STRATEGI KOMUNIKASI SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DALAM PENERTIBAN PEDAGANG PASCA REVITALISASI PASAR ANYAR KOTA TANGERANG PROVINSI BANTEN

Syafrel Mafatikhah Mutiara Herman
NPP. 33.0607
Program Studi Praktik Perpolisian Tata Pamong
Email: syafrelmutiara@mail.com

Pembimbing skripsi : Mu'tamirudin ,S.Ag,M.Si.
Email: mutamirudin@ipdn.co.id

ABSTRACT (in english)

Problem Statement/Background (GAP): *One indicator of successful market revitalization is the creation of orderly trading activities in accordance with the zoning and location established by the government. The Tangerang City Government has implemented the revitalization of Pasar Anyar as an effort to improve market quality while simultaneously organizing vendors to sell within the designated official area. However, after the revitalization, vendors were still found operating outside the official area. This phenomenon indicates that the problem of vendor arrangement has not been fully resolved despite infrastructure improvements. This condition indicates that the success of market revitalization depends not only on the physical aspects, but also on the effectiveness of communication carried out by the Public Order Agency (Satpol PP), as the enforcer of the order. Thus, the persistence of vendors selling outside the official area represents a gap between the revitalization goals and actual conditions on the ground.* ***Purpose:*** *The aim of this study is to analyze the communication strategy of the Civil Service Police Unit in realizing order among traders after the revitalization of Pasar Anyar in Tangerang City.* ***Method:*** *This research uses a descriptive qualitative approach and the theory of Communication Strategy Components according to Onong Uchjana Effendy. Data collection techniques were carried out through observation, in-depth interviews (15 informants), and documentation.****Result:*** *This study found that the Tangerang City Public Order Agency (Satpol PP)'s communication strategy in controlling vendors following the revitalization of Pasar Anyar has not been optimal. Despite the selection of appropriate situations and conditions, the use of communication media, and appropriate messaging techniques, there are still obstacles in terms of the credibility and attractiveness of communicators and the ability of Satpol PP members to recognize the characteristics of their audience. These findings indicate that the implementation of the communication strategy has not been fully effective in supporting the success of controlling vendors following the revitalization of Pasar Anyar in Tangerang City.* ***Conclusion:*** *The Tangerang City Public Order Agency's communication strategy in regulating vendors following the revitalization of Pasar Anyar has not been optimal. Despite the appropriate selection of situations, media, and communication techniques, weaknesses remain in the credibility and attractiveness of communicators, as well as the ability to recognize the characteristics of their audience. This situation has resulted in the communication strategy being less than fully effective in supporting the successful regulation of vendors following the revitalization of Pasar Anyar in Tangerang City.*

Keywords: *Communication Strategy; Civil Service Police Unit; Trader Control.*

ABSTRAK (in bahasa)

Permasalahan (GAP): Salah satu indikator keberhasilan revitalisasi pasar adalah terciptanya ketertiban aktivitas perdagangan sesuai dengan zonasi dan lokasi yang telah ditetapkan pemerintah. Pemerintah Kota Tangerang telah melaksanakan revitalisasi Pasar Anyar sebagai upaya meningkatkan kualitas pasar sekaligus menata pedagang agar berjualan pada area resmi yang telah disediakan. Namun demikian, pasca revitalisasi masih ditemukan pedagang yang berjualan di luar area resmi. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa permasalahan penataan pedagang belum sepenuhnya terselesaikan meskipun pembenahan infrastruktur telah dilakukan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberhasilan revitalisasi pasar tidak hanya bergantung pada aspek fisik, tetapi juga pada efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh Satpol PP sebagai pelaksana penertiban. Dengan demikian, masih adanya pedagang yang berjualan di luar area resmi menjadi gap antara tujuan revitalisasi dan kondisi aktual di lapangan **Tujuan:** Tujuan dari penelitian ini Adalah Menganalisis strategi komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja dalam mewujudkan ketertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dan teori Komponen Strategi Komunikasi Menurut Onong Uchjana Effendy. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam (15 informan), dan dokumentasi. **Hasil/Temuan:** Penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja Kota Tangerang dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar belum berjalan secara optimal. Meskipun didukung oleh pemilihan situasi dan kondisi yang tepat, penggunaan media komunikasi, serta teknik penyampaian pesan yang sesuai, masih terdapat kendala pada aspek kredibilitas dan daya tarik komunikator serta kemampuan anggota Satpol PP dalam mengenali karakteristik komunikan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi komunikasi belum sepenuhnya efektif dalam mendukung keberhasilan penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang. **Kesimpulan:** Strategi komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja Kota Tangerang dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar belum berjalan secara optimal. Meskipun didukung oleh pemilihan situasi, media, dan teknik komunikasi yang tepat, masih terdapat kelemahan pada aspek kredibilitas dan daya tarik komunikator serta kemampuan dalam mengenali karakteristik komunikan. Kondisi tersebut menyebabkan pelaksanaan strategi komunikasi belum sepenuhnya efektif dalam mendukung keberhasilan penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang.
kata kunci: Strategi Komunikasi; Satuan Polisi Pamong Praja; Penertiban Pedagang.

I. PENDAHULUAN (15-20%)

1.1. Latar Belakang

Pasar tradisional memiliki peran penting sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat dan penyedia lapangan pekerjaan bagi sektor informal, khususnya pedagang. Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, kebersihan, keamanan, serta daya saing pasar tradisional, pemerintah daerah sering melaksanakan program revitalisasi pasar. Revitalisasi merupakan bentuk tanggung jawab Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pedagang melalui dukungan terhadap kelancaran logistik dan distribusi bahan kebutuhan masyarakat, peningkatan keuntungan usaha, serta mendorong pasar tradisional agar mampu bersaing di tingkat nasional maupun global Revitalisasi pasar menjadi langkah strategis untuk mempertahankan keberadaan pasar

tradisional sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat. Revitalisasi ini bertujuan mengembalikan fungsi pasar sebagai pusat kegiatan ekonomi dan sosial yang tertib, nyaman, serta menarik. Selain memperbaiki infrastruktur fisik, revitalisasi juga berfokus pada pembentukan ruang publik yang lebih terorganisir dan kondusif. Keberhasilan revitalisasi pasar sangat bergantung pada dukungan dan partisipasi berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, pengelola pasar, pedagang, dan masyarakat setempat. Pemerintah bertanggung jawab menyediakan pendanaan dan perencanaan program, sedangkan pedagang dan masyarakat diharapkan berpartisipasi dalam menjaga kebersihan serta ketertiban pasar yang telah direvitalisasi

Namun demikian, pelaksanaan revitalisasi pasar tidak jarang menimbulkan berbagai permasalahan, terutama terkait penataan dan penertiban pedagang yang masih berjualan di area yang tidak sesuai dengan ketentuan pasca revitalisasi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan revitalisasi tidak hanya ditentukan oleh aspek fisik, tetapi juga oleh efektivitas pengelolaan dan komunikasi kebijakan kepada para pedagang. Penelitian Prabandari dkk. (2024) menunjukkan bahwa keberhasilan revitalisasi pasar sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara desain kebijakan dengan kebutuhan pengguna pasar, khususnya pedagang. Ketidaksesuaian antara perencanaan revitalisasi dan kondisi riil di lapangan berpotensi menimbulkan resistensi serta pemanfaatan ruang yang tidak sesuai dengan tujuan revitalisasi. Hal ini sejalan dengan kajian Rahmadanty, Arif, dan Zetra (2019) dalam jurnal ilmiah IPDN yang menegaskan bahwa kebijakan relokasi atau penataan ruang publik pasca-revitalisasi rentan memicu kesalahpahaman jika instansi pemerintah daerah bergerak tanpa pembicaraan bersama dan proses negosiasi yang tuntas dengan kelompok pedagang. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif menjadi faktor penting untuk membangun pemahaman dan dukungan pedagang terhadap kebijakan pemerintah.

Dalam konteks penataan pedagang, komunikasi menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan implementasi kebijakan. Penelitian oleh Permatasari, Putro, dan Nuraeni (2014) menunjukkan bahwa konflik dalam relokasi maupun penertiban pedagang sering kali dipicu oleh kesalahpahaman antara pemerintah dan pedagang sehingga diperlukan pendekatan komunikasi dan negosiasi yang tepat untuk mencapai kesepahaman bersama. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Roever dan Skinner (2016) yang menjelaskan bahwa kebijakan pemerintah terhadap pedagang sektor informal akan lebih efektif apabila didukung oleh komunikasi yang inklusif dan partisipatif. Pedagang tidak hanya diposisikan sebagai objek kebijakan, tetapi juga sebagai pihak yang perlu dilibatkan dalam proses penyampaian informasi dan pengambilan keputusan. Keterlibatan tersebut dapat meningkatkan tingkat kepatuhan serta mengurangi potensi konflik yang muncul selama pelaksanaan kebijakan. Sejalan dengan itu, Holidin dan Handini (2014) menjelaskan bahwa keberhasilan program revitalisasi pasar dan penataan pedagang sangat dipengaruhi oleh kemampuan pemerintah dalam membangun kolaborasi, partisipasi, serta komunikasi yang baik dengan kelompok sasaran kebijakan. Lebih lanjut, dalam pelaksanaan penertiban di lapangan, peran Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) sebagai garda terdepan penegak Peraturan Daerah dituntut untuk tidak lagi sekadar mengandalkan tindakan represif. Studi mengenai implementasi ketertiban umum di lingkungan IPDN menunjukkan bahwa penyampaian informasi regulasi yang transparan, konsisten, serta pendekatan yang humanis terbukti efektif mengurangi gesekan sosial antara aparat dan masyarakat saat penertiban berlangsung (Ramadhan, 2022). Satpol PP memikul peran strategis bukan sebagai institusi yang menakuti masyarakat, melainkan sebagai perangkat daerah yang menjaga wibawa pemerintah melalui penegakan hukum yang persuasif dan edukatif (Arisandy, 2021). Oleh sebab itu, pemetaan strategi komunikasi yang

komprehensif menjadi krusial agar tindakan penertiban pasca-revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang dapat diterima sebagai bentuk penataan, bukan penggusuran.

keberhasilan komunikasi kebijakan relokasi pedagang dipengaruhi oleh faktor budaya, pendekatan persuasif, serta kemampuan pemerintah dalam membangun kepercayaan dengan para pedagang. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang tepat menjadi salah satu instrumen penting dalam mewujudkan ketertiban dan keberhasilan kebijakan penataan pedagang. Dalam konteks pemerintahan daerah, penelitian Supriatna (2021) menunjukkan bahwa keberhasilan penertiban pedagang oleh Satuan Polisi Pamong Praja tidak hanya bergantung pada kewenangan penegakan peraturan, tetapi juga pada kemampuan aparat dalam melakukan komunikasi persuasif kepada masyarakat. Hasil penelitian Damara (2020) juga menunjukkan bahwa implementasi kebijakan ketertiban umum akan lebih efektif apabila didukung oleh sosialisasi yang berkelanjutan, koordinasi antarinstansi, dan pendekatan komunikasi yang mampu membangun kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mematuhi aturan. Selain itu, penelitian Rukmana (2020) menemukan bahwa efektivitas peran Satpol PP dalam penertiban pedagang dipengaruhi oleh kemampuan aparat dalam menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat serta membangun pemahaman bersama mengenai tujuan kebijakan yang dilaksanakan.

Kondisi tersebut relevan dengan revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang yang merupakan salah satu program pemerintah dalam meningkatkan kualitas sarana perdagangan. Pasca revitalisasi, masih ditemukan tantangan dalam penertiban pedagang sehingga diperlukan peran aktif Satuan Polisi Pamong Praja sebagai penegak peraturan daerah. Dalam menjalankan tugas tersebut, Satpol PP tidak hanya melakukan tindakan penegakan hukum, tetapi juga melaksanakan komunikasi persuasif, koordinatif, dan edukatif kepada pedagang agar tujuan penataan pasar dapat tercapai. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai strategi komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang menjadi penting untuk dilakukan guna memahami bagaimana strategi komunikasi diterapkan dalam mendukung keberhasilan penataan dan ketertiban pasar.

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Secara normatif, revitalisasi pasar tradisional diharapkan menghasilkan lingkungan perdagangan yang lebih tertib, aman, bersih, dan nyaman. Penataan pasca revitalisasi semestinya diikuti dengan kepatuhan pedagang terhadap zonasi, lokasi berdagang, dan ketentuan penggunaan ruang publik. Dalam kerangka tersebut, Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) memiliki fungsi penegakan peraturan daerah sekaligus melakukan komunikasi persuasif, edukatif, dan koordinatif agar kebijakan penataan pasar dapat diterima oleh para pedagang. Literatur mengenai penataan pedagang sektor informal juga menekankan bahwa keberhasilan kebijakan sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang partisipatif, membangun kepercayaan, dan melibatkan pedagang dalam proses penyampaian informasi maupun implementasi kebijakan. Namun, kondisi faktual pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang menunjukkan masih adanya tantangan dalam penertiban pedagang. Sebagian pedagang tetap berjualan di area yang tidak sesuai dengan ketentuan, sehingga menimbulkan persoalan ketertiban dan pemanfaatan ruang. Situasi ini mengindikasikan bahwa tujuan normatif revitalisasi belum sepenuhnya tercapai dan komunikasi antara aparat penertiban dengan pedagang belum berjalan secara optimal. Penertiban tidak hanya menghadapi persoalan kepatuhan terhadap aturan, tetapi juga berkaitan dengan penerimaan pedagang terhadap kebijakan yang diterapkan. Kesenjangan penelitian

terletak pada belum teridentifikasinya secara mendalam bagaimana strategi komunikasi Satpol PP diterapkan dalam konteks penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar, termasuk bentuk komunikasi yang digunakan, hambatan yang dihadapi, serta efektivitasnya dalam mendorong kepatuhan pedagang. Sebagian penelitian terdahulu lebih banyak membahas relokasi pedagang atau kebijakan penataan sektor informal secara umum, sedangkan kajian yang secara khusus menyoroti strategi komunikasi Satpol PP pada situasi pasca revitalisasi pasar masih relatif terbatas.

1.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Dadang Supriatna (2021) dalam jurnal IPDN berjudul *Penataan Pedagang Kaki Lima (PKL) oleh Satpol PP dalam Upaya Menjaga Ketentraman dan Ketertiban Lalu Lintas dan Pejalan Kaki pada Pasar Tanjungsari Kecamatan Tanjungsari* menemukan bahwa penataan pedagang kaki lima belum berjalan optimal meskipun Satpol PP telah melaksanakan tugas sesuai prosedur. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan penataan pedagang memerlukan koordinasi yang baik serta pendekatan komunikasi yang efektif antara aparat dan pedagang. Penelitian yang dilakukan oleh Farhan Alafif Fahmi, Azharisman Rozie, dan Selamat Jalaludin (2022) dalam jurnal IPDN berjudul *Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Kampar*menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai kendala dalam pelaksanaan penertiban pedagang kaki lima, terutama terkait rendahnya kepatuhan pedagang dan keterbatasan sumber daya. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi yang tepat dalam pelaksanaan penertiban agar tujuan ketertiban umum dapat tercapai. Penelitian yang dilakukan oleh Amos Parlemen Zepanya Sihite dan Jhonatan Timoty B. Aruan (2023) dalam jurnal IPDN berjudul *Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima di Pasar Sidikalang Kabupaten Dairi* menemukan bahwa rendahnya kepatuhan pedagang menjadi salah satu hambatan utama dalam pelaksanaan penertiban. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan komunikasi aparat dan penguatan kapasitas sumber daya manusia menjadi upaya penting untuk meningkatkan efektivitas penertiban pedagang kaki lima. Penelitian yang dilakukan oleh Ali Abrar (2023) berjudul *Model Komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penertiban kepada Pedagang Kaki Lima di Kota Bukittinggi* menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan teori komunikasi David K. Berlo (SMCR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan Satpol PP kepada pedagang kaki lima secara umum telah berjalan dengan baik dan dapat diterima oleh masyarakat. Meskipun demikian, penelitian tersebut lebih berfokus pada model komunikasi Satpol PP dalam penertiban pedagang kaki lima di Kota Bukittinggi, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi Satpol PP dalam penertiban dan pengembalian pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang dengan menggunakan teori strategi komunikasi dari Onong Uchjana Effendy. Penelitian yang dilakukan oleh Samarinda Hamka (2023) berjudul *Pola Komunikasi Persuasif Satpol PP dalam Penertiban Pedagang Liar di Pasar Segiri Samarinda* menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan melalui pendekatan dan sosialisasi belum mampu mengubah sikap, pendapat, dan perilaku pedagang liar agar mematuhi peraturan daerah yang berlaku. Penelitian tersebut menitikberatkan pada efektivitas pola komunikasi persuasif dalam penertiban pedagang liar, sedangkan penelitian ini mengkaji strategi komunikasi secara lebih luas yang diterapkan Satpol PP dalam menghadapi dinamika penertiban pedagang pasca revitalisasi pasar. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syahrul (2024) berjudul *Strategi Komunikasi Penertiban Ruang Milik Jalan di Gorontalo Outer Ring Road (GORR)* menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurangnya kredibilitas Satpol PP di mata masyarakat menyebabkan rendahnya

motivasi masyarakat untuk melaksanakan pesan yang disampaikan oleh aparat. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kredibilitas komunikator menjadi faktor penting dalam keberhasilan komunikasi kebijakan. Namun, penelitian tersebut berfokus pada penertiban ruang milik jalan, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi Satpol PP dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi pasar tradisional. Penelitian yang dilakukan oleh Theresia Helen Simarmata (2023) berjudul *Strategi Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penataan, Pengawasan, dan Penertiban Pedagang Kaki Lima di Kota Metro* menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan persuasif dan humanis yang dilakukan Satpol PP cukup efektif dalam membangun citra positif lembaga serta menyelesaikan permasalahan melalui dialog dengan pedagang. Meskipun memiliki kesamaan dalam membahas peran Satpol PP terhadap pedagang kaki lima, penelitian tersebut lebih menekankan pada aspek penataan, pengawasan, dan penertiban secara umum, sedangkan penelitian ini secara khusus mengkaji strategi komunikasi yang diterapkan dalam konteks penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang. Penelitian yang dilakukan oleh Restu Ragyl Hariyanto (2023) berjudul *Fungsi Komunikasi dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima di Waterfront City oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kota Pontianak Provinsi Kalimantan Barat* menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Satpol PP telah melaksanakan fungsi komunikasi dalam penertiban pedagang kaki lima, namun masih ditemukan berbagai hambatan yang berasal dari keterbatasan sumber daya manusia, pembagian tugas personel, serta kurang optimalnya sosialisasi kepada pedagang. Penelitian tersebut berfokus pada fungsi komunikasi Satpol PP dalam penertiban pedagang kaki lima, sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi yang diterapkan Satpol PP dalam mendukung keberhasilan penertiban dan pengembalian pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu tersebut, terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaan utama terletak pada lokus penelitian yang berada di Pasar Anyar Kota Tangerang pasca revitalisasi, penggunaan teori strategi komunikasi dari Onong Uchjana Effendy, serta fokus penelitian yang menitikberatkan pada strategi komunikasi Satpol PP dalam penertiban dan pengembalian pedagang setelah revitalisasi pasar. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pengembangan kajian strategi komunikasi pemerintahan, khususnya terkait peran Satpol PP dalam mendukung keberhasilan kebijakan revitalisasi pasar tradisional.

1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penelitian ini memperbarui penelitian terdahulu dengan memfokuskan kajian pada strategi komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi pasar. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menitikberatkan pada relokasi pedagang, implementasi kebijakan, dan kinerja Satpol PP, penelitian ini menggunakan perspektif strategi komunikasi untuk menganalisis proses komunikasi yang dilakukan Satpol PP dalam membangun kepatuhan pedagang terhadap kebijakan penataan pasar. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada konteks Pasar Anyar Kota Tangerang pasca revitalisasi, yang belum menjadi fokus utama dalam penelitian-penelitian terdahulu.

1.5. Tujuan.

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi komunikasi satuan polisi pamong praja dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang serta menganalisis dan mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambatnya dan upaya yang

digunakan dalam menjalankan strategi komunikasi satuan polisi pamong praja dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi pasar anyar Kota Tangerang Provinsi Banten ?

II. METODE (5-10%)

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang, Provinsi Banten. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena sosial berdasarkan pengalaman, persepsi, dan pandangan para informan yang terlibat secara langsung dalam proses penertiban.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan informan penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen, laporan, peraturan perundang-undangan, literatur, serta arsip yang berkaitan dengan pelaksanaan penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar. Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dan accidental sampling. Informan penelitian berjumlah 13 orang yang terdiri atas Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Tangerang, Kepala Bidang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat, Kepala Seksi Operasi dan Pengendalian, lima orang petugas Satpol PP, serta 5 orang pedagang Pasar Anyar. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (human instrument) yang berperan secara langsung dalam proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data. Untuk mendukung proses penelitian, digunakan pedoman wawancara terstruktur sebagai instrumen pendukung yang berfungsi untuk mengarahkan proses wawancara sesuai dengan fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi secara mendalam mengenai strategi komunikasi yang diterapkan Satpol PP dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar. Observasi dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap aktivitas dan kondisi di lokasi penelitian guna memperoleh gambaran faktual mengenai pelaksanaan penertiban. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian melalui pengumpulan foto, arsip, laporan kegiatan, peraturan, dan dokumen lain yang relevan.

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif sehingga memudahkan proses interpretasi. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan validitas data dan menghasilkan temuan yang dapat menjawab fokus penelitian mengenai strategi komunikasi Satpol PP dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN (60-70%)

Penulis menganalisis strategi komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang menggunakan teori strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy. Menurut Effendy, strategi komunikasi terdiri atas empat dimensi, yaitu mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi,

pengkajian tujuan pesan komunikasi, dan peranan komunikator dalam komunikasi. Teori tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi komunikasi yang dilakukan Satpol PP Kota Tangerang dalam mendukung keberhasilan penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar.

Penerapan dimensi-dimensi ini sejalan dengan tuntutan penegakan hukum dan ketertiban umum modern di berbagai belahan dunia. Komunikasi strategis kini bergeser dari metode konvensional yang bersifat memaksa (*command-driven*) menjadi pendekatan partisipatif yang mengutamakan dialog demi membangun hubungan positif dengan komunitas (Siregar *et al.*, 2024). Penggunaan strategi komunikasi yang tepat dalam penegakan hukum sangat penting untuk meningkatkan kesadaran publik serta mengubah perilaku masyarakat secara persuasif (Ayuningrum, 2024). Dalam konteks penertiban pedagang, kemampuan komunikasi yang empatik, transparan, dan terukur dari komunikator (dalam hal ini personil Satpol PP) menjadi penentu utama dalam deeskalasi konflik dan membangun kepatuhan sukarela dari para pedagang. Sebagaimana ditegaskan dalam studi penegakan hukum kontemporer, komunikasi yang transparan memperkuat legitimasi institusional karena menunjukkan bahwa kekuasaan atau penertiban yang dilakukan dibatasi oleh norma, bukan atas dasar kesewenang-wenangan (Adamonienė *et al.*, 2025). Oleh karena itu, melalui empat dimensi teori Effendy, penelitian ini akan menguliti sejauh mana Satpol PP Kota Tangerang berhasil memformulasikan pesan dan perannya guna meminimalkan resistensi sosial di Pasar Anyar.

Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap 13 informan yang terdiri atas Kepala Satpol PP Kota Tangerang, Kepala Bidang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat, Kepala Seksi Operasi dan Pengendalian, lima anggota Satpol PP, serta lima pedagang Pasar Anyar. Selain itu, data juga diperoleh melalui observasi dan dokumentasi.

1. Mengenali Sasaran Komunikasi

Penulis melakukan pengukuran terhadap dimensi mengenali sasaran komunikasi melalui indikator mengenali karakter komunikan dan melihat situasi serta kondisi masyarakat sasaran.

Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian

No.	INFORMAN	JUMLAH	KETERANGAN	KODE
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Kepala Satuan Polisi Pamong Praja	1	*Purposive sampling*	I_1
2	Kepala bidang ketertiban umum dan ketentraman masyarakat	1	*Purposive sampling*	I_2
3	Kepala Seksi Operasi Dan Pengendalian	1	*Purposive sampling*	I_3
4	Petugas Satpol PP	5	*Accidental sampling*	I_4
5	Pedagang Pasar Anyar	5	*Accidental sampling*	I_5
Jumlah				13

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian (2026)

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Satpol PP Kota Tangerang telah mampu menentukan sasaran komunikasi utama yaitu pedagang Pasar Anyar yang terdampak revitalisasi pasar. Namun demikian, kemampuan anggota dalam mengenali karakter komunikan masih belum sepenuhnya optimal. Hal ini terlihat dari masih adanya anggota yang menyampaikan informasi secara umum tanpa menyesuaikan latar belakang pendidikan, usia, maupun kondisi sosial ekonomi pedagang.

Temuan tersebut diperkuat oleh pernyataan Kepala Seksi Operasi dan Pengendalian yang menyampaikan bahwa anggota masih lebih fokus pada pelaksanaan tugas penertiban sehingga belum seluruhnya mampu menyesuaikan pola komunikasi dengan karakter masyarakat yang berbeda-beda. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pesan belum diterima secara maksimal oleh pedagang.Di sisi lain, indikator melihat situasi dan kondisi telah diterapkan dengan baik. Berdasarkan observasi lapangan, sebelum melaksanakan penertiban anggota Satpol PP terlebih dahulu menciptakan suasana yang kondusif melalui pendekatan dialogis dan komunikasi yang humanis. Tidak ditemukan konflik besar maupun penolakan signifikan dari pedagang selama proses penelitian berlangsung.

Berdasarkan temuan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa indikator melihat situasi dan kondisi telah berjalan baik dan menjadi faktor pendukung strategi komunikasi. Namun indikator mengenali karakter komunikan masih memerlukan peningkatan sehingga menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan komunikasi.

2. Pemilihan Media Komunikasi

Penulis melakukan pengukuran terhadap dimensi pemilihan media komunikasi melalui indikator jenis media yang digunakan dalam penyampaian informasi kepada pedagang dan masyarakat.

Tabel 2. Media Sosial Satpol PP Kota Tangerang

Jenis platform	Jumlah pengikut	Jumlah postingan
Instagram	3.289	1.470
Tiktok	755	28
Youtube	16	7

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian (2026)

Berdasarkan tabel tersebut, Satpol PP Kota Tangerang telah memanfaatkan berbagai media komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Media yang digunakan meliputi media sosial, baliho, poster, spanduk, dan sosialisasi tatap muka.

Hasil wawancara dengan Kepala Bidang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat menunjukkan bahwa penggunaan berbagai media dilakukan untuk menyesuaikan karakteristik masyarakat yang beragam. Media sosial digunakan untuk menjangkau masyarakat secara cepat dan luas, sedangkan baliho dan spanduk berfungsi sebagai pengingat visual bagi pedagang dan pengguna jalan.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa spanduk dan baliho yang dipasang di sekitar Pasar Anyar cukup efektif menarik perhatian masyarakat. Beberapa pedagang menyatakan bahwa keberadaan media tersebut membantu mereka memahami tujuan penertiban yang dilakukan pemerintah.

Berdasarkan hasil penelitian, indikator pemilihan media komunikasi telah berjalan dengan baik dan menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan strategi komunikasi Satpol PP Kota Tangerang.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Penulis melakukan pengukuran terhadap dimensi pengkajian tujuan pesan komunikasi melalui teknik penyampaian pesan yang digunakan oleh Satpol PP kepada pedagang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Satpol PP Kota Tangerang lebih banyak menggunakan teknik penyampaian pesan yang bersifat informatif dan persuasif dibandingkan pendekatan koersif. Anggota Satpol PP terlebih dahulu memberikan penjelasan mengenai aturan, lokasi berjualan yang diperbolehkan, serta tujuan revitalisasi pasar sebelum melakukan tindakan penertiban.

Hasil wawancara dengan Kepala Bidang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan bertujuan membangun kesadaran masyarakat agar mematuhi aturan secara sukarela. Pendekatan tersebut dilakukan melalui bahasa yang sederhana, mudah dipahami, dan tidak menimbulkan konflik.Selain komunikasi langsung, Satpol PP juga memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan edukatif dalam bentuk video, poster, dan infografis mengenai ketertiban umum. Berdasarkan observasi, konten yang diunggah cenderung singkat, informatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, indikator pengkajian tujuan pesan komunikasi telah berjalan dengan baik. Teknik penyampaian pesan yang informatif dan persuasif terbukti mendukung efektivitas komunikasi Satpol PP dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar.

4. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Penulis melakukan pengukuran terhadap dimensi peranan komunikator melalui indikator kredibilitas dan daya tarik komunikator. Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang, masih terdapat perbedaan persepsi mengenai kredibilitas anggota Satpol PP. Beberapa pedagang menilai bahwa penyampaian informasi antaranggota belum sepenuhnya konsisten sehingga terkadang menimbulkan kebingungan dalam memahami aturan yang berlaku. Selain itu, stigma negatif terhadap Satpol PP sebagai aparat yang represif masih memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat. Namun demikian, pada indikator daya tarik komunikator, hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar anggota Satpol PP telah menggunakan pakaian dinas lapangan sesuai ketentuan, tampil rapi, dan menunjukkan sikap profesional saat bertugas. Penampilan yang baik tersebut memberikan kesan positif serta meningkatkan rasa hormat masyarakat terhadap petugas.

Kepala Bidang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat menyampaikan bahwa penampilan yang rapi dan profesional merupakan bagian penting dalam membangun citra institusi dan meningkatkan efektivitas komunikasi di lapangan. Berdasarkan hasil penelitian, indikator daya tarik

komunikator telah berjalan dengan baik, sedangkan indikator kredibilitas komunikator masih memerlukan peningkatan melalui pembinaan dan penguatan kompetensi komunikasi anggota Satpol PP.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi Satpol PP Kota Tangerang dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar telah berjalan cukup baik. Faktor pendukung utama meliputi kemampuan membaca situasi dan kondisi, penggunaan media komunikasi yang beragam, serta teknik penyampaian pesan yang informatif dan persuasif. Adapun faktor penghambat yang masih ditemukan adalah belum optimalnya kemampuan anggota dalam mengenali karakter komunikan serta masih adanya stigma negatif yang memengaruhi kredibilitas Satpol PP di mata masyarakat.

3.1. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Tangerang dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar dilakukan melalui komunikasi persuasif, koordinasi dengan berbagai pemangku kepentingan, serta sosialisasi kebijakan kepada pedagang. Pendekatan tersebut digunakan untuk mengurangi potensi konflik dan meningkatkan pemahaman pedagang terhadap tujuan penertiban. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif menjadi strategi yang paling dominan dalam proses penertiban. Satpol PP tidak hanya menyampaikan informasi mengenai aturan yang berlaku, tetapi juga berupaya membangun pemahaman dan kesadaran pedagang mengenai pentingnya menjaga ketertiban serta mendukung keberhasilan revitalisasi pasar. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan penertiban tidak hanya ditentukan oleh kewenangan penegakan aturan, tetapi juga oleh kemampuan aparat dalam membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat sasaran.

Selain itu, penelitian menemukan bahwa koordinasi antara Satpol PP dengan pengelola pasar, perangkat daerah terkait, dan pedagang menjadi faktor penting dalam mendukung pelaksanaan penertiban. Koordinasi tersebut membantu menyamakan persepsi mengenai tujuan kebijakan serta meminimalkan kesalahpahaman yang dapat menghambat proses penertiban. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi yang melibatkan berbagai pihak lebih efektif dibandingkan pendekatan yang hanya mengandalkan tindakan represif.Namun demikian, penelitian juga menemukan adanya hambatan komunikasi yang berasal dari perbedaan kepentingan, rendahnya kepatuhan sebagian pedagang, serta keterbatasan pemahaman terhadap aturan pasca revitalisasi pasar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa efektivitas strategi komunikasi masih dipengaruhi oleh faktor eksternal yang berada di luar kendali langsung Satpol PP.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi Satpol PP Kota Tangerang dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar telah berperan penting dalam mendukung pelaksanaan penertiban secara lebih humanis dan partisipatif. Keberhasilan strategi ini ditunjukkan melalui meningkatnya pemahaman pedagang terhadap kebijakan penataan pasar serta terjalinnya koordinasi yang baik antar pemangku kepentingan. Meskipun demikian, diperlukan penguatan komunikasi yang berkelanjutan agar tingkat kepatuhan pedagang dapat terus meningkat dan tujuan revitalisasi pasar dapat tercapai secara optimal. Secara keseluruhan, temuan penelitian menegaskan bahwa strategi komunikasi memiliki peran yang signifikan dalam mendukung pelaksanaan penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang. Komunikasi yang dilaksanakan secara persuasif, terencana, dan berkelanjutan mampu meningkatkan pemahaman serta

kepatuhan pedagang terhadap aturan yang berlaku. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan penertiban tidak hanya bergantung pada aspek penegakan regulasi, tetapi juga pada efektivitas komunikasi yang dibangun antara pemerintah dan masyarakat sebagai sasaran kebijakan.

4.5. Diskusi Temuan Menarik Lainnya (opsional)

Selain temuan utama mengenai strategi komunikasi yang diterapkan, penelitian ini juga menemukan bahwa hambatan komunikasi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi efektivitas penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar Kota Tangerang. Hambatan tersebut tidak hanya berasal dari aspek teknis penyampaian informasi, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi sosial dan ekonomi pedagang. Sebagian pedagang masih memiliki persepsi bahwa lokasi berjualan yang lama lebih menguntungkan dibandingkan lokasi yang telah disediakan pasca revitalisasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kejelasan pesan, tetapi juga oleh kemampuan komunikator memahami kebutuhan dan kepentingan sasaran komunikasi.

Temuan menarik lainnya menunjukkan bahwa Satpol PP tidak hanya mengandalkan pendekatan represif dalam mengatasi hambatan yang muncul, tetapi juga melakukan berbagai upaya persuasif melalui koordinasi dengan instansi terkait, sosialisasi berkelanjutan, serta pendekatan interpersonal kepada pedagang. Upaya tersebut menunjukkan bahwa penyelesaian permasalahan ketertiban pedagang memerlukan kombinasi antara penegakan aturan dan komunikasi yang humanis. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai media untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan kepatuhan pedagang terhadap kebijakan pemerintah.

IV. KESIMPULAN (5-10%)

Penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Tangerang dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi Pasar Anyar dilakukan melalui pendekatan persuasif, sosialisasi, koordinasi, dan komunikasi langsung kepada pedagang. Strategi tersebut berperan dalam meningkatkan pemahaman pedagang terhadap tujuan revitalisasi pasar serta mendorong kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku. Dalam pelaksanaannya, strategi komunikasi menghadapi berbagai hambatan, terutama yang berkaitan dengan perbedaan persepsi pedagang terhadap kebijakan penertiban dan kepentingan ekonomi yang dimiliki masing-masing pedagang. Kondisi tersebut memengaruhi tingkat penerimaan pedagang terhadap pesan yang disampaikan oleh Satpol PP.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, Satpol PP melakukan berbagai upaya melalui penguatan koordinasi dengan instansi terkait, sosialisasi yang berkelanjutan, serta pendekatan interpersonal kepada pedagang. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan penertiban pasca revitalisasi pasar tidak hanya ditentukan oleh aspek penegakan peraturan, tetapi juga oleh efektivitas strategi komunikasi yang mampu membangun pemahaman, kepercayaan, dan kepatuhan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini terbatas pada kajian strategi komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban pedagang pasca revitalisasi pasar dan belum mengkaji aspek lain di luar strategi komunikasi yang dapat memengaruhi keberhasilan penertiban.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian dengan menambahkan variabel atau aspek lain yang berkaitan dengan penertiban pedagang sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan informasi selama proses penelitian, khususnya kepada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Tangerang, pengelola Pasar Anyar, serta dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Adamonienė, R., Milašiūnaitė, V. dan Pūraitė, A., 2025. Bridging Training and Practice: Communication Challenges and Sustainable Organizational Behavior in Policing. *Sustainability*, 17(22), hlm. 1-17. Tersedia melalui: https://www.mdpi.com/2071-1050/17/22/9938.

Arisandy, D., 2021. Satuan Polisi Pamong Praja Sebagai Organisasi Perangkat Daerah yang Menjaga Wibawa Pemerintah dengan Menegakkan Peraturan Daerah. *Jurnal Tatapamong: Jurnal Pemerintahan Daerah*, 3(2), hlm. 157-175. Tersedia melalui: https://ejournal.ipdn.ac.id/jurnaltatapamong/article/view/1588.

Ayuningrum, W.M., 2024. Comparative Analysis of Government Communication Strategies in Environmental Law Enforcement: A Case Study of Indonesia (DKI Jakarta) and Singapore. *Journal of Communication and Public Relations*, 3(1), hlm. 25-38. Tersedia melalui: https://journal.lspr.edu/index.php/jcpr/article/view/675.

Damara, W., 2020. Implementasi Kebijakan tentang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat: Penertiban Pedagang Kaki Lima oleh Satpol PP. *Jurnal Tatapamong*, 2(2), hlm. 1-15. Tersedia melalui: https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v2i2.1244.

Fahmi, F.A., Rozie, A. dan Jalaludin, S., 2022. Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Kampar. *Jurnal Tatapamong*, 4(1), hlm. 1-14. Tersedia melalui: https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v4i1.2445.

Hamka, S., 2023. Pola Komunikasi Persuasif Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dalam Penertiban Pedagang Liar di Pasar Segiri Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 11(4). Tersedia melalui: https://portal.fisip-unmul.ac.id/site/?p=11340.

Hariyanto, R.R., 2023. *Fungsi Komunikasi dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima di Waterfront City oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kota Pontianak Provinsi Kalimantan Barat*. Skripsi/Tesis. Institut Pemerintahan Dalam Negeri. Tersedia melalui: https://eprints.ipdn.ac.id/14159/.

Holidin, D. dan Handini, R.S., 2014. Sound Governance Analysis in the Innovation of Traditional Market Revitalization and Street Vendors Management. *Jurnal Bina Praja*, 6(1), hlm. 1–12. Tersedia melalui: https://doi.org/10.21787/JBP.06.2014.1-12.

Katili, M.S.R., 2025. *Strategi Komunikasi Penertiban Ruang Milik Jalan di Gorontalo Outer Ring Road (GORR)*. Skripsi/Tesis. Institut Pemerintahan Dalam Negeri. Tersedia melalui: https://eprints.ipdn.ac.id/23176/.

Permatasari, A., Putro, U.S. dan Nuraeni, S., 2014. Strategic Analysis Relocating Street Vendor through 3D Negotiation Case Study: Street Vendor Surakarta, Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115, hlm. 1-10. Tersedia melalui: https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.451.

Prabandari, N., Putra, A. dan Rahman, M., 2024. The Influences of Traditional Market Revitalization Policy on the Design Thinking Process. *International Journal of Architecture and Urbanism*, 8(3), hlm. 1-12. Tersedia melalui: https://doi.org/10.32734/ijau.v8i3.17094.

Rahmadanty, M., Arif, E. dan Zetra, A., 2019. Compliance Gaining dalam Persuasi Komunikasi dan Kebijakan Publik Pemerintah Kota Bukittinggi Terkait Pembangunan Pasar Atas. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Pamong (JIPWP)*, 11(1), hlm. 54-69. Tersedia melalui: https://ejournal.ipdn.ac.id/JIPWP/article/view/575.

Ramadhan, A., 2022. Implementasi Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2018 tentang Keamanan dan Ketertiban Umum oleh Satuan Polisi Pamong Praja. *Jurnal Tatapamong: Jurnal Pemerintahan Daerah*, 4(1), hlm. 15-34. Tersedia melalui: https://ejournal.ipdn.ac.id/jurnaltatapamong/article/view/2447.

Roever, S. dan Skinner, C., 2016. Street Vendors and Cities. *Environment and Urbanization*, 28(2), hlm. 359-374. Tersedia melalui: https://doi.org/10.1177/0956247816653898.

Rukmana, M.G., 2020. Efektivitas Peran Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima di Kota Bandung. *Jurnal Tatapamong*, 2(1), hlm. 1-16. Tersedia melalui: https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v2i1.1234.

Sihite, A.P.Z. dan Aruan, J.T.B., 2023. Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penertiban Pedagang Kaki Lima di Pasar Sidikalang Kabupaten Dairi. *Jurnal Tatapamong*, 5(1), hlm. 1-15. Tersedia melalui: https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v5i1.3153.

Simarmata, T.H., 2023. Strategi Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penataan, Pengawasan, dan Penertiban Pedagang Kaki Lima di Kota Metro. *Jurnal Progress Administrasi Publik*, 4(2), hlm. 1-13. Tersedia melalui: https://jurnal.utb.ac.id/index.php/jpap/article/view/949.

Siregar, I., Karo, S.A.B. dan Pinem, M., 2024. Strategic Management of Police Public Relations in Delivering Public Services: A Case Study of the Tanah Karo Regional Police. *Journal of Public Relations and Community Engagement*, 2(1), hlm. 12-25. Tersedia melalui: https://www.researchgate.net/publication/399516285_Strategic_Management_of_Pol

ice_Public_Relations_in_Delivering_Public_Services_A_Case_Study_of_the_Tanah_Karo_Regional_Police.

Supriatna, D., 2021. Penataan Pedagang Kaki Lima (PKL) oleh Satpol PP dalam Upaya Menjaga Ketentraman dan Ketertiban Lalu Lintas dan Pejalan Kaki pada Pasar Tanjungsari Kecamatan Tanjungsari. *Jurnal Tatapamong*, 3(1), hlm. 1-15. Tersedia melalui: https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v3i1.1513.