KOMUNIKASI PERSUASIF KEPADA PEDAGANG KAKI LIMA DALAM MEWUJUDKAN KETERITBAN UMUM DI PASAR MARDIKA KOTA AMBON

Marksimillian Febriano Anakotta
NPP. 33.1035
Program Studi Praktik Perpolisian Tata Pamong
Email: marksimillianfa@gmail.com

Pembimbing Skripsi: Kukuh Fadli Prasetyo S.E., S.H., M.H.
Email: prasetyo.kf@gmail.com

ABSTRACT

Problem Statement : *The growth of street vendors (Pedagang Kaki Lima/PKL) is ideally expected to be manageable through orderly public space arrangement without generating conflict between informal economic interests and public order. However, at Mardika Market in Ambon City, the uncontrolled surge in the number of vendors has instead given rise to complex public order problems, while the repressive enforcement approach that has long been applied has failed to resolve the issue and has instead triggered sustained resistance from vendors. This gap between the ideal condition of orderly arrangement and the field reality, which remains marked by conflict, calls for an alternative communication strategy that is more persuasive and dialogical.* ***Purpose:*** *This study aims to describe the persuasive communication strategy employed by the Civil Service Police Unit (Satuan Polisi Pamong Praja/Satpol PP) of Ambon City.* ***Method:*** *This research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation studies involving informants selected through purposive and snowball sampling. Data analysis was conducted using the Miles, Huberman, and Saldana model, grounded in Carl Hovland's theory of persuasive communication.* ***Result:*** *The study identifies four main findings. First, a paradigm shift occurred in Satpol PP's communication, moving from a coercive approach to a dialogical-humanistic one in day-to-day enforcement practices. Second, institutional credibility was built through three key elements: officers' mastery of regulations, consistency in rule enforcement, and courteous interpersonal behavior when interacting with vendors. Third, enforcement messages were structured into five contextual, solution-oriented communicative stages, ranging from initial approach to negotiation of alternative solutions. Fourth, these five stages successfully shifted vendors' perceptions from resistant to cooperative, although this shift was more a matter of situational acceptance than a deep attitudinal change.* ***Conclusion:*** *The compliance formed among vendors remains extrinsic in nature and dependent on the intensity of Satpol PP's external supervision. This study concludes that sustainable order requires the integration of consistent persuasive communication, the provision of adequate alternative locations, and continuous multi-stakeholder collaboration.*

Keywords: *Persuasive Communication, Public Order, Satpol PP, Street Vendors.*

ABSTRAK

Permasalahan: Pertumbuhan Pedagang Kaki Lima (PKL) secara ideal diharapkan dapat dikelola melalui penataan ruang publik yang tertib tanpa menimbulkan konflik antara kepentingan ekonomi informal dan ketertiban umum. Namun, di Pasar Mardika Kota Ambon, lonjakan jumlah pedagang yang tidak terkendali justru menimbulkan permasalahan ketertiban umum yang kompleks, sementara pendekatan penertiban represif yang selama ini diterapkan tidak kunjung menyelesaikan persoalan dan justru memicu resistensi berkelanjutan dari pedagang. Kesenjangan antara kondisi ideal penataan yang tertib dan kenyataan di lapangan yang masih diwarnai konflik ini menuntut adanya strategi komunikasi alternatif yang lebih persuasif dan dialogis. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Ambon dalam menangani permasalahan PKL di Pasar Mardika. **Metode:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi terhadap informan yang dipilih secara purposive dan snowball sampling. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana, dengan berlandaskan pada teori komunikasi persuasif Carl Hovland. **Hasil/Temuan:** Penelitian ini menemukan empat hal pokok. Pertama, terjadi transformasi paradigma komunikasi Satpol PP dari pendekatan koersif menuju dialogis-humanis dalam praktik penertiban sehari-hari. Kedua, kredibilitas institusi dibangun melalui tiga unsur utama, yakni penguasaan regulasi oleh petugas, konsistensi penegakan aturan, dan perilaku interpersonal yang santun saat berinteraksi dengan pedagang. Ketiga, pesan penertiban distrukturkan dalam lima tahap komunikatif yang kontekstual dan berorientasi solusi, mulai dari pendekatan awal hingga negosiasi solusi alternatif. Keempat, kelima tahapan tersebut berhasil menggeser persepsi pedagang dari resistif menuju kooperatif, meskipun pergeseran ini lebih bersifat penerimaan situasional ketimbang perubahan sikap yang mendalam. **Kesimpulan:** Kepatuhan pedagang yang terbentuk masih bersifat ekstrinsik dan bergantung pada intensitas pengawasan eksternal Satpol PP. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ketertiban yang berkelanjutan mensyaratkan integrasi antara komunikasi persuasif yang konsisten, penyediaan lokasi alternatif yang layak, serta kolaborasi multipihak yang berkesinambungan.

Kata kunci: Ketertiban Umum, Komunikasi Persuasif, Pedagang Kaki Lima, Satpol PP.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Urbanisasi yang berlangsung secara masif di berbagai kawasan perkotaan telah memunculkan ragam permasalahan kompleks dalam pengaturan dan pemanfaatan ruang publik. Salah satu fenomena yang mengemuka adalah pertumbuhan Pedagang Kaki Lima (PKL) yang tidak terkendali sebagai respons terhadap tingginya tingkat pengangguran dan terbatasnya kesempatan kerja di sektor formal. Fenomena ini bukan merupakan isu lokal semata, melainkan telah menjadi persoalan global yang dihadapi oleh negara-negara berkembang, di mana sektor informal berperan sebagai penyangga ekonomi bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Keberadaan PKL mencerminkan dinamika sosial ekonomi yang bersifat paradoksal, yakni kontribusi mereka terhadap perekonomian lokal berhadapan langsung dengan persoalan penataan ruang, kemacetan lalu lintas, serta degradasi estetika kota yang berimplikasi pada penurunan kualitas kenyamanan publik.

Di Indonesia, sektor informal khususnya PKL telah terintegrasi sebagai bagian inheren dari struktur perekonomian perkotaan. Aktivitas perdagangan tidak sekadar menjadi sumber penghidupan bagi ribuan kepala keluarga, namun juga membentuk ekosistem ekonomi yang melibatkan berbagai aktor mulai dari pemasok, distributor, hingga konsumen akhir. Pertumbuhan PKL yang berlangsung tanpa perencanaan dan pengawasan memadai seringkali memicu konflik kepentingan antara hak pedagang untuk memperoleh penghidupan dengan hak masyarakat umum untuk menikmati ruang publik yang tertata dan nyaman. Kota Ambon sebagai pusat pemerintahan dan perekonomian Provinsi Maluku memiliki kompleksitas sosial yang cukup tinggi. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan tahun 2024, jumlah pedagang berdasarkan Surat Izin Usaha Perdagangan meningkat drastis dari 4.280 pedagang pada tahun 2021 menjadi 16.503 pedagang pada tahun 2024. Salah satu titik terpadat aktivitas ekonomi berada di Pasar Mardika yang merupakan pusat perdagangan utama Kota Ambon. Kapasitas resmi Pasar Mardika dirancang untuk menampung sekitar 1.700 pedagang tetap, namun kondisi aktual mencatat lebih dari 4.000 pedagang beroperasi setiap harinya, yang menimbulkan berbagai persoalan ketertiban umum seperti penyempitan jalan, gangguan lalu lintas, dan penumpukan sampah.

Upaya penertiban yang selama ini dilakukan melalui pendekatan represif, termasuk pembongkaran besar-besaran pada April 2025 yang melibatkan gabungan personel Satpol PP, TNI, dan Polri, terbukti tidak efektif secara jangka panjang karena pedagang kembali berjualan di lokasi yang sama setelah operasi. Resistensi pedagang muncul karena lokasi strategis memberikan aksesibilitas lebih tinggi, biaya retribusi kios dianggap terlalu tinggi, adanya ketidakpercayaan terhadap komitmen pemerintah dalam menyediakan lokasi alternatif, serta minimnya sosialisasi dan dialog intensif antara pemerintah dan komunitas pedagang. Kondisi ini menempatkan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Ambon pada posisi strategis sekaligus dilematis: mengemban mandat penegakan ketertiban umum di tengah kompleksitas sosial ekonomi yang tidak dapat diselesaikan semata melalui pendekatan koersif. Oleh karena itu, komunikasi persuasif menjadi instrumen penting dalam mengelola interaksi antara petugas Satpol PP dan PKL, dengan tujuan mengubah sikap dan perilaku pedagang agar mematuhi aturan tanpa paksaan sekaligus membangun ketertiban yang bersifat mandiri dan partisipatif.

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (Research Gap)

Penelitian mengenai komunikasi persuasif dalam konteks penertiban pedagang telah banyak dilakukan di berbagai daerah. Wibisono (2024) meneliti komunikasi persuasif Satpol PP dalam penertiban bangunan liar di Kabupaten Tangerang dan menemukan bahwa pendekatan personal, informasi hukum yang jelas, dan pemberian solusi alternatif menjadi strategi utama, meski terkendala kurangnya pemahaman masyarakat dan koordinasi antarinstansi. Cahya (2022) membuktikan bahwa pendekatan dialogis dan humanis Satpol PP di Kota Semarang berhasil menertibkan PKL tanpa menimbulkan konflik sosial yang berarti.Dalam konteks lokal Ambon, penelitian Siahaya (2024) berfokus pada penertiban kawasan perdagangan oleh Satpol PP di Pasar Mardika dan menyoroti aspek edukatif serta kebutuhan relokasi.

Namun, penelitian tersebut belum secara mendalam menganalisis dinamika komunikasi persuasif interpersonal yang terjadi antara petugas dan pedagang tetap dalam kerangka teoritis yang komprehensif.Kesenjangan utama (research gap) yang teridentifikasi adalah terbatasnya kajian empiris yang secara khusus menganalisis strategi komunikasi persuasif dalam praktik pemerintahan daerah dengan menggunakan kerangka teori Hovland secara operasional dan terukur, terutama dalam konteks masyarakat dengan karakteristik sosial-budaya yang khas seperti Kota Ambon yang memiliki nilai

kekerabatan, budaya pela gandong, dan solidaritas lokal yang tinggi. Penelitian terdahulu juga belum mengkaji secara mendalam efek jangka panjang dari program komunikasi persuasif terhadap internalisasi nilai ketertiban di kalangan pedagang pasar tradisional. Penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut.

1.3. Urgensi Penelitian

Urgensi penelitian ini bertumpu pada tiga dimensi yang saling berkaitan. Pertama, dari dimensi praktis, Pasar Mardika menghadapi kondisi overkapasitas pedagang yang melebihi dua kali lipat kapasitas resminya, dengan dampak nyata berupa kemacetan, degradasi lingkungan, dan konflik ruang publik yang belum terselesaikan secara berkelanjutan. Penertiban berulang tanpa perubahan perilaku permanen menimbulkan inefisiensi sumber daya pemerintah dan kejenuhan sosial di kalangan pedagang.Kedua, dari dimensi kebijakan, pendekatan represif yang selama ini dominan telah menunjukkan keterbatasannya. Diperlukan alternatif strategi yang lebih humanis, partisipatif, dan berkelanjutan. Kajian mendalam mengenai komunikasi persuasif Satpol PP dapat menjadi dasar empiris bagi perumusan kebijakan penertiban pasar yang lebih efektif di Kota Ambon maupun daerahdaerah lain dengan karakteristik serupa. Ketiga, dari dimensi akademis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi persuasif dalam konteks pemerintahan daerah, khususnya dengan mengintegrasikan dimensi sosial-budaya lokal Maluku ke dalam analisis efektivitas persuasi. Temuan penelitian ini diharapkan memperkaya diskursus ilmiah mengenai komunikasi pemerintahmasyarakat dalam situasi sosial yang kompleks dan sensitif.

1.4. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan menjadi landasan dalam memahami konteks dan metodologi penelitian ini, sekaligus menjadi titik pijak untuk menunjukkan posisi dan perbedaan penelitian ini secara teoretis, metodologis, maupun pada karakteristik objek yang dikaji.

Wibisono (2024) dalam penelitiannya tentang komunikasi persuasif Satpol PP dalam penertiban bangunan liar di Kabupaten Tangerang menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menemukan bahwa efektivitas persuasi terkendala oleh kurangnya pemahaman masyarakat dan koordinasi antarinstansi, namun pendekatan personal dan solusi alternatif terbukti mengurangi resistensi. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek dan kerangka teoretis. Wibisono mengkaji penertiban bangunan liar tanpa menggunakan kerangka teori persuasi yang terstruktur secara indikator, sementara penelitian ini secara khusus mengoperasionalkan Teori Komunikasi Persuasif Hovland pada objek pedagang kaki lima di pasar tradisional dengan karakteristik sosial ekonomi yang berbeda dari penertiban bangunan.

Siahaya (2024) meneliti penertiban kawasan perdagangan di Pasar Mardika Kota Ambon dan mengidentifikasi bahwa rendahnya kesadaran hukum pedagang dan keterbatasan fasilitas relokasi menjadi hambatan utama, dengan penekanan pada pendekatan edukatif yang sensitif terhadap budaya Ambon. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada fokus dan kedalaman analisis. Siahaya menyoroti aspek hambatan relokasi dan edukasi secara umum, sedangkan penelitian ini menelusuri lebih dalam dinamika komunikasi persuasif interpersonal antara petugas dan pedagang menggunakan kerangka teori Hovland secara operasional, termasuk tahapan kredibilitas komunikator dan struktur pesan yang belum disentuh oleh Siahaya.

Cahya (2022) di Kota Semarang membuktikan bahwa strategi komunikasi personal, dialogis, dan humanis Satpol PP mampu menertibkan PKL tanpa eskalasi konflik sosial. Perbedaan dengan penelitian

ini terletak pada konteks sosial-budaya objek penelitian. Cahya meneliti pada masyarakat perkotaan Jawa dengan karakteristik sosial-budaya yang berbeda, sementara penelitian ini berlangsung dalam konteks masyarakat Ambon yang memiliki nilai kekerabatan dan budaya pela gandong, yang turut memengaruhi pola dan efektivitas komunikasi persuasif aparatur pemerintah.

Dari perspektif teoritis, Ruaidah, Sumadi, dan Wahyudi (2024) menemukan bahwa struktur pesan dan kredibilitas komunikator secara signifikan memengaruhi keberhasilan persuasi terhadap audiens. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada ranah aplikasi teori. penelitian Ruaidah dkk. bersifat kajian teoretis-umum tanpa konteks institusi pemerintahan tertentu, sedangkan penelitian ini menerapkan temuan teoretis tersebut secara spesifik pada praktik penertiban Satpol PP di lapangan, sehingga menghasilkan model operasional yang lebih kontekstual.

Khadijah, Pinoa, dan Tetelepta (2023) meneliti strategi pedagang konvensional di Pasar Batu Merah Ambon dan menemukan bahwa pedagang menggunakan komunikasi persuasif untuk mempertahankan pelanggan. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada arah dan aktor komunikasi. penelitian Khadijah dkk. memposisikan pedagang sebagai komunikator persuasif kepada konsumen, sedangkan penelitian ini memposisikan Satpol PP sebagai komunikator persuasif kepada pedagang dalam konteks penegakan ketertiban, sehingga relasi kuasa dan tujuan komunikasi yang dikaji berbeda secara mendasar.

Secara keseluruhan, penelitian-penelitian terdahulu ini mempertegas relevansi komunikasi persuasif dalam konteks perdagangan dan penegakan ketertiban, namun belum ada satu pun yang mengintegrasikan kerangka teori Hovland secara operasional dengan karakteristik sosial-budaya lokal Maluku pada objek pedagang tetap di pasar tradisional berskala besar seperti Pasar Mardika.

1.5. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penelitian ini mengandung kebaruan ilmiah pada tiga aspek. Pertama, penelitian ini merupakan kajian pertama yang secara komprehensif mengoperasionalisasikan Teori Komunikasi Persuasif Carl Hovland (1953) dengan sembilan indikator terukur dalam konteks penegakan ketertiban pasar tradisional oleh Satpol PP di Indonesia Timur, khususnya Kota Ambon. Kedua, penelitian ini mengintegrasikan dimensi sosial-budaya lokal Maluku, termasuk nilai pela gandong, solidaritas komunal, dan penggunaan Bahasa Melayu Ambon sebagai variabel kontekstual yang memengaruhi efektivitas komunikasi persuasif aparatur pemerintah daerah. Integrasi ini menghasilkan pemahaman yang lebih nuansif tentang dinamika komunikasi pemerintah-masyarakat dalam konteks multikultural. Ketiga, penelitian ini mengidentifikasi dan mendokumentasikan pola lima tahap komunikasi persuasif yang dikembangkan Satpol PP Kota Ambon, yaitu penjelasan aturan, rasionalisasi urgensi, informasi lokasi alternatif, penjelasan konsekuensi, dan penawaran solusi, sebagai model operasional yang berpotensi diadaptasi oleh institusi penegak ketertiban di daerah lain dengan karakteristik demografis serupa.

1.6. Tujuan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Ambon kepada pedagang kaki lima di kawasan Pasar Mardika dalam rangka mewujudkan ketertiban umum.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang dipandang tepat untuk memahami dan menggambarkan fenomena komunikasi persuasif secara komprehensif dalam konteks alaminya. Pemilihan pendekatan ini didasari kebutuhan untuk mengeksplorasi makna, proses, dan konteks yang melatarbelakangi fenomena, bukan sekadar mengukur variabel secara statistik. Implementasi penelitian dilakukan melalui penelitian lapangan (field research) di Pasar Mardika Kota Ambon dan Kantor Satpol PP Kota Ambon.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama: wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Informan dipilih melalui kombinasi purposive sampling dan snowball sampling, meliputi Kepala Satpol PP Kota Ambon (I1), Kepala Bidang Trantibum (I2), pedagang (I3), dan konsumen (I4). Analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana (2014) yang mencakup tahapan pengumpulan data, reduksi data melalui open coding dan axial coding berdasarkan tiga dimensi teori Hovland, penyajian data dalam bentuk matriks dan kutipan representatif, serta penarikan kesimpulan yang diverifikasi melalui triangulasi sumber, audit trail, dan diskusi teman sejawat. Kerangka teoretis yang digunakan adalah Teori Komunikasi Persuasif Carl Hovland (1953) dengan tiga dimensi utama: sumber pesan dan kredibilitas, pesan dan penyampaiannya, serta audiens dan efek jangka panjang.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kredibilitas Satpol PP Kota Ambon sebagai Sumber Pesan Persuasif

Kredibilitas Satpol PP Kota Ambon sebagai komunikator dalam proses penertiban dibangun melalui tiga indikator utama yang saling melengkapi, yaitu keahlian, kepercayaan, dan kualitas interpersonal petugas. Ketiga indikator ini tidak berdiri secara terpisah, melainkan saling memengaruhi dalam membentuk persepsi pedagang terhadap legitimasi dan kesungguhan institusi dalam menjalankan fungsi penertiban. Dalam praktiknya, ketiga aspek tersebut bekerja secara simultan setiap kali petugas berinteraksi dengan pedagang, sehingga kekurangan pada salah satu indikator dapat melemahkan kesan kredibel yang telah terbangun dari dua indikator lainnya. Pemahaman terhadap ketiga aspek ini menjadi penting karena kredibilitas komunikator pada dasarnya merupakan modal awal yang menentukan apakah pesan persuasif yang disampaikan akan diterima secara terbuka atau justru ditolak oleh pihak yang menjadi sasaran komunikasi, terutama dalam konteks pedagang yang sebelumnya telah terbiasa dengan pendekatan represif.

Pada aspek keahlian, petugas Satpol PP menunjukkan penguasaan yang baik terhadap regulasi penertiban, khususnya Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2017 dan Peraturan Wali Kota Nomor 31 Tahun 2023, serta mampu menerjemahkan substansi kedua regulasi tersebut ke dalam Bahasa Melayu Ambon yang akrab dan mudah dipahami oleh pedagang. Kemampuan ini memperkuat kesan bahwa petugas tidak sekadar menjalankan perintah, tetapi memahami secara utuh dasar hukum dari setiap tindakan penertiban yang dilakukan. Namun, penguasaan individual ini belum diiringi oleh standarisasi kelembagaan, sehingga masih ditemukan inkonsistensi informasi antarpersonel terkait batas waktu, lokasi relokasi, maupun sanksi, yang bersumber dari belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) komunikasi yang baku sebagai acuan bersama di lapangan.

Tabel 1.
Penerapan peraturan daerah dan peraturan walikota terkait pelaksanaan penertiban

Regulasi	Tahun	Substansi	Implementasi
Perda No 2	2017	Ketertiban umum, termasuk penataan pedagang dan penggunaan ruang publik	Rujukan utama petugas saat melakukan penertiban; disampaikan secara lisan kepada pedagang
Perwali No 31	2023	Aturan teknis pelaksanaan penertiban di tingkat kota	Dipakai sebagai pedoman operasional, namun penerjemahannya ke bahasa lapangan (Melayu Ambon) belum seragam antarpersonel

Sumber: Hasil pengolahan data riset 2026

Pada aspek kepercayaan, integritas institusi terbentuk melalui pelaksanaan tugas yang bebas dari pungutan liar, bersifat nondiskriminatif terhadap seluruh pedagang tanpa memandang status atau kedekatan personal, serta konsisten dalam penerapan aturan dari waktu ke waktu. Ketiga unsur ini menjadi fondasi penting bagi terbentuknya rasa percaya pedagang bahwa penertiban dilakukan secara adil dan bukan untuk kepentingan pihak tertentu. Akan tetapi, temuan penelitian juga mengungkap adanya pola penertiban yang menguat secara mencolok menjelang kunjungan pejabat, sebuah kecenderungan yang berisiko dipersepsikan oleh pedagang sebagai tindakan seremonial belaka. Apabila pola ini terus berulang, kepercayaan yang telah dibangun secara bertahap dapat tergerus karena pedagang akan menilai komitmen penertiban sebagai sesuatu yang bersifat situasional, bukan prinsip yang dipegang secara konsisten.

Tabel 2.
Intensitas Pelaksanaan Penertiban

Aspek	Penertiban Rutin	Penertiban Menjelang Kunjungan Pejabat
Frekuensi	Sesuai jadwal/rotasi normal	Meningkat tajam dalam waktu singkat
Intensitas	Konsisten, terukur	Mendadak dan lebih ketat
Gaya	Persuasif, humanis	Cenderung lebih tegas/terburu-buru

Sasaran	Menyasar pelanggaran aktual	Menyasar area yang akan dilalui/dilihat pejabat
Persepsi Pedagang	Dianggap wajar, bagian dari tugas	Berisiko dipersepsikan seremonial, mengikis kepercayaan

Sumber: Hasil pengolahan data riset 2026

Pada aspek interpersonal, penelitian ini menemukan adanya pergeseran sikap petugas dari pendekatan koersif menuju pendekatan yang lebih humanis, yang ditandai dengan keramahan dalam bertutur dan kerapian penampilan saat berinteraksi dengan pedagang. Pergeseran ini memperkuat kredibilitas petugas di mata pedagang, karena interaksi yang santun cenderung menurunkan ketegangan dan membuka ruang dialog yang lebih konstruktif dibandingkan pendekatan yang represif. Meskipun demikian, kesenjangan keterampilan komunikasi interpersonal antarpersonel masih menjadi catatan penting, sebab tidak semua petugas memiliki kapasitas yang sama dalam menjaga keramahan dan kesabaran saat menghadapi pedagang yang resistan, sehingga pengalaman pedagang terhadap kualitas interaksi dengan Satpol PP menjadi tidak seragam.

Tabel 3.
Pendekatan interpersonal satpol pp kepada pedagang

Indikator	Pendekatan Koersif	Pendekatan Humanis	Dampak
Cara Pendekatan	Cenderung memaksa	Komunikatif	Pedagang lebih dihargai
Bahasa	Formal dan Baku	Bahasa Melayu Ambon	Pesan lebih mudah dipahami dan diterima
Penampilan	Kurang Diperhatikan	Rapih	Memperkuat kesan professional
Sikap	Represif	Ramah	Mengurangi resistensi pedagang
Konsistensi	-	Bervariasi	Menimbulkan pengalaman yang tidak seragam antarpedagang

Sumber: Hasil pengolahan data riset 2026

Secara keseluruhan, temuan mengenai tiga indikator kredibilitas ini mengonfirmasi proposisi yang diajukan oleh Hovland (1953), yang menegaskan bahwa keahlian (expertise) dan kepercayaan (trustworthiness) komunikator merupakan prediktor utama efektivitas persuasi. Dalam konteks penertiban Pasar Mardika, kedua unsur tersebut terbukti menjadi penentu apakah pesan persuasif yang disampaikan Satpol PP dapat diterima secara terbuka oleh pedagang, sementara aspek interpersonal berperan sebagai faktor penguat yang memperhalus penyampaian pesan tersebut. Dengan demikian, kredibilitas yang utuh hanya dapat terbentuk apabila ketiga indikator berjalan secara konsisten dan berkelanjutan, bukan sekadar muncul pada momen-momen tertentu yang bersifat situasional.

3.2. Pesan dan Strategi Penyampaian Komunikasi Persuasif Satpol PP

Efektivitas pesan persuasif yang disampaikan Satpol PP Kota Ambon dalam proses penertiban Pasar Mardika tercermin dari tiga indikator utama, yaitu struktur pesan, pendekatan dialogis-empatik, dan konsistensi pesan lintas saluran. Ketiga indikator ini menunjukkan bahwa efektivitas persuasi tidak hanya ditentukan oleh siapa yang menyampaikan pesan, tetapi juga oleh bagaimana pesan tersebut disusun, disampaikan, dan dipertahankan keberulangannya dari waktu ke waktu. Dengan demikian, kajian terhadap ketiga indikator ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai cara Satpol PP merancang strategi komunikasi yang tidak sekadar bersifat instruktif, melainkan juga persuasif dan berorientasi pada perubahan sikap pedagang secara bertahap.

Pada aspek struktur pesan, penelitian ini menemukan bahwa pesan penertiban disusun secara sistematis dalam lima tahap, yakni penjelasan aturan, rasionalisasi urgensi, informasi lokasi alternatif, penjelasan konsekuensi pelanggaran, dan penawaran solusi. Penyusunan pesan secara berjenjang ini memungkinkan pedagang untuk memahami persoalan secara runtut, mulai dari dasar hukum yang melatari penertiban hingga alternatif solusi yang dapat ditempuh, sebelum akhirnya dihadapkan pada konsekuensi apabila aturan tidak dipatuhi. Pola lima tahap ini juga mencerminkan upaya Satpol PP untuk menghindari kesan bahwa penertiban hanya berisi larangan dan ancaman, melainkan disertai dengan ruang negosiasi yang memberi pedagang kesempatan untuk menyesuaikan diri secara lebih manusiawi.

Tabel 4.
Tahapan penyampaian pesan

Tahap	Tujuan	Bahasa
Penjelasan Aturan	Menyampaikan dasar regulasi (Perda/Perwali) yang melandasi penertiban	Bahasa Indonesia formal, diselingi Melayu Ambon
Rasionalisasi Urgensi	Menjelaskan alasan mengapa penertiban perlu dilakukan saat itu (ketertiban umum, estetika kota) keselamatan, yang disampaikan dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Melayu Ambon, selaras dengan model *elaboration likelihood*.	Bahasa Melayu Ambon agar lebih mudah diterima
Informasi Alternatif	Menawarkan opsi tempat berdagang pengganti	Bahasa Melayu Ambon, disampaikan secara personal
Konsekuensi Pelanggaran	Menyampaikan sanksi/risiko jika aturan tidak dipatuhi	Bahasa Indonesia, lebih tegas dan formal
Penawaran Solusi	Memberikan jalan tengah atau bantuan praktis	Bahasa Melayu Ambon, nada persuasif empatik

Sumber: Hasil pengolahan data riset 2026

Pada aspek pendekatan dialogis-empatik, strategi komunikasi diwujudkan melalui pemberian peringatan secara berjenjang, mulai dari himbauan lisan, peringatan tertulis, hingga tindakan tegas sebagai opsi terakhir, serta penggunaan argumen dua sisi yang secara terbuka mengakui adanya dampak negatif penertiban bagi pedagang, namun tetap menekankan manfaat jangka panjang bagi ketertiban dan kenyamanan bersama. Pendekatan argumen dua sisi ini konsisten dengan temuan eksperimental Hovland mengenai efektivitas penyampaian pesan yang tidak sepihak, terutama pada audiens yang telah memiliki sikap skeptis atau resistan terhadap pihak yang berkomunikasi. Dalam konteks Pasar Mardika, pengakuan terhadap dampak negatif penertiban justru memperkuat kepercayaan pedagang, karena mereka merasa keberatan yang mereka rasakan turut dipahami, bukan diabaikan oleh petugas.

Pada aspek konsistensi pesan lintas saluran, Satpol PP menjaga keseragaman informasi melalui kombinasi sosialisasi tatap muka, penyebaran informasi melalui media sosial, serta patroli rutin yang berfungsi sebagai bentuk repetisi pesan secara berkelanjutan. Repetisi pesan melalui berbagai saluran ini sejalan dengan prinsip integrated marketing communication, yang menekankan bahwa pesan yang disampaikan secara konsisten melalui beragam kanal akan lebih mudah diinternalisasi oleh audiens dibandingkan pesan yang hanya disampaikan sekali melalui satu saluran saja. Patroli rutin, dalam hal ini, tidak semata berfungsi sebagai instrumen pengawasan, tetapi juga sebagai pengingat berkelanjutan atas pesan persuasif yang telah disampaikan sebelumnya.

Tabel 5.
Jawaban responden terhadap dampak/manfaat program lorong literasi bagi pemuda

Saluran Komunikasi	Bentuk Penyampaian	Frekuensi	Peran Dalam Penguatan Pesan
Sosialisasi Tatap Muka	Penyuluhan langsung kepada pedagang	Berkala	Membangun pemahaman awal dan interaksi Personal
Media Sosial	Unggahan informasi, himbauan, dokumentasi kegiatan	Rutin	Memperluas jangkauan pesan ke publik lebih luas
Patroli Rutin	Kehadiran fisik petugas di lokasi rawan pelanggaran	Harian	Repetisi pesan secara langsung, mengingatkat aturan secara berkelanjutan

Sumber: Hasil pengolahan data riset 2026

Meski ketiga indikator tersebut menunjukkan strategi pesan yang relatif terstruktur dan adaptif, penelitian ini juga menemukan sejumlah kendala yang membatasi efektivitasnya secara optimal. Ketergantungan pada kapasitas individual petugas dalam menyampaikan argumen dua sisi maupun menjaga nada dialogis-empatik menyebabkan kualitas pesan yang diterima pedagang tidak selalu seragam, sementara keterbatasan kesesuaian lokasi alternatif dengan kebutuhan riil pedagang, baik dari segi aksesibilitas maupun potensi ekonomi, melemahkan daya tarik tahap penawaran solusi dalam struktur pesan lima tahap. Kedua kendala ini menunjukkan bahwa efektivitas pesan tidak hanya

bergantung pada rancangan komunikasi yang baik di atas kertas, tetapi juga pada dukungan sumber daya manusia dan kebijakan teknis yang memadai untuk mewujudkan pesan tersebut secara konsisten di lapangan.

3.3. Respons Audiens dan Efek Jangka Panjang Komunikasi Persuasif

Respons pedagang terhadap strategi komunikasi persuasif yang diterapkan Satpol PP Kota Ambon tercermin dari tiga indikator utama, yaitu pergeseran pemahaman, tingkat kepatuhan, dan konsistensi perilaku tertib dalam jangka panjang. Ketiga indikator ini menunjukkan bahwa respons pedagang tidak bersifat tunggal maupun statis, melainkan berproses secara bertahap mulai dari perubahan kognitif, perubahan perilaku jangka pendek, hingga keberlanjutan sikap tertib yang lebih permanen. Dengan menelaah ketiga indikator ini secara berurutan, penelitian dapat menggambarkan sejauh mana komunikasi persuasif yang dibangun Satpol PP benar-benar berhasil mengubah cara pandang dan perilaku pedagang, atau sebaliknya hanya menghasilkan kepatuhan yang bersifat sementara.

Pada aspek pemahaman, ditemukan adanya pergeseran cara pandang pedagang dari yang semula memandang penertiban sebagai tindakan represif dan sepihak, menjadi pemahaman yang lebih utuh atas manfaat kolektif dari ketertiban pasar bagi kenyamanan bersama. Pergeseran ini terjadi melalui proses elaborasi aktif, di mana pedagang tidak sekadar menerima pesan secara pasif, melainkan turut menimbang argumen yang disampaikan petugas, sebuah pola yang selaras dengan konsep *central route processing* dalam Elaboration Likelihood Model. Pemrosesan pesan melalui jalur sentral ini umumnya menghasilkan perubahan sikap yang lebih mendalam dan tahan lama dibandingkan pemrosesan melalui jalur peripheral. Meski demikian, kesenjangan antara pemahaman kognitif dan implementasi perilaku tetap muncul, khususnya pada pedagang dengan tekanan ekonomi berat, yang secara rasional memahami pentingnya ketertiban namun tetap kembali berjualan di lokasi terlarang karena desakan kebutuhan ekonomi yang lebih mendesak dibandingkan pertimbangan jangka panjang.

Pada aspek kepatuhan, penelitian ini menemukan adanya penurunan tingkat kepatuhan yang bermakna setelah proses komunikasi persuasif dilakukan, namun penurunan tersebut bersifat fluktuatif dan tidak stabil dari waktu ke waktu. Kepatuhan yang terbentuk juga cenderung bersifat ekstrinsik, karena sangat bergantung pada intensitas pengawasan yang dilakukan Satpol PP di lapangan, sehingga ketika pengawasan melemah, kecenderungan pedagang untuk kembali pada perilaku semula juga meningkat. Pola kepatuhan yang bersifat fluktuatif dan bergantung pada pengawasan eksternal ini sejalan dengan temuan Satpol PP Kota Batam (2025), yang menunjukkan bahwa kepatuhan jangka pendek pasca-intervensi persuasif rentan menurun apabila tidak diiringi dengan mekanisme pengawasan yang berkelanjutan.

Pada aspek konsistensi perilaku tertib dalam jangka panjang, ditemukan bahwa pedagang yang menerima pendekatan humanis disertai penawaran solusi alternatif menunjukkan tingkat konsistensi yang lebih tinggi dibandingkan pedagang yang hanya menerima pendekatan represif tanpa solusi nyata. Temuan ini sejalan dengan argumen Hovland yang menegaskan bahwa perubahan sikap yang dihasilkan dari pemrosesan pesan secara mendalam cenderung lebih tahan lama dibandingkan perubahan sikap yang bersifat dangkal atau hanya berorientasi pada kepatuhan sesaat. Akan tetapi, keberlanjutan perilaku tertib ini tidak dapat dilepaskan dari faktor-faktor struktural di luar komunikasi itu sendiri, seperti ketersediaan lokasi alternatif yang layak secara aksesibilitas dan ekonomi, akses permodalan bagi

pedagang untuk beradaptasi dengan lokasi baru, serta keterlibatan organisasi pedagang dalam proses pengambilan keputusan, sebagaimana ditegaskan dalam temuan studi relokasi PKL di Sidoarjo (2016).

Secara keseluruhan, ketiga indikator respons pedagang ini memperlihatkan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif Satpol PP Kota Ambon tidak dapat diukur hanya dari perubahan pemahaman atau penurunan pelanggaran dalam jangka pendek, tetapi harus dilihat dari sejauh mana perubahan tersebut bersifat berkelanjutan dan tidak lagi bergantung pada pengawasan eksternal. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi persuasif yang efektif hanya dapat menghasilkan perubahan sikap yang permanen apabila didukung oleh kondisi struktural yang memadai, sehingga pemahaman kognitif yang telah terbentuk dapat benar-benar diwujudkan dalam perilaku tertib yang konsisten dan tidak mudah luntur ketika tekanan pengawasan mereda.

Tabel 6.
Dampak penertiban

Jenis Pendekatan	Konsistensi Perilaku	Durabilitas Perubahan Sikap
Koersif (tanpa solusi alternatif)	Rendah, cenderung kembali melanggar saat pengawasan menurun	Rentan, bergantung pada pengawasan eksternal
Humanis disertai solusi alternatif	Tinggi, perilaku tertib bertahan meski pengawasan berkurang	Tahan lama, terinternalisasi sebagai sikap pribadi

Sumber: Hasil pengolahan data riset 2026

3.4. Diskusi Temuan Utama Penelitian

` Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan Satpol PP Kota Ambon dalam mewujudkan ketertiban umum di Pasar Mardika tidak terletak pada satu variabel tunggal, melainkan pada interaksi yang saling menguatkan antara kredibilitas komunikator, kualitas pesan, dan respons audiens sebagaimana dikemukakan dalam teori komunikasi persuasif Hovland. Ketiga elemen ini bekerja secara simultan dan saling bergantung satu sama lain, sehingga kelemahan pada salah satu elemen akan turut melemahkan efektivitas keseluruhan proses persuasi, sebagaimana tercermin dari temuan-temuan empiris yang diuraikan pada bagian hasil penelitian ini.

Transformasi paradigma dari pendekatan koersif menuju dialogis-humanis terbukti menjadi titik tolak perubahan yang paling mendasar dalam proses penertiban di Pasar Mardika. Penguasaan regulasi oleh petugas, konsistensi dalam penegakan aturan, dan kesantunan interpersonal yang ditunjukkan selama interaksi dengan pedagang secara bersama-sama membentuk fondasi kredibilitas institusional. Fondasi kredibilitas inilah yang pada akhirnya memungkinkan pesan penertiban diterima secara terbuka oleh pedagang sebagai bentuk komunikasi yang bertanggung jawab, bukan ditolak mentah-mentah sebagai bentuk intimidasi sepihak dari aparat pemerintah.

Struktur pesan lima tahap yang kontekstual dan berorientasi solusi turut memperkuat temuan tersebut, sekaligus menjadi penegasan bahwa cara penyampaian pesan memiliki peran yang setara pentingnya dengan kredibilitas komunikator. Pesan yang disusun secara logis dan bertahap, disertai rasionalisasi yang jujur terhadap konsekuensi pelanggaran sekaligus alternatif solusi yang ditawarkan, mampu menggeser persepsi pedagang dari sikap resistif menjadi kooperatif. Pergeseran ini terjadi melalui pemrosesan pesan yang mendalam, bukan sekadar kepatuhan reaktif yang muncul akibat

ancaman sanksi semata, sehingga perubahan sikap yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih bermakna dibandingkan kepatuhan yang dipaksakan.

Namun, temuan yang sama juga mengungkap keterbatasan mendasar dari komunikasi persuasif apabilaia berdiri sendiri tanpa dukungan struktural yang memadai. Pola kepatuhan pedagang yang terbukti fluktuatif, tinggi ketika pengawasan berlangsung secara intensif namun menurun seiring berkurangnya intensitas pengawasan, menjadi indikasi yang kuat bahwa perubahan perilaku yang terjadi masih didominasi oleh motivasi ekstrinsik. Kondisi ini menunjukkan bahwa proses internalisasi nilai ketertiban sebagai norma yang diyakini secara mandiri oleh pedagang belum sepenuhnya tercapai, dan kepatuhan yang ada masih sangat rentan terhadap fluktuasi pengawasan eksternal.

Temuan mengenai keterbatasan ini selaras dengan sejumlah penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa keberlanjutan kepatuhan pedagang kaki lima pascapenertiban sangat ditentukan oleh ketersediaan lokasi alternatif yang layak secara ekonomi, bukan oleh intensitas persuasi semata. Artinya, sekalipun strategi komunikasi yang diterapkan telah dirancang dengan baik secara teoretis maupun praktis, efektivitasnya akan tetap terbatas apabila tidak diimbangi dengan penyediaan solusi struktural yang benar-benar menjawab kebutuhan ekonomi pedagang dalam jangka panjang.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi persuasif berperan sebagai prasyarat yang diperlukan untuk membuka ruang dialog dan menurunkan resistensi awal pedagang terhadap proses penertiban. Akan tetapi, keberlanjutan ketertiban pada akhirnya bergantung pada sinergi yang lebih luas, yakni antara kualitas komunikasi yang konsisten, kebijakan relokasi yang berpihak pada keberlangsungan ekonomi pedagang kecil, dan konsistensi penegakan aturan yang adil dalam jangka panjang. Tanpa sinergi ini, komunikasi persuasif yang baik sekalipun hanya akan menghasilkan ketertiban yang bersifat sementara dan rapuh terhadap perubahan kondisi pengawasan.

Implikasi teoretis dari temuan ini memperkaya teori Hovland dengan menunjukkan bahwa dalam konteks penegakan hukum oleh pemerintahan daerah yang melibatkan kelompok masyarakat secara ekonomi rentan, efektivitas persuasi memiliki batas yang tidak dapat diabaikan. Batas tersebut hanya dapat diatasi melalui intervensi struktural yang menyasar langsung akar permasalahan ekonomi pedagang, bukan semata-mata melalui penyempurnaan teknik komunikasi. Dengan kata lain, penelitian ini menawarkan perspektif bahwa teori persuasi klasik perlu dilengkapi dengan pertimbangan kondisi struktural ketika diterapkan pada konteks masyarakat yang rentan secara ekonomi, agar efektivitas persuasi yang dihasilkan tidak hanya bersifat kognitif dan situasional, tetapi juga berkelanjutan secara perilaku.

3.5 **Diskusi Temuan Menarik Lainnya**

Selain empat temuan pokok yang telah dibahas, penelitian ini juga mengungkap beberapa temuan menarik lainnya yang bersifat kontekstual namun memberikan nuansa penting bagi pemahaman dinamika komunikasi persuasif di Pasar Mardika. Pertama, nilai sosial-budaya lokal Maluku, khususnya semangat pela gandong dan ikatan kekerabatan komunal, ditemukan turut berperan sebagai modal sosial yang memudahkan petugas Satpol PP membuka ruang dialog dengan pedagang. Penggunaan Bahasa Melayu Ambon dalam interaksi sehari-hari, yang terasa lebih akrab dan setara dibandingkan bahasa formal birokratis, membuat pedagang merasa dihampiri sebagai sesama warga, bukan semata sebagai pihak yang diawasi, sehingga mempercepat penerimaan pesan penertiban secara informal. Kedua, penelitian ini menemukan fenomena penertiban yang menguat secara mencolok menjelang kunjungan pejabat tertentu, sebuah pola yang oleh sebagian pedagang dimaknai sebagai tindakan seremonial belaka.

Pola penertiban yang bersifat insidental dan terkonsentrasi pada momen-momen tertentu ini berisiko mengikis kredibilitas yang telah dibangun secara bertahap, karena pedagang dapat menafsirkan komitmen ketertiban sebagai sesuatu yang situasional, bukan prinsip yang dipegang secara konsisten oleh institusi. Ketiga, ditemukan pula adanya inkonsistensi pemahaman dan gaya komunikasi antarpersonel Satpol PP di lapangan, sebagian petugas cenderung lebih persuasif dan dialogis, sementara sebagian lain masih mempertahankan kecenderungan represif, sehingga pengalaman pedagang terhadap penertiban menjadi tidak seragam dan dapat memunculkan persepsi ketidakadilan antarwaktu maupun antarpetugas. Kondisi ini menegaskan pentingnya standardisasi pelatihan komunikasi persuasif secara merata. Keempat, sejumlah pedagang menunjukkan pemahaman kognitif yang baik terhadap aturan penertiban, namun pemahaman tersebut belum sepenuhnya terinternalisasi menjadi nilai pribadi, sebagian pedagang mengaku tetap berjualan di lokasi terlarang ketika mempertimbangkan bahwa peluang ekonomi yang hilang lebih besar risikonya dibandingkan kemungkinan terkena sanksi, yang menunjukkan bahwa pertimbangan ekonomi praktis sehari-hari masih dominan dibandingkan kesadaran ketertiban itu sendiri. Temuan-temuan tambahan ini memperkaya pemahaman bahwa keberhasilan komunikasi persuasif Satpol PP Kota Ambon tidak semata-mata ditentukan oleh teknik komunikasi formal, melainkan juga oleh kepekaan terhadap konteks sosial-budaya lokal, konsistensi institusional dalam pelaksanaan penertiban, serta keseragaman kapasitas komunikasi setiap personel di lapangan.

IV. KESIMPULAN

Komunikasi persuasif yang diterapkan Satpol PP Kota Ambon dalam penataan pedagang di Pasar Mardika secara keseluruhan menunjukkan hasil yang positif, ditandai dengan keberhasilan membangun kredibilitas melalui penguasaan regulasi, sikap adil, dan pendekatan humanis yang mentransformasi citra institusi dari represif menjadi mitra komunikatif, serta penyampaian pesan yang dialogis, mudah dipahami, dan disertai solusi alternatif sehingga mendorong pergeseran sikap pedagang dari resisten menuju kooperatif; namun demikian, kepatuhan yang terbentuk masih bersifat fluktuatif dan ekstrinsik karena bergantung pada intensitas pengawasan, diperparah oleh inkonsistensi pemahaman antarpersonel dan internalisasi nilai ketertiban yang belum permanen, sehingga ketertiban yang optimal dan berkelanjutan memerlukan integrasi antara konsistensi komunikasi persuasif, penegakan yang berkeadilan, penyediaan alternatif ekonomi yang layak, dan kolaborasi multipihak— sebuah temuan yang menegaskan relevansi kuat teori komunikasi persuasif Hovland dalam konteks pemerintahan daerah di Indonesia sekaligus mengungkap bahwa keberhasilan persuasi tidak dapat dipisahkan dari ketersediaan solusi struktural bagi kelompok masyarakat yang secara ekonomi rentan, sehingga disarankan bagi Satpol PP Kota Ambon untuk menstandardisasi prosedur komunikasi melalui SOP dan briefing rutin serta pelatihan komunikasi efektif secara merata bagi seluruh personel, dan bagi Pemerintah Kota Ambon untuk memastikan ketersediaan lokasi alternatif yang layak dan terjangkau melalui koordinasi lintas instansi, disertai program pemberdayaan ekonomi PKL dan forum dialog multipihak yang difasilitasi secara rutin.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu dan biaya penelitian. Penelitian juga hanya dilakukan pada satu kelurahan saja sebagai model studi kasus yang dipilih berdasarkan pendapat Cresswel.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa berkaitan dengan Komunikasi Persuasif Kepada Pedagang Kaki Lima oleh Satpol PP untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus, kepada Mama Susana Ineke Letelay/Anakotta, Papa Myckel Anakotta, dan Kakak Keisha Michelle Anakotta, serta Bapak Kukuh Fadli Prasetyo, S.H., S.E., M.H. selaku Dosen Pembimbing atas berkat, doa, dan bimbingan yang sangat berarti dalam penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pimpinan dan civitas akademika IPDN, Pemerintah Kota Ambon khususnya Satpol PP Kota Ambon, seluruh informan, Kontingen Maluku Angkatan XXXIII, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan kelembagaan, izin, dan kerja sama hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Braca, A., & Dondio, P. (2023). Persuasive communication systems: A machine learning approach to predict the effect of linguistic styles and persuasion techniques. *Journal of Systems and Information Technology, 25*(4), 353–370. https://doi.org/10.1108/JSIT-07-2022-0166

Bromley, R. (2000). Street vending and public policy: A global review. *International Journal of Sociology and Social Policy, 20*(1/2), 1–28. https://doi.org/10.1108/01443330010789052

Brown, A., Lyons, M., & Dankoco, I. (2010). Street traders and the emerging spaces for urban voice and citizenship in African cities. *Urban Studies, 47*(3), 666–683. https://doi.org/10.1177/0042098009351187

Butarbutar, W. R. (2019). Penertiban pedagang kaki lima oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Sibolga. *Jurnal Pemerintahan dan Keamanan Publik (JP dan KP), 1*(1), 35–49. https://ejournal.ipdn.ac.id/JPKP/article/download/713/435/1844

Cahya, P. (2022). *Strategi komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban pedagang kaki lima di Kota Semarang* [Skripsi, Universitas Diponegoro].

Chen, M., & Bell, R. A. (2022). A meta-analysis of the impact of point of view on narrative processing and persuasion in health messaging. *Psychology & Health, 37*(5), 545–562. https://doi.org/10.1080/08870446.2021.1894331

Damara, W. (2020). Implementasi kebijakan tentang ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat: Studi penertiban pedagang kaki lima oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Nunukan Provinsi Kalimantan Utara. *Jurnal Tatapamong, 2*(2). https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v2i2.1244

Fahmi, F. A., Rozie, A., & Jalaludin, S. (2022). Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban pedagang kaki lima di Kabupaten Kampar. *Jurnal Tatapamong, 4*(1), 1–14. https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v4i1.2445

Hanum, F., Yana, S., & Mauliza, P. (2024). *Pemberdayaan masyarakat pedagang kaki lima dalam meningkatkan perekonomian*. Mega Press Nusantara.

Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. Yale University Press.

Khadijah, S., Pinoa, W. S., & Tetelepta, E. G. (2023). Strategi pedagang konvensional di era perkembangan online shop di Pasar Batu Merah Kota Ambon. *Jurnal Pendidikan Geografi Universitas Pattimura*.

Li, R., & Sundar, S. S. (2022). Can interactive media attenuate psychological reactance to health messages? A study of the role played by user commenting and audience metrics in persuasion. *Health Communication, 37*(11), 1365–1375. https://doi.org/10.1080/10410236.2021.1888450

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Muhtar, S. (2024). *PKL bermartabat dan ekonomi kerakyatan*. CV. Azka Pustaka.

Nugraha, A. R., Rochaeni, A., & Munawaroh, S. (2023). Implementasi kebijakan ketertiban umum dalam penertiban pedagang kaki lima oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi. *Caraka Prabu: Jurnal Ilmu Pemerintahan, 7*(2), 34–60. https://doi.org/10.36859/jcp.v7i2.1924

Oxman, A. D., Moehring, A., Paulsen, E. J., & Lavis, J. N. (2022). Health communication in and out of public health emergencies: To persuade or to inform? *Health Research Policy and Systems, 20*(1), Article 28. https://doi.org/10.1186/s12961-022-00828-z

Pemerintah Kota Ambon. (2017). *Peraturan Daerah Kota Ambon Nomor 2 Tahun 2017 tentang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat*. Pemerintah Kota Ambon.

Pemerintah Kota Ambon. (2023). *Peraturan Wali Kota Ambon Nomor 31 Tahun 2023 tentang Penataan dan Pengelolaan Pasar Mardika*. Pemerintah Kota Ambon.

Peng, L., & Wang, J. (2024). Algorithm as recommending source and persuasive health communication: Effects of source cues, language intensity, and perceived issue involvement. *Health Communication*. https://doi.org/10.1080/10410236.2023.2242087

Peters, G. J. Y., Ruiter, R. A. C., & Kok, G. (2021). Novelty as a parameter for using arguments in persuasive communication. *Health Psychology Bulletin, 5*(1), 1–12. https://doi.org/10.5334/hpb.13

Rahmadanita, A., & Nurrahman, A. (2022). Kinerja organisasi Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban pedagang kaki lima di Kota Bogor. *Jurnal Konstituen, 4*(2). https://doi.org/10.33701/jk.v4i2.2982

Roever, S., & Skinner, C. (2016). Street vendors and cities. *Environment and Urbanization, 28*(2), 359–374. https://doi.org/10.1177/0956247816653898

Ruaidah, R., Sumadi, S., & Wahyudi, W. (2024). Strategy for influencing through Indonesian persuasive motivator. *Kembara: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*.

Rukmana, M. G. (2020). Efektivitas peran Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban pedagang kaki lima di Kota Bandung. *Jurnal Tatapamong, 2*(1). https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v2i1.1234

Sherief, A. R., Alshurideh, M., Kurdi, B. A., & Salloum, S. A. (2025). Bibliometric analysis of social media persuasiveness and influence: A comprehensive review from 2010 to 2023. *Cogent Business & Management, 12*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2449247

Siahaya, G. M. (2024). *Penertiban kawasan perdagangan oleh Satpol PP di Pasar Mardika Kota Ambon* [Skripsi, Institut Pemerintahan Dalam Negeri].

Sihite, A. P. Z., & Aruan, J. T. B. (2023). Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban pedagang kaki lima di Pasar Sidikalang Kabupaten Dairi. *Jurnal Tatapamong, 5*(1), 25–42. https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v5i1.3153

Simmonds, B. P., Jones, K., & Martin, A. (2026). The effect of source expertise on the persuasiveness and sharing of health information on social media: A systematic review. *Psychonomic Bulletin & Review*. https://doi.org/10.3758/s13423-026-02943-2

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Supriatna, D. (2021). Penataan pedagang kaki lima (PKL) oleh Satpol PP dalam upaya menjaga ketenteraman dan ketertiban lalu lintas dan pejalan kaki pada Pasar Tanjungsari Kecamatan Tanjungsari. *Jurnal Tatapamong, 3*(1), 79–97. https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v3i1.1513

Tefa, G., & Purbosiwi, P. D. (2023). Penertiban pedagang kaki lima oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Alun-Alun Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Tatapamong, 5*(2), 162–176. https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v5i2.3698

Tjahyadi, B. N. (2024). Pelaksanaan penertiban pedagang kaki lima dalam upaya relokasi penataan di Kawasan Gembong Asih Kota Surabaya. *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik, 4*(05), 1–9. https://doi.org/10.69957/praob.v4i05.1626

Wibisono, I. (2024). *Komunikasi persuasif Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban bangunan liar di Kabupaten Tangerang Provinsi Banten* [Skripsi, Institut Pemerintahan Dalam Negeri].

Zhu, Z., Liu, S., & Zhang, R. (2023). Examining the persuasive effects of health communication in short videos: A systematic review. *Journal of Medical Internet Research, 25*, e48508. https://doi.org/10.2196/48508