

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian mengenai strategi komunikasi pemerintah Kota Padang dalam penataan Pasar Raya Padang ini dilakukan untuk melihat bagaimana pemerintah kota Padang dalam menjalankan programnya khususnya penataan Pasar Raya Padang yang membutuhkan kesepakatan dengan pedagang dan pihak-pihak terkait. Penelitian ini dianggap menarik karena masih sedikitnya penelitian mengenai strategi komunikasi yang mana strategi komunikasi dibutuhkan pemerintah untuk mencapai kesepakatan dengan pedagang agar terjadi penataan.

Sebelum turun ke lapangan pemerintah membutuhkan strategi untuk berkomunikasi dengan pedagang dan mereka yang ada di pasar seperti preman, tukang parkir. Strategi komunikasi dalam sebuah penataan, dimana sangat dibutuhkan untuk merealisasikan maksud dari suatu penataan tersebut. Penataan dalam pembangunan pada prinsipnya merupakan usaha pertumbuhan dan perubahan yang di lakukan secara sadar oleh suatu bangsa, negara dan pemerintah untuk menuju modernisasi dalam rangka mensejahterakan rakyat baik secara lahir maupun batin. Dalam penataan terjadi suatu proses perubahan yang berlangsung secara terus menerus dan berkelanjutan.

Disinilah peran pemerintah harus lebih jeli menggerakkan masyarakat agar berpartisipasi dalam pembangunan, penataan serta mampu

mengembangkan potensi yang dimiliki negara itu, untuk mencapai tujuan dan cita-cita bangsa, karena pada dasarnya pembangunan diselenggarakan oleh rakyat bersama pemerintah. Peranan masyarakat dalam pembangunan harus ditumbuhkan, dengan mendorong kesadaran, pemahaman dan penghayatan, bahwa hak, kewajiban dan tanggung jawab seluruh masyarakat, maka hasil-hasil dari pembangunan dapat dinikmati oleh seluruh rakyat.

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, pasar dalam pengertian teori ekonomi adalah suatu situasi seorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kuantitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual, mendapatkan manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapatkan barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapatkan imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

Sejarah Kota Padang tidak terlepas dari peranannya sebagai kawasan rantau Minangkabau, yang berawal dari perkampungan nelayan di Muara Batang Arau lalu berkembang menjadi Bandar pelabuhan yang ramai setelah

masuknya Belanda dengan bendera VOC. Hari jadi kota Padang ditetapkan pada tanggal 7 Agustus 1969 yang merupakan hari pergolakan masyarakat Pauh dan Koto Tangah melawan monopoli VOC.

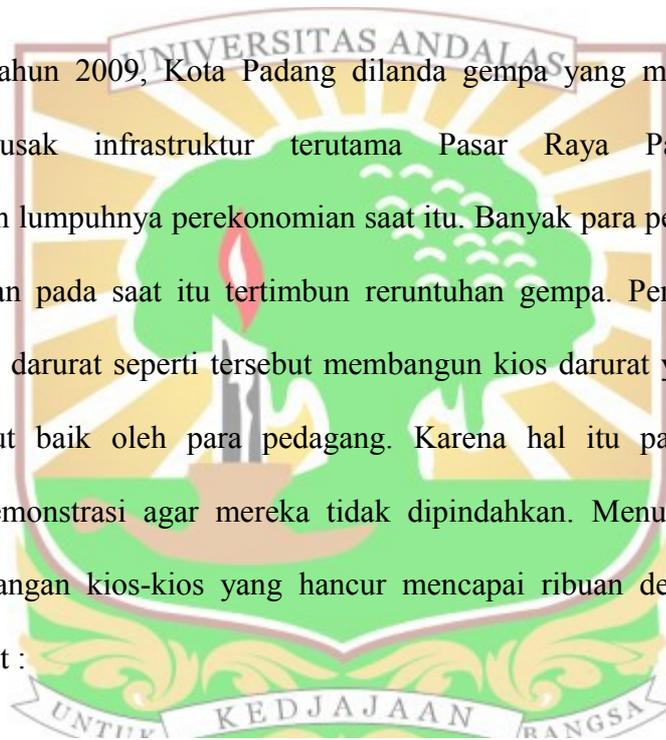
Dalam perkembangan selanjutnya, penggunaan tata ruang umum Kota Padang terkhususnya dalam penelitian ini adalah Pasar Raya Kota Padang. Pasar Raya Kota Padang terletak di Kampung Jao, Kecamatan Padang Barat yang didirikan Kapten China Lie Saay. Dalam perkembangannya, Pasar Raya Padang pernah menjadi sentra perdagangan bagi masyarakat di [Sumatera Barat](#), [Riau](#), [Jambi](#) dan [Bengkulu](#) pada era [1980-an](#) (Mukarama.2011 : 10).

Pada zaman kolonial Belanda. Pasar Raya terdiri dari petak-petak kios yang terbuat dari bata. Bagian timur terdiri dari tempat menjual makanan. Pada bagian luar pasar raya menghadap ke jalan sejumlah ruko dan los-los. Bagian dalam terdiri atas petak-petak los penjual berukuran 4.5 m yang dipisahkan sekat-sekat terbuat dari bata (Columbijn. 1994 : 284).

Pada periode pemerintahan Walikota Hasan Basri Durin tahun 1973-1983, ia menggagas pentingnya program K3 yang lebih bersifat slogan ditimbang kebijakan yang benar-benar dibatasi. Pemerintah telah mencoba sejumlah strategi untuk menerapkan program K3 terkait penjaja berkeliaran di Pasar Raya dan menawarkan para penjaja tempat seperti pasar-pasar sekunder seperti : Pasar Alai dan Ulak Karang. Tapi peraturan tersebut gagal karena los-los yang disediakan tetap kosong dan retribusi tidak dibayarkan akhirnya peraturan tersebut dibatalkan tahun 1982. Tahun 1980-an pemerintah mulai memandang positif penjaja dimana sudah

muncul kesadaran bahawa para penjaja tidak layak digantikan, karena mereka beroperasi ditempat yang sibuk. Publikasi gabungan antara pusat riset kependudukan Universitas Andalas dan pemerintah kodya menghasilkan kebijakan baru yaitu “Pedagang sektor informal dianggap sebagai seorang pasien yang harus diobati dalam klinik dagang, dimana seorang pedagang mempelajari keterampilan baru yang diperlukan untuk menjadi pedagang resmi. (Columbijn 1994 : 287).

Pada tahun 2009, Kota Padang dilanda gempa yang mengakibatkan banyaknya rusak infrastruktur terutama Pasar Raya Padang yang mengakibatkan lumpuhnya perekonomian saat itu. Banyak para pedagang yang menjadi korban pada saat itu tertimbun reruntuhan gempa. Pemerintah pun dengan situasi darurat seperti tersebut membangun kios darurat yang ternyata tidak disambut baik oleh para pedagang. Karena hal itu para pedagang melakukan demonstrasi agar mereka tidak dipindahkan. Menurut data dari Dinas Perdagangan kios-kios yang hancur mencapai ribuan dengan rincian sebagai berikut :



**JUMLAH DATA KIOS DAN MEJA BATU PASAR IMPRES BLOK I S/D IV
DINAS PERDAGANGAN KOTA PADANG TAHUN 2018**

Blok	Lantai	Meja Batu	Toko	Kios	Counter	Jumlah Tempat	Pedagang yang Menempati Tempat			Jumlah Pedagang	
							Meja Batu	Toko	Kios		
Blok I	Lantai 1	-		215	-	215		215		215	
	Lantai 2	326			68	394	55		3	58	
	Lantai 3			130	217	347				0	
Blok II	Basement			172		172				172	
	Lantai 1	233		125		358	233		125	358	
	Lantai 2	436				436	11			11	
Blok III	Basement	275		25		300	275		25	300	
	Lantai 1	180		76		256	180		76	256	
	Lantai 2	313		14		327	313		14	327	
Blok IV	Lantai 1	117	7			124	107		7	114	
	Lantai 2	168				168	161			168	
	Lantai 3	130				130				0	
Jumlah		2.178	7	757	285	3.220	1.335	7	455	3	1.793

1.427

Catatan :
Setiap Pedagang ada yang mempunyai tempat 1, 2, 3, 4 Meja Batu dan 1, 2 Kios

Gambar 1.1 Rekapitulasi Jumlah Data Kios Pasar Impres Blok I,II,III dan IV
(Sumber : Dinas Perdagangan Kota Padang)



Gambar 1.2 Keadaan Pasar Raya Padang setelah gempa 2009

(Sumber : ANTARA Foto)

Menurut rekapitulasi kios yang ada pada gambar 1.2 serta keadaan Pasar Raya Padang setelah gempa 2009, dapat dilihat kalau pasar harus segera dibangun kembali, karena para warga Pasar Raya Padang membutuhkan tempat berdagang yang nyaman, kondusif dan tentunya aman. Tetapi mereka (para pedagang) merasa bahwa bangunan yang mereka tempati kini masih layak huni karena ditambah oleh pernyataan dari Gapeksindo yaitu : Adapun Pasar Inpres III, Inpres II lantai 1 dan pertokoan fase VII lantai 1 dinyatakan masih layak huni oleh Gapeksindo dan Institut Teknik Padang (Surat Gapeksindo Kota Padang Berdasarkan hasil analisis kerusakan Tim Teknis Gapeksindo Kota Padang sebagaimana surat Nomor: 50/Gapeksindo/2009 tertanggal 28 Oktober 2009 menyatakan bahwa Pasar Inpres III (lantai 1 dan 2) layak huni. Berdasarkan hasil analisis kerusakan Tim Teknis Gapeksindo Kota Padang sebagaimana surat Nomor : 55/Gapeksindo/2009 tertanggal 2 November 2009 Gedung Pasar Inpres II Pada Lantai 1 Layak Huni).

Adapun hal lain yang melatarbelakangi para pedagang tidak mau dipindahkan selain hal diatas diantaranya : Satu, kebijakan pembangunan kios penampungan sementara pada masa tanggap darurat yang dianggap merugikan

pedagang. Kedua, kebijakan pembangunan ulang pasar Inpres I, II, III dan IV yang dianggap oleh pedagang tidak sesuai dengan kebutuhan pedagang dan keluar dari konteks penanggulangan bencana. Ketiga, pembangunan Fase VII lantai II dan III yang mengharuskan pengosongan pada lantai I.

Setelah konflik yang terjadi pembangunan pun tetap dilakukan, tetapi pembagunan tidak berjalan sebagai mana mestinya, rencana pembangunan tidak sesuai target. Dan para pedagang masih belum mau pindah ke tempat yang disediakan tersebut.

Pembangunan Pasar Raya tetap dilanjutkan pada pemerintahan Mahyeldi, setelah sempat terbengkalai. Para pedagang mulai melunak dan mematuhi peraturan dari pemerintah. Seperti yang dikutip dari pernyataan Kepala Dinas Pasar Endrizal kepada Koran Singgalang, Rabu, 9/9/2015), :

“Penyelesaian rehabilitasi pembangunan Fase VII Pasar Raya Padang tahap II, terus berlanjut. Hingga kini, pengerjaannya sudah mencapai 98 persen. Ditargetkan rampung paling lambat Oktober mendatang. Bila tak ada aral melintang, ditargetkan bias selesai secara keseluruhan pada 2015 ini”.

Pembangunan Pasar Raya Padang berjalan cukup lancar dimana pembagunan Pasar Raya Blok I dan II telah diresmikan pada awal januari 2016 sedangkan blok IV pada akhir 2016. Para pedangang yang direlokasi pun sudah menempati tempat berdagang yang telah disediakan. Pada saat ini pembangunan blok III yang mesti dirampungkan pada tahun 2017, agar para pedagang yang direlokasi dapat menempati tempat berdagang yang lebih nyaman, namun saat ini pembagunan blok III masih belum selesai.

Kepala Dinas Perdagangan Kota Padang Endrizal menyampaikan pihaknya terus berupaya seoptimal mungkin dalam penyelesaian

pembenahan dan pembangunan Pasar Raya, apalagi dengan telah ditargetkan peluncuran pasar tersebut pada April 2017. Ia menyampaikan saat peluncuran dua bulan ke depan itu ditargetkan semua sarana prasarana telah selesai, termasuk areal parkir dan fasilitas lain yang disediakan pada setiap blok. "Jika telah selesai semua, nanti bisa menampung sekitar 1.700 pedagang," ujarnya. Untuk pengerjaan drainase, trotoar, dan jembatan penghubung antar blok, hal itu akan segera dikerjakan oleh Dinas Pekerjaan Umum (sumbar.antarane.com/Sabtu, 18/2/2017).

Sesuai dengan visi dan misi pemerintah kota Padang tahun 2014-2019 yakni "Mewujudkan Kota Padang sebagai Kota Pendidikan, Perdagangan dan Pariwisata Yang Sejahtera, Religius dan Berbudaya", dalam hal ini peneliti garis bawahi dalam hal perdagangan. Dalam suatu kegiatan perdagangan tentu dibutuhkan sebuah tempat yang disebut pasar. Untuk merealisasikan suatu kegiatan perdagangan yang nyaman serta berjalan efisien dibutuhkan tempat yang nyaman serta strategis, maka dari itu pemerintah merekonstruksi Pasar Raya Kota Padang menjadi lebih layak digunakan sebagai tempat terjadinya aktivitas perekonomian masyarakat Kota Padang yang sebagian besar adalah pedagang. **Oleh karena itu peneliti tertarik meneliti strategi komunikasi dalam hal ini pendekatan pemerintah Kota Padang dalam penataan Pasar Raya Padang.**

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemerintah Kota Padang dalam penataan Pasar Raya Padang?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi pemerintah Kota Padang dalam pembangunan dan penataan Pasar Raya Padang Pasca Gempa.

1.3 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca tentang kajian Ilmu Komunikasi di bidang tentang strategi komunikasi, sekaligus memperkaya topik kajian Ilmu Komunikasi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan konsep dan penelitian mengenai strategi komunikasi pemerintah dalam penataan pasar.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan yang bermanfaat untuk mempertahankan dan meningkatkan keberhasilan serta menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah Kota Padang dalam melaksanakan program kerjanya yang menggunakan strategi komunikasi.