

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK INSPEKTORAT DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA DALAM  
PERANNYA SEBAGAI SATGAS SABER PUNGLI  
(STUDI KASUS PENANGGULANGAN PUNGUTAN LIARDI KAWASAN MALIOBORO TAHUN 2023)**

**Naskah Publikasi**

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan



**Oleh :**

Muhammad Hafizh Abimanyu

2000030161

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN**

**2024**

# STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK INSPEKTORAT DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA DALAM PERANNYA SEBAGAI SATGAS SABER PUNGLI

(STUDI KASUS PENANGGULANGAN PUNGUTAN LIARDI KAWASAN MALIOBORO TAHUN 2023)

Muhammad Hafizh Abimanyu dan Ardiyanto Wardhana

Universitas Ahmad Dahlan

Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Kec. Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta Email: [muhammad2000030161@webmail.uad.ac.id](mailto:muhammad2000030161@webmail.uad.ac.id) , [ardiyanto.wardhana@comm.uad.ac.id](mailto:ardiyanto.wardhana@comm.uad.ac.id)

## ABSTRAK

Strategi dan faktor komunikasi merupakan unsur penting yang harus di perhatikan oleh Inspektorat dalam melakukan komunikasi publik untuk mengatasi pungutan liar. Maraknya pungutan liar yang terjadi di Yogyakarta membuat wisatawan yang berkunjung menjadi resah. Komunikasi yang dilakukan oleh Inspektorat yaitu mengumpulkan informasi untuk menyampaikan informasi tersebut kepada komunikan, Maka dari itu keahlian komunikasi publik yang baik harus di miliki oleh Inspektorat terhadap masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus atau kualitatif deskriptif agar dapat mengetahui bagaimana strategi komunikasi publik yang baik. Penelitian Peneliti menggunakan teknik wawancara terstruktur, observasi, dan dokumentasi untuk mengumpulkan informasi dari sumber yang relevan. Untuk memastikan keabsahan data, dilakukan triangulasi data, yaitu metode pengujian reliabilitas yang meneliti data dari sumber yang berbeda pada waktu yang berbeda.

Dalam menentukan strategi komunikasi publik Inspektorat harus didasarkan dengan empat komponen yaitu, komunikator, Pesan Komunikasi, Media Komunikasi, dan Khalayak sasaran, dari setiap komunikasi juga pasti terdapat hambatan, hambatan yang dihadapi oleh Inspektorat adalah uang receh atau masyarakat kecil, dan sulitnya mengendalikan pungutan liar saat weekend. dari proses komunikasi tersebut juga akan terdapat efek yaitu, Kognitif, Afektif, dan Behavioral. Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Satgas Saber Pungli Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta diantaranya adalah dengan memanfaatkan sosial media sebagai alat untuk dapat berinteraksi dengan masyarakat. Media sosial memberikan fasilitas kepada inspektorat dan masyarakat untuk dapat melakukan komunikasi dua arah khususnya terkait pungutan liar. Lalu, strategi komunikasi juga dijalankan dengan bertatap muka langsung melalui sosialisasi.

**Kata kunci:** Komunikasi Publik, Inspektorat DIY, Pungutan Liar.

## ABSTRACT

*Communication strategies and factors are important elements that the Inspectorate must pay attention to when carrying out public communications to overcome illegal levies. The rise of illegal levies in Yogyakarta is making visiting tourists anxious. Communication carried out by the Inspectorate is collecting information to convey that information to the communicant. Therefore, the Inspectorate must have good public communication skills towards the public.*

*This research uses a case study or descriptive qualitative approach in order to find out what a good public communication strategy is. Research Researchers used structured interview techniques, observation, and documentation to collect information from relevant sources. To ensure the validity of the data, data triangulation was carried out, namely a reliability testing method that examines data from different sources at different times.*

*For every communication there are bound to be obstacles, the obstacles faced by the Inspectorate are small change or small people, and the difficulty of controlling illegal levies. During weekends, the communication process will also have effects, namely Cognitive, Affective and Behavioral. The public communication strategy carried out by the Yogyakarta Special Region Inspectorate's Extortion Saber Task Force includes using social media as a tool to interact with the public. Social media provides facilities for inspectorates and the public to carry out two-way communication, especially regarding illegal levies. Then, the communication strategy is also carried out face to face through socialization*

**Keywords:** *Public Communication, DIY Inspectorate, Illegal Fees.*

## PENDAHULUAN

Strategi Komunikasi merupakan gabungan antara perencanaan serta manajemen dalam mencapai sebuah tujuan. Dalam mencapai tujuannya tersebut, Strategi komunikasi berfungsi sebagai operasional yang di lakukan secara taktis dimana dalam suatu penelitian saat melakukan pendekatan (approach) suatu saat dapat berbeda di mana hal itu dipengaruhi dengan situasi

dan kondisi yang ada. Dalam menyampaikan pesan atau informasi dibutuhkan sebuah strategi, Strategi adalah rencana atau pendekatan yang sistematis dan terstruktur yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Maka dari itu, tanpa adanya strategi, sebuah pesan atau informasi tidak akan tersampaikan dengan baik (Ahda & Rozi, 2022).

Faktor komunikasi merupakan hal yang sangat dasar dalam sebuah lembaga, bagaimana sebuah lembaga

atau organisasi itu ingin merubah suatu tingkah laku manusia dalam jumlah yang besar, lembaga atau organisasi tersebut harus menggunakan elemen-elemen komunikasi yang ada yaitu, komunikator, pesan yang akan disampaikan, saluran atau media yang digunakan, komunikan atau penerima pesan yang melalui sebuah efek atau pengaruh yang di bentuk dalam mencapai suatu tujuan komunikasi yang sempurna.

Dalam komunikasi publik, Inspektorat dalam perannya sebagai satgas saber pungli di tuntut untuk mampu berkomunikasi publik dengan baik dan efektif. Dalam membangun komunikasi dan hubungan yang baik kepada komunikan tidak mudah, dibutuhkan sebuah strategi komunikasi dalam mengatasi sebuah permasalahan. Dengan mengetahui cara untuk berkomunikasi publik yang baik, Inspektorat dapat mengetahui bagaimana cara menyampaikan sebuah pesan yang efektif. Menjadi komunikator serta komunikan yang efektif, sekaligus dapat menjadi

lembaga pemerintah yang bekerja sesuai dengan tugasnya.

Komunikasi publik merupakan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu organisasi dalam mengumpulkan informasi untuk menyampaikan informasi tersebut kepada komunikan. Keahlian komunikasi publik yang dilakukan oleh Inspektorat sangat diperlukan untuk masyarakat di kawasan Malioboro. Inspektorat merupakan satuan lembaga yang memiliki tugas atau wewenang dalam melaksanakan dan mengurangi pungutan liar yang terjadi secara efektif dan efisien.

Pungutan liar atau pungli diartikan sebagai pemungutan di tempat-tempat yang seharusnya tidak boleh dilakukan, dan tempat yang dimaksudkan untuk pungutan, atau sebagai kegiatan yang tidak sesuai dengan peraturan. Jadi dapat diartikan dengan memungut bayaran atau meminta uang dari pihak lain dan merupakan kegiatan kriminal. Berdasarkan data survey yang dilansir dari ombudsman.go.id (2021), kasus pungli di Indonesia yang terjadi di lingkungan layanan publik mencapai 11

persen dari jumlah 16 ribu aduan pada tahun 2021 lalu. Berdasarkan data survey Transparency International Indonesia (TII) yang dikutip juga dari laman ombudsman.go.id, tingkat suap di Indonesia mencapai urutan ke-3 di antara 17 negara di Asia pada tahun 2021.

Maraknya pungutan liar yang terjadi di Yogyakarta dalam layanan publik terutama di sektor perparkiran, pariwisata, pendidikan membuat banyaknya aduan yang diterima oleh Inspektorat dari berbagai media komunikasi. Berdasarkan data dari Satgas Saber Pungli Inspektorat yang dikutip dari (harianjogja.com, 2017) pada tahun 2017 lalu sebanyak 33.100 aduan yang diterima dari berbagai macam kasus pungutan liar di Yogyakarta. Data terbaru juga di dapatkan dari inpektorat.jogjaprovo.go.id, periode Januari hingga Desember tahun 2021.

Operasi tangkap tangan sudah dilakukan oleh Satgas Saber Pungli salah satunya adalah kasus parkir liar oleh masyarakat yang terjadi pada High Season liburan. Berdasarkan informasi

dari jogjakota.go.id (2023), Satgas Saber Pungli UPP (Unit Pemberantasan Pungli) dari Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta melakukan penindakan pengamanan terhadap dua juru parkir yang diduga memungut tarif melebihi batas ketentuan alias nuthuk harga. Hal tersebut dilakukan karena merupakan pelanggaran atas peraturan yang sudah ditentukan oleh pemerintah setempat, kasus pungli tersebut juga dapat menurunkan citra positif dari Malioboro.

Dari banyaknya kasus pungutan liar yang ada di Yogyakarta terutama di sektor layanan publik, kunjungan wisata yang ada di Yogyakarta diduga menurun, pernyataan ini dikutip dari liputan6.com (2023), yang menjadi faktor menurunnya kunjungan wisata yang ada di Yogyakarta salah satunya akibat polemik tarif parkir. Maka bisa disimpulkan bahwa pungutan liar sangatlah meresahkan para wisatawan yang berkunjung ke Malioboro.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti ingin mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh Inspektorat Daerah Istimewa

Yogyakarta dalam mengatasi pungutan liar. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Komunikasi Publik Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Mengatasi Pungutan Liar Di Kawasan Malioboro".

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam artikel ini, penulis akan membahas tentang Strategi Komunikasi Publik yang dilakukan oleh Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi salah satu upaya Inspektorat dalam menanggulangi pungutan liar yang terjadi di kawasan Malioboro. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menganalisis dan membahas data yang dikumpulkan. Fokus utama penelitian adalah pada strategi yang komunikasi publik Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta dalam perannya sebagai satgas saber pungli yang menekankan terhadap 4 komponen komunikasi. Untuk mendapatkan informasi yang komprehensif, penulis melakukan wawancara mendalam dengan kepala

Subbagian Monitoring dan Evaluasi serta narasumber terkait.

Wawancara yang telah dilakukan melibatkan sejumlah pertanyaan kepada narasumber terkait keempat komponen komunikasi publik yaitu 1). Komunikator 2). Pesan Komunikasi 3). Media Komunikasi 4). Khalayak Sasaran, peneliti juga mewawancarai terakit hambatan, efek dan bagaimana strategi komunikasi publik yang mereka lakukan berdasarkan keempat komponen tersebut.

Peneliti melakukan wawancara dengan informan yang berasal dari Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan menjadwalkan waktu sesuai ketersediaan informan, sehingga tidak mengganggu jam kerja mereka. Setelah mendapatkan persetujuan untuk wawancara, peneliti mulai melakukan wawancara mendalam dengan informan. Untuk menguraikan hasil penelitian, peneliti juga melakukan wawancara mendalam dengan beberapa narasumber yang terkait dalam program yang Inspektorat jalankan. Setelah wawancara, peneliti merangkum intisari dari setiap jawaban

narasumber, yang mencakup poin-poin penting berupa data dan fakta. Rangkuman ini membantu dalam menjelaskan poin-poin tersebut dalam pembahasan hasil penelitian secara lebih terperinci.

Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa Inspektorat memiliki komunikator yang berhasil membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat Yogyakarta khususnya di wilayah Malioboro. Hal ini menunjukkan kredibilitas komunikator karena berhasil melakukan pendekatan dengan khalayak.

Menggunakan media sosial yang mana memberikan fasilitas kepada inspektorat dan masyarakat untuk dapat melakukan komunikasi dua arah khususnya terkait pungutan liar. Lalu, media komunikasi juga dijalankan dengan bertatap muka langsung melalui sosialisasi, tidak hanya itu Inspektorat dalam perannya sebagai satgas saber pungli juga mensosialisasikan programnya melalui TV, Radio, Koran, dan menyediakan Tempat pengaduan E-Lapor, SP4N, dan lainnya. Proses ini menjadi salah satu langkah krusial yang

memengaruhi kesuksesan pelaksanaan program.

Pesan Komunikasi Satgas Saber Pungli Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta menyampaikan pesan komunikasi melalui sosialisasi dengan menggambarkan situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan khususnya sektor perparkiran. Inspektorat memilih untuk melakukan sosialisasi yang bersifat edukatif untuk dapat menghindari adanya tindakan represif yang berpotensi untuk terjadi.

Khalayak sasaran yang ditetapkan oleh Inspektorat adalah, juru parkir, wisatawan, pedagang, dan beberapa masyarakat sekitaran Malioboro, Dengan sasaran program yang luas, Inspektorat berusaha memastikan bahwa pesan komunikasi atau pesan program yang disampaikan dapat diterima dengan baik, utamanya oleh pihak yang terlibat ataupun berpotensi terlibat.

Dalam bagian pembahasan ini, Peneliti akan menjabarkan hasil penelitian yang telah diteliti berdasarkan keempat komponen komunikasi publik. Dalam melakukan

strategi komunikasi publik, Menurut Cangara ada empat komponen yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuannya yaitu, komunikator, pesan komunikasi, media komunikasi, dan khalayak sasaran. Jika keempat komponen ini terpenuhi, maka Inspektorat dapat mewujudkan komunikasi yang efektif.

#### 1. Strategi Komunikasi Publik

Menurut beberapa informan yang diwawancarai, Peneliti mendapatkan bahwa Malioboro masih banyak terjadi pungutan liar di sektor perparkiran yang dimana Parkiran Abu Bakar Ali merupakan fokus utama dari Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menjalankan perannya sebagai satgas saber pungli. Maka dari itu dalam menjalankan tugasnya sebagai bagian monitoring dan evaluasi Inspektorat menjalankan tugasnya berdasarkan keempat komponen yaitu :

##### a. Komunikator

Dalam komunikasi publik, komunikator atau penyampai pesan komunikasi haruslah dapat menyampaikan pesan dengan efektif

dimana komunikator harus memiliki kredibilitas yang tinggi, bahasa dan tutur kata yang baik, serta dapat melakukan pendekatan terhadap khalayak sebagai target dari pesan komunikasi. Berdasarkan hasil penelitian, Bapak Norowisnu yang berasal dari Inspektorat berhasil membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat Yogyakarta khususnya di wilayah Malioboro. Hal ini menunjukkan kredibilitas beliau sebagai seorang komunikator yang berhasil melakukan pendekatan dengan khalayak.

##### b. Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi haruslah dirumuskan dengan baik agar dapat tersampaikan dan mudah dipahami oleh khalayak dimana pesan yang disampaikan dengan mempertimbangkan situasi serta kondisi yang ada di masyarakat karena berkaitan dengan tujuan dan teknik yang akan digunakan dalam strategi komunikasi publik. Dalam menyampaikan pesan, Inspektorat mengemasnya dengan memahami tentang visi dan misi dari pemerintah



Yogyakarta sehingga pesan-pesan komunikasi yang disampaikan dapat berjalan selaras dengan tujuan dari pemerintah untuk dapat memberdayakan masyarakat. Lalu, dalam penelitian juga ditemukan bahwa Inspektorat merangkul masyarakat, juru parkir, dan pedagang yang ada di kawasan Malioboro untuk memastikan bahwa program yang dibuat telah tersampaikan.

c. Media Komunikasi

Media komunikasi merupakan alat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Media komunikasi dapat berupa berbagai macam media digital maupun cetak, yang menjadi poin penting adalah media tersebut dapat menjangkau khalayak yang luas dengan tepat sasaran. Memilih media komunikasi haruslah berhati-hati karena dapat menentukan siapa target dari pesan komunikasi.

Peneliti menemukan bahwa Inspektorat membuka kesempatan komunikasi dua arah kepada masyarakat dengan menyediakan

media untuk masyarakat memberikan aduan. Layanan aduan yang disediakan Inspektorat diantaranya adalah E-Lapor, Whistle Blowing System (WBS), SP4N Lapor, dan social media inspektorat yang menjadi call center dari Inspektorat.

d. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dapat mempengaruhi bagaimana pesan komunikasi akan disampaikan. Hal ini, penting untuk mencapai tujuan dari komunikasi publik. Untuk melancarkannya, komunikator harus menentukan beberapa sasaran dari program pesan komunikasi agar dapat tersampaikan dengan sesuai. Khalayak sasaran haruslah memahami pesan secara jelas. Berdasarkan penelitian dapat dikatakan bahwa khalayak yang dicakup oleh Inspektorat sudah sesuai dengan target yang ditentukan namun fakta di lapangan adalah masih terdapat tindakan liar di daerah Malioboro, misalnya adanya tarif parkir yang berbeda-beda dan cenderung tidak masuk akal di daerah Malioboro. Tetapi, dalam hal ini tim INSpektorat teruslah berupaya untuk dapat

menyebarkan pesan komunikasi tersebut agar dapat meningkatkan kualitas wisata di Malioboro.

## 2. Hambatan Komunikasi

Proses komunikasi tidak luput dari hambatan apalagi bila komunikasi melibatkan khalayak yang luas. Hambatan komunikasi menjadi satu faktor yang dapat menghambat efektifitas dari sebuah proses komunikasi. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa terdapat beberapa hambatan yang dihadapi oleh Satgas Saber Pungli Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta diantaranya:

- a. Tindakan penertiban dilakukan terhadap masyarakat kecil cenderung sensitif karena tindakan pungutan liar terkadang dibenarkan karena alasan ekonomi.
- b. Khalayak yang menjadi sasaran komunikasi sangat luas. Dikarenakan Malioboro merupakan tujuan wisata utama dengan keberagaman bahasa,

kebiasaan, serta persepsi, dan keterbatasan fisik.

## 3. Efek Komunikasi

Sebuah proses komunikasi dapat menimbulkan dampak atau efek yang merupakan hasil dari pesan-pesan komunikasi yang disampaikan. Efek ini dirasakan oleh Satgas Saber Pungli Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai komunikator dan masyarakat atau khalayak sebagai komunikan. Efek komunikasi memiliki potensi untuk memengaruhi perilaku, cara berpikir, dan sikap terhadap individu yang berkomunikasi atau menerima komunikasi. Menurut Mc Luhan (Mulyana, 2011, p. 34), efek komunikasi yang muncul sebagai akibat dari proses komunikasi terbagi menjadi tiga yaitu efek Kognitif, Afektif, dan Behavioral.

### a. Kognitif

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa Satgas Saber Pungli Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta mencoba menyesuaikan

pengolahan pesan yang akan disampaikan terkait pungutan liar. Peneliti menemukan bahwa Inspektorat merasakan efek kognitif dengan timbulnya kehati-hatian dalam setiap tindakan yang dilakukan terutama dalam mengolah informasi dan pesan yang akan disampaikan.

Hal tersebut berkaitan dengan efek kognitif yang timbul kepada masyarakat dimana masyarakat memberikan persepsi negatif terhadap sistematika pengaduan yang tidak langsung ditindaklanjuti akibat banyaknya proses yang harus dilakukan. Pada faktanya, efek kognitif yang dirasakan masyarakat tersebut sebenarnya timbul akibat kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap regulasi dari Inspektorat.

b. Afektif

Efek afektif adalah efek yang dapat merubah apa yang

dirasakan dan berkaitan dengan rangsangan emosional. Dari hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa efek afektif yang muncul kepada masyarakat adalah sikap penentangan. Sikap ini muncul dari beberapa juru parkir yang berusaha untuk mengkritik tindaklanjut yang dilakukan oleh satgas atas tindakan pungutan liar.

Sebaliknya, peneliti menemukan bahwa efek afektif ini juga dirasakan oleh Satgas Saber Pungli Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta dimana Inspektorat terpaksa harus memunculkan sikap yang lebih represif dalam mengkomunikasikan kebijakannya. Hal ini berkaitan dengan pemberian informasi yang dilakukan oleh Inspektorat yang dikatakan kurang rata karena masih ada masyarakat yang masih tidak tahu tentang program dan

pesan komunikasi yang disampaikan

c. Behavioral

Efek behavioral adalah efek yang berasal dari tingkah laku masyarakat sebagai makhluk hidup. Dalam kasus ini, efek behavioral muncul sebagai akibat dari informasi dari sosialisasi pungutan liar. Perilaku yang timbul dari komunikasi berbeda-beda, ada yang menentang dan ada juga yang setuju.

Berdasarkan hasil penelitian, efek behavioral yang muncul kepada masyarakat adalah timbulnya kesadaran terhadap pungutan liar. Meskipun masih ada beberapa pihak yang menentang pesan tersebut. Sedangkan kepada Satgas Saber Pungli Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta efek behavioral yang muncul adalah adanya kesadaran untuk mengidentifikasi lagi kebutuhan masyarakat terkait tindakan pungutan liar.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan dalam pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi Publik

Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh Satgas Saber Pungli Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta diantaranya adalah dengan memanfaatkan sosial media sebagai alat untuk dapat berinteraksi dengan masyarakat.

a. Komunikator

Inspektorat memiliki komunikator yang berhasil membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat Yogyakarta khususnya di wilayah Malioboro. Hal ini menunjukkan kredibilitas komunikator karena berhasil melakukan pendekatan dengan khalayak.

b. Media komunikasi

Menggunakan media sosial yang mana memberikan fasilitas kepada inspektorat dan masyarakat untuk dapat melakukan komunikasi dua arah khususnya terkait pungutan liar.

Lalu, media komunikasi juga dijalankan dengan bertatap muka langsung melalui sosialisasi.

c. Pesan komunikasi

Satgas Saber Pungli Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta menyampaikan pesan komunikasi melalui sosialisasi dengan menggambarkan situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan khususnya sektor parkir. Inspektorat memilih untuk melakukan sosialisasi yang bersifat edukatif untuk dapat menghindari adanya tindakan represif yang berpotensi untuk terjadi.

d. Khalayak sasaran

Dengan sasaran program yang luas, Inspektorat berusaha memastikan bahwa pesan komunikasi atau pesan program yang disampaikan dapat diterima dengan baik, utamanya oleh pihak yang terlibat ataupun berpotensi terlibat.

2. Hambatan Komunikasi

Kendati strategi yang digunakan adalah strategi yang bagus, hambatan pasti selalu ada. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan

bahwa Satgas Saber Pungli Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta menemui beberapa hambatan seperti khalayak yang luas dan juga target edukasi yang merupakan 'rakyat kecil' sehingga sensitif.

3. Upaya Dalam Mengatasi Hambatan

Untuk itu, pihak Inspektorat telah melakukan langkah untuk mengatasi hambatan diantaranya adalah menghindari melakukan tindakan represif kepada masyarakat dengan sosialisasi dan edukasi, serta memanfaatkan berbagai media (offline dan cetak/online) dalam rangka penyebarluasan informasi secara terperinci.

4. Efek Komunikasi Publik

zEfek komunikasi memiliki potensi untuk memengaruhi perilaku, cara berpikir, dan sikap terhadap individu yang berkomunikasi atau menerima pesan komunikasi.

a. Kognitif

Efek kognitif yang timbul adalah mengenai persepsi dan pemahaman

dari masyarakat dan Inspektorat yang saling bertentangan, karena Inspektorat sudah cukup berhati-hati dalam bertindak namun isu pungutan liar dapat dikatakan cukup sensitive karena mencakup masyarakat kecil sehingga masih bisa menimbulkan persepsi negative, ditambah dengan kurangnya pengetahuan masyarakat.

b. Afektif

Efek afektif yang timbul adalah sikap masyarakat yang menentang tindakan dari Inspektorat yang mengakibatkan Inspektorat terpaksa bertindak represif.

c. Behavioral

Efek behavioral yang timbul adalah adanya kesadaran baik itu kepada masyarakat yang semakin peka terhadap isu pungutan liar maupun kepada Inspektorat yang semakin menggencarkan gerakannya untuk mensosialisasikan isu pungutan liar.

Dari hasil penelitian maka ada beberapa hal yang diberikan peneliti sebagai saran kepada Inspektorat Daerah Istimewa Yogyakarta untuk

meningkatkan pelaksanaan perannya sebagai Satgas Saber Pungli dalam menanggulangi pungutan liar, yaitu :

1. Semakin menunjukkan komitmen yang kuat sebagai Satgas untuk menangani kasus pungutan liar dengan tegas dan adil. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Inspektorat.
2. Melibatkan partisipasi masyarakat secara aktif dalam upaya untuk memberantas pungutan liar, hal ini dapat menghilangkan persepsi negatif dari masyarakat terkait langkah yang diambil oleh Inspektorat.
3. Berkolaborasi dengan media massa untuk dapat memperluas lagi jangkauan pesan komunikasi.
4. Memberikan empati terhadap para pelaku pungutan liar dengan mendengarkan keluhan serta masukan mereka sebagai bentuk pendekatan sehingga Inspektorat dilihat sebagai pihak yang dapat bekerja sama untuk penyelesaian masalah yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahda, M. H., & Rozi, F. (2022). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang. *Journal of Communication and Society*, 1(1), 14–26.
- ombudsman.go.id. (2021, December 7). Ombudsman: Tahun Ini, Aduan Pungli di Layanan Publik Masih Tinggi. Retrieved July 1, 2023, from ombudsman.go.id website: <https://ombudsman.go.id/news/r/ombudsman-tahun-ini-aduan-pungli-di-layanan-publik-masih-tinggi>
- liputan6.com. (2023, May 3). Kunjungan Wisata ke Yogyakarta Diduga Menurun karena Tarif Parkir Naik, Begini Tanggapan Sandiaga Uno. Retrieved July 12, 2023, from <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5275414/kunjungan-wisata-ke-yogyakarta-diduga-menurun-karena-tarif-parkir-naik-begini-tanggapan-sandiaga-uno>
- jogjakota.go.id. (2023, February 4). Saber Pungli Amankan Dua Jukir Pasar Beringharjo. Retrieved June 20, 2023, from klipings.jogjakota.go.id website: <https://klipping.jogjakota.go.id/frontend/detail/68408>
- Mulyana, D. (2011). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Ramaja Rosdakarya.