

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kawasan Pasar Raya Padang merupakan pusat perdagangan krusial sekaligus ruang sosial budaya yang menghubungkan berbagai lapisan masyarakat. Dalam perspektif komunikasi, keberadaan Pedagang Kaki Lima (PKL) di ruang publik ini tidak hanya mencerminkan interaksi ekonomi, tetapi juga jaringan komunikasi sosial informal yang mempengaruhi dinamika kota. PKL sebagai aktor sosial memiliki pola komunikasi dan negosiasi unik dengan pemerintah serta masyarakat, sering menimbulkan ketegangan akibat benturan antara transaksi ruang publik dan kebutuhan ekonomi mereka.

Aksesibilitas publik sangat penting, karena kepentingan semua pihak yang terlibat, baik pedagang kaki lima maupun masyarakat umum, dalam menggunakan fasilitas di kota perlu diatur secara adil dan merata. Isu relokasi pedagang kaki lima membutuhkan pendekatan komunikasi yang mempertimbangkan aksesibilitas, keadilan sosial, dan keberlanjutan ekonomi. Mengingat gempa bumi tahun 2009 yang memengaruhi infrastruktur pasar, isu komunikasi menjadi semakin rumit bagi pemerintah terkait untuk ditangani.

Pasca gempa bumi 2009 yang merusak infrastruktur Pasar Raya, berbagai pemimpin Kota Padang mulai Walikota Fauzi Bahar (2004-2014) hingga Mahyeldi Ansharullah (sejak 2014) meluncurkan program relokasi PKL. Namun upaya ini minim hasil karena resistensi PKL yang mendominasi wilayah terlarang, menghambat revitalisasi wilayah. Resistensi ini menghapus kerugian ekonomi

pasca bencana, sehingga pendekatan komunikasi pemerintah perlu dievaluasi membangun *ethos* melalui komitmen jangka panjang, *logos* via data pendapatan pra dan pasca relokasi, serta *pathos* lewat cerita sukses pedagang lain (Prof. Asrinaldi A, 2023).

Pada tahun 2024-2025, isu ini semakin mendesak seiring dengan kebijakan relokasi terbaru, di mana konflik muncul karena PKL merasa dirugikan secara ekonomi dan sulit meninggalkan lokasi tradisional. Pemko Padang mengaktifkan Pasar Raya Fase VII (kapasitas 954 pedagang, basemen khusus PKL) dengan relokasi dimulai akhir November 2024, menyerahkan 130 kunci kios per November, dan pengawasan Satpol PP-Dinas Perdagangan hingga Desember 2024. Meski progres terlihat (kawasan lebih menakutkan, bebas PKL di badan jalan), resistensi muncul seperti pembekuan PKL Permindo pada 2025 yang menolak Fase VII, serta peninjauan Wali Kota Fadly Amran Juli 2025, menandakan tantangan komunikasi persuasif. (Sumbardaily, 2024).

Hal ini karena para pedagang telah dirugikan secara ekonomi sehingga menimbulkan konflik, yang membutuhkan penilaian strategi komunikasi untuk mencapai pemahaman bersama. Meski berbagai program dan kebijakan sudah dilaksanakan, pelanggaran dan resistensi terhadap relokasi masih sering muncul, karena PKL merasa dirugikan dari segi ekonomi dan sulit meninggalkan lokasi dagang tradisional mereka. Kondisi ini memicu konflik dan menghambat kelancaran proses relokasi. Oleh karenanya, pendekatan komunikasi pemerintah perlu dievaluasi guna memastikan pendekatan yang digunakan efektif mencapai kesepakatan bersama dan pelaksanaan kebijakan berjalan lancar.

Menurut Lasswell, dalam komunikasi politik, “proses komunikasi ditentukan oleh bentuk dan metode komunikasi pesan, dengan penyaringan satu arah yang dilakukan oleh pengendali pesan” (Dr. H. Zaenal Mukarom, 2016). Rosady Ruslan menyatakan lebih lanjut pada tahun 2002 bahwa agar komunikasi dapat dikelola secara efektif, pertama-tama harus memahami lingkungan dan pesan yang disampaikan. Selain itu, Jalaluddin Rakhmat lebih lanjut menyoroti komunikasi efektif yang mencakup mendengarkan dengan empati untuk memungkinkan pemahaman dan perubahan sikap terjadi (Hasmawati, 2020).

Dalam konteks manajemen komunikasi pendekatan, Rosady Ruslan (2002) menegaskan bahwa perencanaan komunikasi harus dimulai dari pemahaman konteks, audiens, dan pesan secara menyeluruh agar tujuan komunikasi tercapai dengan efektif. Pendekatan komunikasi tidak hanya soal menyampaikan informasi, melainkan juga bagaimana membangun dialog, menanggapi kebutuhan, serta menciptakan proses adaptasi audiens secara berkelanjutan.

Pendekatan komunikasi pemerintah Kota Padang dalam penyelesaian atau relokasi pedagang kaki lima di kawasan Pasar Raya harus memperhatikan prinsip komunikasi efektif untuk mengubah perilaku masyarakat. Tokoh komunikasi seperti Jalaluddin Rakhmat menyatakan bahwa komunikasi efektif tidak hanya mampu menyampaikan pesan secara baik, tetapi juga mendengarkan dan menghargai perspektif orang lain sehingga menciptakan kesepahaman dan perubahan sikap yang positif.

Pada konteks ini, komunikasi pemerintah harus melibatkan dialog dua arah yang empatik agar pedagang merasa dihargai dan bersedia berpartisipasi dalam

proses relokasi. (Hasmawati, 2020). Pendekatan ini selaras dengan teori Aristoteles ( *ethos* , *logos* , *pathos* ) dan Model kemungkinan Elaborasi (Petty & Cacioppo), yang menjelaskan bagaimana pesan mengubah perilaku melalui keterlibatan audiens.

Relevansi dan penerapan pendekatan ini diperkuat oleh temuan dan karya penelitian sebelumnya. (Pranoto, 2020.) menekankan pendekatan *multitrack* dan keterlibatan masyarakat agar program berhasil. (Rery et al., 2024) menyatakan bahwa partisipasi dalam relokasi terhambat ketika terdapat pendekatan monologis. (Sasoko & Boangmanalu, 2024). Mengidentifikasi bahwa untuk relokasi yang sukses dan manajemen konflik yang tepat dalam masalah sosial ekonomi, diperlukan dialog dan partisipasi untuk membangun program relokasi dan manajemen konflik yang sukses antara pemerintah dan para pedagang di Pasar Raya Padang.

Penelitian ini sejalan dengan konteks relokasi PKL di Kawasan Pasar Raya Padang, di mana kompleksitas komunikasi menjadi tantangan utama dalam upaya penataan dan penyelesaian yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji pendekatan komunikasi Pemerintah Kota Padang dalam relokasi PKL 2024-2025, guna menyarankan pendekatan dialog dua arah yang inklusif, transparan, dan persuasif untuk mencapai kesepakatan berkelanjutan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: “Bagaimana pendekatan komunikasi pemerintah Kota Padang dalam

menyampaikan informasi terkait rencana penyelesaian relokasi Pedagang Kaki Lima di kawasan Pasar Raya Kota Padang Pada tahun 2024-2025?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah: “Untuk menganalisis pendekatan komunikasi Pemerintah Kota Padang dalam proses penyelesaian relokasi pedagang kaki lima di kawasan Pasar Raya Kota Padang pada tahun 2024-2025.”

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang akan di lakukan, kiranya penelitian dapat berguna untuk:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam pendekatan komunikasi publik dan komunikasi pemerintahan. Hasil penelitian dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana pendekatan komunikasi efektif diterapkan dalam konteks penyelesaian masalah sosial seperti relokasi Pedagang Kaki Lima.

#### **2. Manfaat Praktis**

Bagi Pemerintah Kota Padang: Hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi dan rekomendasi agar pendekatan komunikasi yang digunakan dalam proses relokasi PKL lebih efektif dan meningkatkan keberhasilan pelaksanaan program tersebut.

Bagi Peneliti Selanjutnya: Studi ini dapat menjadi referensi dan dasar penelitian lebih lanjut dalam bidang komunikasi pemerintahan dan manajemen konflik sosial.