

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan mengenai gambaran strategi komunikasi program penataan PKL di kawasan Pasar Raya Padang dapat disimpulkan:

1. Identifikasi komunikator dalam strategi komunikasi; memberikan arahan, pengetahuan tentang program penataan PKL kepada aparatur Bidang Ketertiban, Kebersihan dan Keindahan (K3) agar memiliki kemampuan dan pemahaman dalam cara berkomunikasi saat menyampaikan pesan kepada PKL tentang lokasi yang dilarang untuk berdagang bagi PKL, lokasi yang diperbolehkan untuk berdagang bagi PKL sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, dan lokasi yang dilarang untuk berdagang bagi PKL. Bidang K3 Dinas Pasar merupakan pelaksana dan penanggungjawab dalam pelaksanaan program penataan PKL sesuai dengan tugas pokok dan fungsi (tupoksi) Bidang K3 yang ada di Dinas Pasar.
2. Mengembangkan pesan komunikasi dan seleksi penggunaan media dengan cara melakukan komunikasi langsung dengan PKL (tatap muka) yang merupakan tahapan awal mensosialisasikan program penataan PKL tentang Lokasi dan Jadwal Usaha Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berdasarkan pada Keputusan Walikota Padang Nomor 190 Tahun 2014.

Dilanjutkan dengan penyampaian pesan tentang program penataan tersebut melalui Surat Pemberitahuan, dan didukung dengan Spanduk, Baliho dan *Running Text Digital*, agar program penataan PKL juga diketahui oleh pengunjung pasar dan pedagang toko yang berada di Kawasan Pasar Raya Padang.

3. Mengenali khalayak (PKL) sebagai sasaran komunikasi, melalui pendekatan secara emosional (komunikasi langsung) dalam menyampaikan informasi (bersifat informatif) tentang program penataan PKL, hal itu dilakukan untuk menciptakan suasana kondusif dan menumbuhkan kepercayaan PKL terhadap program Pemerintah Kota Padang. Karena pada penataan PKL sebelumnya, pernah terjadi bentrokan antara PKL dan aparat Pemerintah Kota Padang.

Selanjutnya, aparat Bidang K3 mengajak (persuasif) PKL untuk mematuhi peraturan yang telah ditetapkan Pemerintah Kota Padang yang ada dalam program penataan PKL dengan diiringi pemberian surat pemberitahuan kepada masing-masing PKL. Selanjutnya, ketika PKL masih tetap melanggar aturan yang telah ditetapkan, aparat Bidang K3 memberikan instruktif (memberikan perintah) kepada PKL secara langsung dengan didukung surat pemberitahuan yang berisikan agar mematuhi aturan yang telah ditetapkan dan apabila dilanggar akan diberikan sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

6.2 Saran

Dari kesimpulan mengenai strategi komunikasi program penataan PKL di kawasan Pasar Raya Padang di atas, maka peneliti menyarankan agar; Pemerintah Kota Padang mengevaluasi pelaksanaan program penataan PKL di kawasan Pasar Raya Padang, karena dilihat dari tujuan strategi komunikasi (Liliweri, 2011:248) belum tercapainya *Supporting Decision Making* (mendukung pembuatan keputusan), yaitu; PKL di tiga lokasi (Jalan Pasar Raya, Bundaran Air Mancur, Jalan Pasar Baru) masih melakukan pelanggaran terhadap Keputusan Walikota Padang Nomor 190 Tahun 2014 tentang Lokasi dan Jadwal Usaha Pedagang Kaki Lima (PKL). Sedangkan tujuan strategi komunikasi yang lainnya (*Announcing, Motivating, Educating, Informing*), telah dilaksanakan Dinas Pasar dan PKL mengetahui dan menyadari adanya program penataan PKL tersebut.

Disamping itu, implementasi program penataan PKL di kawasan Pasar Raya terutama di Jalan Pasar Raya, Bundaran Air Mancur, dan Jalan Pasar Baru memerlukan konsistensi dari aparaturnya Bidang K3 Dinas Pasar dalam melakukan pengawasan kepada PKL, karena PKL masih belum memiliki kesadaran dalam mematuhi aturan yang telah mereka (PKL) ketahui sebelumnya. Dan juga, aparaturnya Bidang K3 Dinas Pasar perlu untuk menegakkan aturan secara terus menerus, dengan memberikan sanksi (hukuman) bagi PKL yang masih melanggar aturan, dengan harapan adanya efek jera bagi PKL dengan diberikannya sanksi tersebut.