

# KOMUNIKASI PERSUASIF POL-PP KOTA SURABAYA DALAM UPAYA PENERTIBAN PEDAGANG KAKI LIMA SELAMA PPKM

Fransiskus Chandra Jas  
Ilmu Komunikasi, universitas 17 agustus 1945 surabaya  
[dahongchandra@gmail.com](mailto:dahongchandra@gmail.com)

## **Abstract**

*In the midst of the situation of the Implementation of Restrictions on Community Activities (PPKM), Satpol PP officers in the city of Surabaya are often faced with substantive problems in the field of public order. They found these problems among middle to lower business actors, namely street vendors (PKL). Reflecting on this problem, the author is here to research and find out how persuasive communication was carried out by Satpol PP officers in the city of Surabaya in an effort to control street vendors (PKL) during the Implementation of Restrictions on Community Activities (PPKM). This study uses qualitative methods with data collection techniques, namely observation, interviews and documentation. The theory used in this study is Campaign Communication Theory (communication campaign theory). This theory talks about communication aimed at the general public in a larger scope with clear and systematically planned goals. From the results of the research conducted, it was found that persuasive communication was carried out by officers with an approach that paid attention to the factors of awareness, attitude and action. The approach used is a cultural approach. This approach aims to facilitate the efforts to control the civil service police. With the stages of socialization, handling, to control.*

**Keywords:** communication, persuasive, persuasive communication barriers.

## **Abstak**

Di tengah situasi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), para petugas Sat pol PP kota Surabaya seringkali berhadapan dengan persoalan-persoalan substantive di bidang ketertiban umum. Permasalahan tersebut mereka temukan di kalangan pelaku usaha menengah ke bawah, yaitu Pedagang Kaki Lima (PKL). Berkaca pada persoalan ini penulis hadir untuk meneliti dan mengetahui bagaimana komunikasi persuasive yang dilakukan oleh petugas Sat Pol PP kota Surabaya dalam upaya penertiban Pedagang Kaki Lima (PKL) selama Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tehnik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *Campaign Communication Theory* (Teori kampanye komunikasi). Dalam teori tersebut berbicara soal komunikasi yang ditujukan kepada khalayak umum dalam ruang lingkup yang lebih besar dengan tujuan yang jelas dan terencana secara sistematis. Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwasannya komunikasi persuasive yang dilakukan petugas dengan pendekatan yang memperhatikan factor *awareness, attitude, dan action*. Pendekatan yang dipakai adalah pendektan kultural. Pendeketan tersebut bertujuan untuk memudahkan upaya penertiban yang dilakukan oleh polisi pamong praja. Dengan tahap sosialisasi, penanganan, hingga penertiban.

**Kata kunci :** komunikasi, persuasif, hambatan komunikasi persuasif

## **Pendahuluan**

Pandemi COVID-19 telah berlangsung selama dua tahun melanda dunia terlebih khususnya Indonesia. Wabah ini sangat berdampak kepada berbagai aspek kehidupan masyarakat tanpa memandang kalangan baik dari aspek pendidikan, sosial, budaya, agama, maupun ekonomi. Berbicara soal sektor ekonomi diidentikan dengan tuntutan hidup. Untuk memenuhi kebutuhan hidup, setiap pelaku usaha berani keluar dari zona nyaman dan melakukan inovasi-inovasi terbaru. Lantas hal tersebut bukanlah suatu hal yang mudah bagi para pedagang kecil yang berjuang di

jalan.

Surabaya merupakan salah satu kota yang mempunyai jumlah penularan covid yang begitu banyak. Dalam upaya mengatasi wabah ini, pemerintah Indonesia melakukan berbagai upaya agar situasi dapat terkendali. Upaya-upaya yang dilakukan seperti *lockdown*, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), sampai pada Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) telah dilakukan secara massif terhitung sejak tanggal 11 sampai 25 Januari 2021 dan dilanjutkan hingga tanggal 08 Februari 2021. Setiap masyarakat dihimbau untuk melakukan aktifitas dimulai dari rumah saja tanpa harus melakukan kontak langsung dengan masyarakat yang lebih luas. Namun demikian, dalam perjalanannya langkah-langkah yang diambil pemerintah mengalami loncatan naik turun. Hal ini disebabkan oleh minimnya tingkat kesadaran masyarakat untuk mematuhi segala regulasi yang ada. Dinamika kehidupan masyarakat di tengah situasi PPKM memiliki gejala yang berbeda-beda terlebih khusus dilihat dari klasifikasi status sosial dan ekonomi. Gejala perlawanan yang tampak terlihat dari kelompok masyarakat adalah kaum menengah ke bawah terlebih khusus para pedagang kaki lima (PKL) yang ada di kota Surabaya.

Pedagang Kaki Lima (PKL) adalah salah satu dari antara pedagang kecil yang berjuang dengan fasilitas yang minim. Problem fasilitasi sering kali menjadi keresahan yang dihadapi oleh para PKL di lapangan. Bahwasannya para PKL kerap dianggap melanggar regulasi yang ditetapkan pemerintah baik sebelum wabah pandemi COVID-19 maupun pasca pandemi. Salah satu pelanggaran yang kerap dilakukan oleh kelompok PKL selama masa PPKM adalah menjual dagangan hingga melewati jam yang ditentukan oleh pemerintah. Pembatasan jam malam berpengaruh pada aktifitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian. Munculnya peraturan terkait pembatasan jam malam pada akhirnya membuat para konsumen menutup diri dan ruang gerak karena harus menjaga jarak demi terbebas dari penularan covid-19. Dinamika ini pada akhirnya berdampak terhadap aktivitas bisnis.

Kota Surabaya merupakan salah satu kota industri yang jumlah penduduknya berdasarkan data dari DKB semester kedua tahun 2020 mencapai 2.970.730 jiwa (Dispendukcapil, 2021). Sebagai salah satu kota metropolitan dan kota terpadat kedua setelah Jakarta, Kota Surabaya juga tidak luput dari wabah pandemi COVID-19. Dampak yang terjadi dari masuknya wabah di Kota Surabaya adalah pertikaian antara petugas pemerintahan dalam hal ini adalah pihak keamanan dengan Pedagang Kaki Lima (PKL).

Berdasarkan peraturan menteri dan usaha kecil dan menengah Republik Indonesia No 16 tahun 2018 pasal 1, pedagang kaki lima yang selanjutnya disingkat PKL adalah pelaku usaha yang melakukan usaha perdagangan dengan menggunakan sarana usaha bergerak maupun tidak bergerak menggunakan prasarana kota, fasilitas sosial, fasilitas umum, lahan dan bangunan milik pemerintah dan/atau swasta yang bersifat sementara/tidak menetap. Namun demikian, tidak sedikit dari antara pelaku PKL yang melanggar berbagai regulasi yang ada dengan alasan tuntutan ekonomi. Situasi di tengah pandemi ini menuntut pemerintah harus bersikap proaktif dengan menghadirkan berbagai upaya-upaya strategis yang bisa menekan tingkat penyebaran pandemi COVID-19. Salah satu upaya strategis tersebut hemat saya adalah dengan melakukan pendekatan komunikasi.

Komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi perilaku seseorang agar bertindak sesuai dengan apa yang disampaikan oleh komunikator. Dalam hal ini pemerintah Kota Surabaya membutuhkan sumber daya manusia yang mumpuni dalam mengendalikan situasi dan kondisi sosial. Salah satu kemampuan (skill) yang dibutuhkan dalam hal ini adalah kemampuan komunikasi yang baik.

Penelitian terdahulu dalam (Nisful Laili Zain) tentang strategi komunikasi persuasive dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. Dari penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa, komunikasi personal yang dilakukan oleh guru kepada siswa maupun wali siswa, orang tua siswa memiliki peran signifikan dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. Pendekatan komunikasi personal terhadap siswa dan orang tua siswa perlu keseriusan dan ketekunan dari pada guru, sebab menyita lebih banyak energi, waktu, tenaga dan juga biaya yang diperlukan untuk menjalin komunikasi secara personal.

Dalam (Alna Hanana, Novi Elian, & Revi Marta) Strategi komunikasi persuasif dalam menciptakan masyarakat sadar wisata di Kawasan wisata pantai padang kota padang. Strategi komunikasi persuasif berupa pembentukan pokdarwis. Pokdarwis adalah kombinasi dari empat

elemen komunikasi yang dapat dimaksimalkan dalam mencapai tujuan masyarakat sadar wisata. Pokdarwis adalah agent of change atau komunikator. Kemudian juga berperan sebagai media komunikasi.

Untuk mengkaji persoalan yang dihadapi penulis menggunakan teori *Campaign Communication Theory* (Teori kampanye komunikasi). Teori komunikasi kampanye dalam (Yuliana. 2021<sup>2</sup>, adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk memberikan dampak kepada khalayak dalam jumlah yang relative besar, pada kurun waktu tertentu, dan melalui serangkaian aktifitas komunikasi yang terorganisir. Pada teori ini memiliki dua poin yang menjadi ciri khas strategi komunikasi yaitu, memiliki tujuan yang jelas dan kegiatan komunikasi disusun atau direncanakan terlebih dahulu.

(Ricky Roinaldi 2020). Ostergaard (Venus 2017), menyebutkan ada tiga aspek dasar dalam melakukan kampanye yang biasa disebut 3A yakni, kesadaran (*Awaraness*), perilaku (*Attitude*), dan Tindakan (*Action*).

- a. *Awaraness*
- b. *attitude*
- c. *action*

Dari persoalan yang terjadi dan kajian literatur yang dilakukan, tulisan ini bertujuan untuk untuk mengetahui komunikasi persuasif POL-PP pemerintah Kota Surabaya dalam upaya penertiban Pedagang Kaki Lima (PKL) selama Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

## Metode Penelitian

### ➤ Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fenomena di lapangan. Sehingga harapannya penulis dapat mendeskripsikan subjek berdasarkan hasil wawancara. Melalui metode deskriptif, seorang peneliti akan mengamati secara langsung reaksi narasumber.

### ➤ Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan merupakan salah satu langkah yang sangat strategis dalam menyelesaikan penelitian. Tujuan utama dari penelitian adalah untuk mengumpulkan data dan fakta lapangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan observasi, wawancara baik lisan maupun kuisioner dan dokumentasi antara peneliti dengan responden.

#### a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap objek yang diteliti di lapangan. Observasi tentunya tidak sebatas pada pengamatan langsung tapi juga bisa juga dengan tidak langsung. Dari metode ini data yang ingin diperoleh adalah :

#### b. Wawancara

Menurut Lexy J. Moelung dalam (Sartika. 2018) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, wawancara itu dilakukan oleh dua pihak yaitu oleh pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan atas rangkaian peristiwa yang telah dilalui. Adapun rangkaian peristiwa tersebut terdapat dalam bentuk gambar dan tulisan. Dokumentasi ini sebagai representasi dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.

Subjek dari penelitian ini adalah petugas sat pol-pp kota Surabaya dan kelompok pedagang kaki lima. sementara objek dari penelitian ini adalah, komunikasi persuasive pol-pp kota Surabaya.

## Hasil dan Pembahasan

Dalam melaksanakan tugas penertiban selama masa PPKM polisi pamong praja kota Surabaya menentukan 6 strategi komunikasi yang akan dipakai di antaranya yaitu :

- a) Menentukan khalayak sasaran yang akan dituju dan *goals* yang ingin dicapai. Dari berbagai kelompok masyarakat kota Surabaya, salah satu sasaran yang ingin dituju oleh petugas satuan polisi pamong praja adalah kelompok pedagang kaki lima. Adapun tujuan

yang ingin dicapai dari para kelompok tersebut adalah terciptanya ketertiban umum selama masa PPKM.

- b) Mengumpulkan dan menganalisis data terkait dengan isu terkini berdasarkan sumber data yang didapat. Hal ini didasari pada persoalan pandemic covid-19 yang tak kunjung usai dengan gelombang penularan covid yang semakin meningkat terjadi di kota Surabaya.
- c) Pemetaan informasi berdasarkan data yang didapat, sehingga dapat memudahkan petugas dalam menentukan media apa yang digunakan dalam pelaksanaan tugas. Pemetaan ini dilakukan berdasarkan jumlah persebaran kelompok PKL yang paling massif di kota Surabaya. Berdasarkan pemetaan ini, maka instansi POL PP memikirkan langkah teknis dalam menyampaikan pesan.
- d) Membuat program komunikasi strategi dan akan dituangkan dalam komunikasi kreatif. Langkah ini berkaitan dengan inovasi dalam penyampaian pesan.
- e) Melaksanakan program-program yang sudah disusun.
- f) Melakukan monitoring atau evaluasi pasca pelaksanaan kegiatan.

Dalam mengatasi persoalan yang dihadapi oleh satuan polisi pamong praja kota Surabaya selama melakukan upaya penertiban pedagang kaki lima di tengah masa PPKM, berikut ini beberapa indikator yang dipakai oleh aparat dalam menjalankan tugas dilapangan berdasarkan teori kampanye komunikasi, yaitu :

1. awarness.

Awarner merupakan tahap komunikasi yang bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran internal seseorang melalui pesan-pesan yang disampaikan. Dari hasil wawancara petugas Pol PP (pak Hedy. C. N) yang bertugas di bagian divisi

penertiban umum mengatakan :

*“selama masa PPKM kita memang dihadapkan dengan tekanan batin mas, karena sampean ngerti kita ini sama-sama nggolek mangan. Tapi yo opo, namanya tugas mesti dijalani. Aku yo paham perasaan karo situasi e masyarakat, mangkane sewaktu bertugas penertiban, tak ajaki bicara karo wong. Tak sampaikan, saiki yo pandemic, wes akeh wong sing dipanggil gusti Allah, sampean nanggene nggolek mangan aku yo ngerti. Masalah e iki, bukan cuman sampean tok sing tak nertib i. Aku nggak ngelarang sampean dodolan, tapi sampean mesti liat aturan, gak boleh dodolan liwati jam 09.00 malam, gak boleh di tempat ramai. Kalau sampean angel, isok-isok keluarga nang omah e sampean kena virus kabeh, kan kasihan akhir e. iki peringatan pertama buat sampean, leg ngelanggar mane, sampean tak beri surat peringatan. Leg melanggar mane, barang dagangannya sampean tak angkut kabeh nang kantor dan sampean mesti bayar administrasi”*

Selama masa pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM), satuan polisi pamong praja kota Surabaya memanfaatkan seluruh jaringan atau media yang ada, salah satunya adalah menggunakan media social Instagram. Penyampaian informasi melalui instagaram dirasa cukup efektif karena dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, sehingga pesan yang disampaikan dapat efektif. Hal ini secara tidak langsung dapat meningkatkan kesadaran dalam diri khalayak umum.

Dalam kesempatan yang sama melalui proses wawancara, penulis juga mewawancarai pak Sukrisno Waluyo yang bertugas di bidang penertiban umum terkait responsifitas yang diberikan oleh masyarakat terlebih khusus pedagang kaki lima selama masa PPKM. Adapaun penjelasan dari beliau mengatakan: *“Pada intinya selama memberikan pemahaman melalui kampanye bahaya covid-19 ada para pedagang yang mengikuti aturan, tetapi tidak menutup kemungkinan juga ada dari antara mereka yang melawan. Saya menyadari dari beberapa tingkah laku mereka, kepatuhan yang terjadi bukan karena adanya rasa takut atau peka terhadap masalah situasional yaitu covid-19, tetapi lebih cenderung takut karena hadirnya aparat yang melakukan penertiban*

2. Attitude

Attitude dalam tindakan komunikasi merupakan salah satu factor yang sangat menentukan reaksi khalayak terhadap informasi yang disampaikan. Dalam melakukan proses kampanye terhadap pedagang kaki lima di kota Surabaya, para petugas Satuan Polisi Pamong Praja tetap memperhatikan aspek sikap atau perilaku. Hal tersebut didasari oleh latar belakang masyarakat yang heterogen sehingga dibutuhkan strategi komunikasi yang bisa diterima. Dalam upaya persuasive kepada pedagang kaki lima selama masa PPKM, pendekatan yang dipakai oleh petugas di lapangan yaitu dengan pendekatan emosional dan psikologi. Bahwasannya petugas sangat memahami persoalan yang sedang dihadapi oleh segenap pedagang kaki lima kota Surabaya, sehingga Langkah-langkah yang dilakukan oleh petugas pun harus menyesuaikan karakter mereka, seperti yang disampaikan oleh pak Hedy. C. N adalah sebagai berikut; *“Selama menjalankan tugas penertiban di tengah PPKM, kami tentu memperhatikan karakter para PKL, apalagi PKL di kota surabaya tidak semuanya berasal dari kota Surabaya, ada yang dari madura, blitar, solo dan beberapa daerah lain dari jawa timur. Dengan melihat latar belakang tersebut, kami menghimbau kepada mereka semua dengan menggunakan Bahasa yang halus, seperti Bahasa jawa halus. Kami datang ke mereka, jika para PKL terdiri dari jumlah yang besar, maka sarana yang kami pakai adalah menggunakan pengeras suara supaya bisa didengar, dan membagi selebaran informasi seperti yang tertuang dalam PERWALI No 67 Tahun 2020.*

Langkah awal yang dilakukan satuan polisi pamong praja dalam melakukan penertiban yaitu perlu menyiapkan perencanaan yang matang demi sebuah tujuan yang baik dan dalam hal ini berkaitan dengan ketertiban masyarakat. Dalam menjalankan tugas para petugas dihadapkan dengan berbagai persoalan yang terdapat pada kelompok PKL. Persoalan tersebut sangat membutuhkan strategi persuasif yang dapat mempengaruhi kognisi, psikologi dan tingkah laku komunikasi. Dari hasil wawancara, Resti Altika Putri sebagai tenaga operasional di satuan polisi pamong praja kota Surabaya menjelaskan bahwa: *“Selama melaksanakan kegiatan penertiban di kota Surabaya, persoalan yang sering kali dihadapi adalah, banyaknya kelompok PKL yang bukan beridentitas asli Surabaya. Sehingga untuk mengatasi polemic tersebut, kami melakukan pendekatan kultural seperti, jika PKL nya dari madura, maka kami meminta petugas yang memiliki pengetahuan Bahasa madura untuk menjelaskan maksud dan tujuan dari penertiban sesuai dengan isu yang terjadi. Hal tersebut tentunya tidak lari jauh dari PERWALI No 67 tahun 2020”*

### 3. Action

Tahap *action* merupakan langkah ketiga yang digunakan oleh para petugas di lapangan selama melaksanakan penertiban. Action merupakan tindakan konkrit yang mengharapkan adanya timbal balik pada aspek perilaku dari khalayak umum. Sasaran yang dicapai oleh para petugas Satuan polisi pamong praja kota Surabaya selama masa PPKM adalah para pedagang kaki lima. Dalam wawancara penulis dengan petugas di bidang penertiban umum kota satuan polisi pamong praja kota Surabaya, Hamim menjelaskan *“Kami sebagai aparaturnegara wajib menjadi contoh di tengah masyarakat terlebih khusus di tengah PPKM selama masa pandemic. Contoh yang kami tunjukkan adalah dengan menggunakan masker dan tetap menjaga jarak antara sesama petugas, sehingga tidak ada kecendrungan menularnya virus di antara sesama petugas. Di sisi lain langkah yang kami lakukan adalah dengan mempraktekan langkah-langkah preventif dalam menekan penularan virus, seperti mengajarkan cara memakai masker yang benar, penggunaan disinfektan yang benar, dan mencuci tangan yang baik. Dalam beberapa kesempatan kami juga melakukan pembagian sembako kepada para pedagang kaki lima, guna untuk meminimalisir tingkat mobilitas para pedagang. Sehingga sembako-sembako yang telah dibagikan menjadi konsumsi sementara bagi pedagang kaki lima dan keluarga yang ada di rumah. langkah ini kami lakukan bukan hanya Ketika berjumpa lansung dengan masyarakat, tetapi melalui jaringan media social Instagram juga”*

Dalam wawancara penulis dengan salah satu pedagang kaki lima (pak Eko) yang ada jalan genteng kali, kelurahan embong kaliasin, kota Surabaya menjelaskan bahwa :

*“Salah satu usaha yang bisa dilakukan di kota Surabaya adalah menjadi penjual di pinggir jalan. Saya sudah hampir 7 tahun di kota surabaya dan ini merupakan pekerjaan utama saya yang saya rasa cukup untuk menghidupi keluarga. Masa PPKM memang menyulitkan kami untuk berjualan karena sangat sedikit orang yang keluar rumah karena takut ketularan virus. Di tengah masa*

*PPKM ini, kami selalu dibayang-bayangi penindakan dari para petugas Pol PP, takut diabrak-abrik dan ditangkap. Alhamdulillah sejauh ini para petugas melakukan penertiban dengan ramah, bahkan diajak ngobrol dari hati ke hati. Memang berat bagi kami untuk berhenti berjualan dengan waktu yang telah ditentukan. Tapi yo opo mas, nama e urip mesti diperjuangkan. Kadang-kadang setelah dioperasi kami pindah ke tempat yang lain yang menurut kami kecil kemungkinan ditindak. Itu kalau jualan kami dalam sehari dirasa belum mencukupi.”*

Hal serupa dialami oleh ibu Atik selaku pedagang kaki lima di jalan ngagel rejo, mengatakan:

*“Waktu PPKM kemarin, ibu kadang-kadang kesel, karena setiap hari petugas Pol PP karo konco-konco polisi, tantara, sama dishub iku teko nang nggene. Sebagai masyarakat kecil yo kita manut ae mas, aku sebagai ibu-ibu isok opo. Nama e aturan mesti ditaati. Sing buat ibu nurut, karena beberapa kali ibu sering nerimas sembako, kayak beras, minyak goreng. Meskipun ibu bukan asli Surabaya, tapi ibu merasa diperhatikan. Gak opo-opo wes, sing penting onok beras, mangkane ibu mole nang omah. Tapi besok dodolan maneh.*

Tugas yang dijalankan oleh petugas Pol-PP tentunya dihadapkan berbagai macam persoalan hambatan, baik yang sifatnya dari dalam maupun dari luar. Hal tersebut menjadi bahan evaluasi bagi instansi agar mampu meningkatkan ketertiban umum.

## **Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang komunikasi persuasif pol pp kota surabaya dalam upaya penertiban pedagang kaki lima selama masa pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) penulis menemukan beberapa langkah strategis yang digunakan oleh satuan polisi pamong praja kota Surabaya. Eksistensi polisi pamong praja sebagai instrument penting pemerintah kota surabaya dirasa cukup efektif dalam melakukan penertiban pedagang kaki lima selama masa pandemic covide-19 terlebih khusus di tengah masa PPKM. Sebagai upaya untuk menekan tingkat penyebaran covide-19, kelompok satuan polisi pamong praja menetapkan tujuan yang jelas dalam melakukan penertiban serta pendekatan komunikasi yang disusun dan direncanakan terlebih dahulu. Kegiatan penyampaian pesan dalam komunikasi persuasif pastinya selalu dihadapkan dengan berbagai macam hambatan. Namun demikian hambatan dapat dipecahkan dengan langkah-langkah yang efektif. Dalam mengetahui bagaimana komunikasi persuasif Pol PP kota Surabaya dalam upaya penertiban pedagang kaki lima selama masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), Strategi yang digunakan adalah dengan melakukan kampanye komunikasi social dengan target yang ingin dicapai *awareness*, *attitude*, dan *action*. Di sisi lain temuan yang dihadapi oleh para petugas di lapangan adalah masih terdapat para PKL yang tidak memiliki surat izin dalam menggunakan fasilitas pemerintah kota surabaya. selain itu para PKL tersebut belum secara resmi terdaftar pada dinas kependudukan dan catatan sipil sebagai warga asli kota surabaya.

### **Saran rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahsan mengenai komunikasi persuasif satuan polisi pamong praja dalam upaya penertiban pedagang kaki lima selama masa pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat, maka rekomendasi saran yang ingin disampaikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi pemerintah kota Surabaya dalam hal penyediaan fasilitas bagi para pelaku pedagang kaki lima, sehingga dapat memudahkan control social dari petugas satuan polisi pamong praja.

Kepada instansi satuan polisi pamong praja kota Surabaya perlu adanya tindakan asertif dalam melaksanakan tugas di lapangan sehingga dapat memberikan tekanan yang mampu mengubah paradigma masyarakat, terlebih khusus kepada para pedagang kaki lima.

## **Daftar Pustaka**

- Hanana, Novi Elian & Revi Marta. (2017). *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang*
- Yuliana. Pentingnya Strategi Komunikasi dalam Berkomunikasi. *J Sudut Pandang Vol. 2021;2(5):1-5.*

Laily Zain Kepala SMK PGRI N. *STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR SISWA*. Vol 3.; 2017.