Kelly, 2006, *Komunikasi Interpersonal*. Jakarta : BPK Gunung Mulia.
- Bogdan dan Taylor, 2008, *Metode-metode Riset Kualitatif: dalam Public Relations dan Marketing*. Kencana. Jakarta.
- Devito, Joseph. A., 2007. *Communicology: An Introductio to The Study of Communication*. Harper & Row, Publishing, New York-London.
- \_\_\_\_\_, 2007. *Komunikasi Antarmanusia*. Kuliah Dasar. Edisi Kelima. Profesional Book. Jakarta.
- Harold D. Lasswell, 2009 *Structure and Function of Communication in Society*” dalam. Wilbur Schramm. (Ed)
- Lexy J, 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. remaja Rosdakarya.
- Liliweri, Alo, 2006. *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar budaya*. Yogyakarta: LkiS.
- M. Hariwijaya, 2008. *Panduan Mendidik dan Membentuk Watak Anak*. Luna Publisher. Jakarta.
- Mulyana, Deddy, 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2008. *Komunikasi Antarbudaya*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_, 2008. *Metode Penelitian Kualitatif Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Nasir, Mohammad. 2009. *Metode Penelitian*. PT. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Nitisemito, 2001, *Manajemen Personalia*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- P. Lauster, 1997. *Tes Kepribadian* (terjemahan Cecilia, G. Sumekto). Yogyakarta : Kanisius.
- Poewadarminta, 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta.
- Simamora, 2004, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ke-3. STIE YKPN. Jakarta.
- Soegeng Prijodarminto, 2004. *Disiplin Kiat Menuju Sukses*. Jakarta: Pradiya Paramita.
- Soetandoyo, Wignjosoebroto, 2008. *Hukum dalam Masyarakat*. Bayumedia Surabaya.
- Stewart dan Sylvia, 2004. *Human Communication (Prinsip-Prinsip Dasar)*. Penerjemah Deddy Mulyana. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, 2004. *Statistik Untuk Penelitian*. CV Alfa Beta. Bandung.
- Terry, 2006, *Prinsip-Prinsip Manajemen*. (edisi bahasa Indonesia). PT. Bumi Aksara: Bandung
- Uchjana Effendi, Onong, M.A, 2008. *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Widjaja, 2009. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Alumni. Bandung.

## **B. Sumber Lain**

- <http://forumkemanusiaan-pkl.blogspot.com/2015/04/penataan-pasar-hasil-akhir-jumlah-pkl.html>, diunduh tanggal 20 Januari 2016
- <http://lampung.tribunnews.com/2015/10/31/sekkot-badri-tamam-minta-pedagang-pasar-tugu-pindah>, diunduh tanggal 20 Januari 2016
- [http://id.wikipedia.org/wiki/pedagang\\_kaki\\_lima](http://id.wikipedia.org/wiki/pedagang_kaki_lima) diakses tgl 20 Januari 2016 jam 16.00 wib