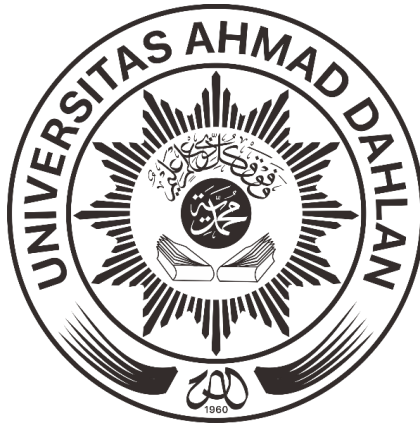


**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF POLISI  
PAMONG PRAJA KOTA YOGYAKARTA DALAM  
MENINGKATKAN REPUTASI TERHADAP  
PEDAGANG KAKI LIMA**

**SKRIPSI**

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 Yogyakarta



DISUSUN OLEH:

DIMAS RIFQI PRASETYA

2000030140

FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

YOGYAKARTA

2024

# LEMBAR PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF POLISI PAMONG PRAJA  
KOTA YOGYAKARTA DALAMMENINGKATKAN REPUTASI  
TERHADAP PEDAGANG KAKILIMA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu  
Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi**

**Universitas Ahmad Dahlan**



Oleh:

**DIMAS RIFQI PRASETYA**

**2000030005**

Telah Disetujui Oleh:

**Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas  
Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan dan dinyatakan  
telah memenuhi syarat untuk diujikan**

**Yogyakarta, 14 Juni 2024**

**Pembimbing**

**Muhammad Najih Farihanto, S.I.Kom., M.A.**

**NIPM. 19880611 201202 111 1129836**

# LEMBAR PENGESAHAN

## HALAMAN PENGESAHAN

### STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF POLISI PAMONG PRAJA KOTA YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN REPUTASI TERHADAP PEDAGANG KAKILIMA

#### SKRIPSI

Oleh:  
**DIMAS RIFQI PRASETYA**  
2000030140

Skrripsi ini telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi pada  
14 Juni 2024 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu

Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan

#### SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI:

1. Ketua : Muhammad Najih Farihanto, S.I.Kom, M.A. ( )
2. Penguji 1 : Muhammad Thoyib Amali, S.I.Kom, M.I.Kom ( )
3. Penguji 2 : Iman Sumarlan, S.IP., M.H.I. ( )



Yogyakarta, 14 Juni 2024

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Dekan



**Wajiran, S.S., M.A., Ph.D**

NIPM. 197912182003091110900733

## HALAMAN PERNYATAAN

### HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Rifqi Prasetya

NIM : 2000030140

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF POLISI PAMONG  
PRAJA KOTA YOGYAKARTA DALAMMENINGKATKAN REPUTASI  
TERHADAP PEDAGANG KAKILIMA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ilmu komunikasi (S.I. Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan diperguruan tinggi lain kecuali bagian-bagian tertentu saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya Ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Mengetahui

Yogyakarta, 14 Juni 2024

Kepala Program Studi

Yang Menyatakan



**Fitrinanda An-Nur, S.I. Kom., M.A.**  
NIPM. 19930605 201810011 1311335



**Dimas Rifqi Prasetya**  
NIM. 2000030140

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Dimas Rifqi Prasetya

NIM: 2000030140

Email: [dimasrifqip@gmail.com](mailto:dimasrifqip@gmail.com)

Prodi: Ilmu Komunikasi

Fakultas: Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul: STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF POLISI PAMONG PRAJA KOTA YOGYAKARTA DALAMMENINGKATKAN REPUTASI TERHADAP PEDAGANG KAKILIMA

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya sertakan adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di Universitas Ahmad Dahlan maupun instansi Pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan gagasan, rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui pembimbing.
4. Hasil karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta,  
Yang Menyatakan



Dimas Rifqi Prasteya

NIM. 2000030140

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Nama: Dimas Rifqi Prasetya

Nim: 2000030140

Email: [dimasrifqip@gmail.com](mailto:dimasrifqip@gmail.com)

Fakultas: Sastra, Budaya dan Komunikasi

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir: STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF POLISI PAMONG PRAJA KOTA YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN REPUTASI TERHADAP PEDAGANG KAKILIMA

Dengan ini saya menyatakan sepenuhnya kepada pusat sumber belajar Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan akses terhadap karya saya ini dengan mengacu kepada ketentuan pada ketentuan akses tugas akhir elektronik segala berikut (beritanda tanda pada kotak):



Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository pusat sumber belajar Universitas Ahmad Dahlan

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Yogyakarta, 10 Mei 2024



Muhammad Najih Farihanto, S.I.Kom., M.A.

NIPM. 198806112012021111129836



Dimas Rifqi Prasetya

NIM. 2000030140

## MOTTO

“ Kita harus berarti untuk diri kita sendiri terlebih dahulu, sebelum kita menjadi orang yang berharga untuk orang lain “

( Ralph Waldo Emercon )

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(QS. Al Baqarah, 2:286)

“ Orang lain gak akan paham *struggle* dan masa sulit nya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian senangnya. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap semangat guysss ! “

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ini peneliti persembahkan kepada:

Orang tua peneliti yang telah memberikan support sistem yang tak terbatas

Abang dan Kakak peneliti, yang telah memberikan semangat tersendiri dalam  
menyelesaikan skripsi ini.

Bapak Ibu Dosen Prodi Ilmu Komunikasi UAD, atas bimbingan dan arahnya.

Teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi UAD.



## **KATA PENGANTAR**

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat hidayah-Nya. Sehingga kita masih diberi izin serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan tugas dan kewajiban kita. sholawat serta salam kita haturkan pada Junjungan Besar Nabi Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DALAM MENINGKATKAN REPUTASI TERHADAP PEDAGANG KAKI LIMA” ini merupakan suatu persyaratan untuk menempuh gelar strata 1 (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

Di dalam melakukan penelitian terkait skripsi tersebut, tentunya peneliti tidak dapat bekerja maksimal tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itulah dalam kesempatan ini, peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar.
2. Prof. Dr. Muchlas, M.T. Selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan.
3. Wajiran, S.S., M.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
4. Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A, Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
5. Muhammad Najih Farihanto, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing skripsi serta sosok panutan yang selalu membantu saya dalam segala hal.
6. Muhammad Thoyib Amali, S.I.Kom, M.I.Kom dan Iman Sumarlan, S.IP, M.H.I. selaku dosen penguji skripsi.
7. Bapak/Ibu Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
8. Bapak/Ibu Segenap Karyawan di Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

9. Suhartono selaku Satpol PP Kota Yogyakarta yang telah berkenan memberikan izin penelitian di Satpol PP Kota Yogyakarta.
10. Hartoyo selaku Satpol PP Kota Yogyakarta yang telah memberikan izin serta arahan dalam melakukan penelitian di Bidang Lapangan Kota Yogyakarta.
11. Sulis, Rudi, dan Ibu Martini selaku Pedagang Kaki Lima di Teras Malioboro I dan II yang telah bersedia untuk diwawancarai guna membantu penulis menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
12. Semua pihak di Satuan Polisi Pamong Praja yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian.
13. Superhero dan panutanku Ayahanda Suhartoyo dan pintu surgaku Ibunda Ulik Laila yang senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun material, serta selalu memberikan do'a yang setiap hari untuk saya sampai pada hari ini saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi, kasih sayang yang tidak dapat terbalaskan semoga Allah SWT selalu memberikan Kesehatan kepada beliau.
14. Shafa Alif Ramadhani yang sangat berjasa telah selalu memberikan dukungan dan arahan kepada penulis.
15. Aldi, Fawas, Daffa dan Yoga yang selalu menghibur dan memberi semangat kepada penulis.
16. Teman-teman seperjuangan selama kuliah di Prodi Ilmu Komunikasi UAD Angkatan 2020 yang telah bersama-sama melewati proses perkuliahan dengan semangat hingga akhir, *see you on top, guys*.
17. Seluruh pihak yang selalu mendukung penulis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih untuk dukungan dan bantuannya.
18. Terakhir terima kasih untuk diri sendiri, Dimas. Terima kasih sudah menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terima kasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah mau memutuskan untuk menyerah, kamu hebat, Dimas.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam kajian Ilmu Komunikasi.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUA .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN BERMATERAI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES.....	vi
MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR BAGAN .....	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Batasan Penelitian.....	8
F. Kajian Pustaka .....	8
1) Penelitian Sebelumnya.....	8
2) Kerangka Teori .....	11
3) Kerangka Pemikiran.....	22
G. Metode Penelitiian .....	23
1. Jenis Penelitian.....	23
2. Lokasi/objek Penelitian.....	23
3. Waktu Penelitian .....	23
4. Teknik Pengumpulan Data.....	23
5. Teknik analisis data.....	24
6. Teknik Validasi data .....	25

BAB II DESKRIPSI UMUM.....	28
<b>A.</b> Profil Organisasi .....	28
1. Profil Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta .....	28
2. Visi dan Misi SatpolPP Kota Yogyakarta .....	29
3. Tugas dan Fungsi SatpolPP Kota Yogyakarta.....	30
4. Logo Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta.....	31
5. Struktur Organisasi SatpolPP Kota Yogyakarta.....	31
<b>B.</b> Program Kerja.....	32
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	41
<b>A.</b> Hasil Penelitian.....	41
1. Strategi Psikodinamika SatpolPP Kota Yogyakarta pada kegiatan Relokasi Jalan Malioboro .....	41
2. Strategi Sosiokultural SatpolPP Kota Yogyakarta pada kegiatan Relokasi Jalan Malioboro .....	52
3. Strategi <i>The Meaning Construction</i> SatpolPP Kota Yogyakarta pada kegiatan Relokasi Jalan Malioboro .....	58
<b>B.</b> Pembahasan .....	76
1. Komunikasi Persuasif SatpolPP Kota Yogyakarta dalam kegiatan relokasi Jalan Malioboro .....	76
2. Unsur Komunikasi Persuasif kegiatan Relokasi .....	79
3. Kesadaran Pedagang Kaki Lima setelah dilakukannya kegiatan Relokasi di Jalan Malioboro .....	81
4. Penataan Pedagang Kaki Lima Dalam Kegiatan Relokasi Di Jalan Maliobor .....	82
5. Analisis Startegi Psikodinamika Satpol PP Kota Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kesadaran Para Pelaku Perekonomian Melalui Kegiatan Relokasi Di Jalan Malioboro .....	84
6. Analisis Startegi Sosiokultural Satpol PP Kota Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Melalui Kegiatan Relokasi Di Jalan Maliobor .....	86
7. Analisis Startegi <i>The Meaning Construction</i> Satpol PP Kota Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Melalui Relokasi Di Jalan Maliobor .....	87

BAB IV KESIMPULAN & SARAN.....	90
1. Kesimpulan .....	90
2. Saran .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	93
LAMPIRAN.....	96

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta.....	31
Gambar 3.0 Susunan Sosialisasi Relokasi PKL Jalan Malioboro.....	45
Gambar 3.1 Pemaparan Materi Sosialisasi Relokasi PKL Jalan Malioboro Oleh UPT Malioboro.....	47
Gambar 3.2 Demo akan Penundaan Relokasi PKL hingga setelah hari Raya Idul Fitri.....	50
Gambar 3.3 Pemateri dan peserta Kegiatan Relokasi saat sosialisasi sedang berlangsung.....	51
Gambar 3.4 Pemateri Sosialisasi Relokasi dari berbagai Instansi.....	54
Gambar 3.5 Pelaksanaan program Relokasi Jalan Malioboro.....	56
Gambar 3.6 Melakukan pendataan para PKL.....	57
Gambar 3.7 Pemberitaan oleh Harianjogja tentang Relokasi.....	60
Gambar 3.8 Pemberitaan Relokasi oleh pemerintah terealisasi.....	61
Gambar 3.9 Postingan himbauan Relokasi yang bersumber dari Satpol PP.....	63
Gambar 3.10 Penyampaian informasi Relokasi melalui media Youtube.....	64
Gambar 3.11 Respon dari masyarakat terkait postingan tentang adanya Relokasi.....	65
Gambar 3.12 Situasi setelah dilakukannya Relokasi.....	67
Gambar 3.13 Suasana tempat Relokasi PKL Malioboro di Teras Malioboro I.....	69
Gambar 3.14 Suasana tempat Relokasi PKL Malioboro di Teras Maliboro II.....	70
Gambar 3.15 Bermunculan pedagang kasongan baru.....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	9
-------------------------------------	---

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 1.1 Kerangka Berpikir.....	21
----------------------------------	----



## INTISARI

Komunikasi persuasif adalah suatu proses komunikasi yang dilakukan secara khusus dan terarah dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain sebagai komunikan. Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta melalui program kegiatan Relokasi Jalan Malioboro berupaya untuk mengedukasi pedagang kaki lima terkait dengan relokasi pedagang. Penelitian ini menjelaskan bagaimana Strategi komunikasi persuasif Satpol PP Kota Yogyakarta dalam meningkatkan kesadaran pedagang tentang relokasi dengan objek Trotoar Jalan Malioboro sebagai tempat berlangsungnya kegiatan Relokasi. Tujuannya adalah untuk mengetahui dan memahami strategi Satpol PP dalam meningkatkan kesadaran pedagang melalui kegiatan Relokasi dengan pendekatan Psikodinamika, Sosiokultural, dan *the meaning construction*. Metode Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah *pertama*, Satpol PP Kota Yogyakarta relokasi pedagang kaki lima di kawasan Malioboro Yogyakarta dilakukan karena adanya agenda terkait rencana didaftarkannya kawasan wisata Malioboro sebagai sumbu filosofi Yogyakarta kepada UNESCO dan adanya pemberian legalitas usaha untuk pedagang kaki lima yang sebelumnya hanya menempati pekarangan-pekarangan atau lahan milik pertokoan. Selain itu juga kebijakan relokasi ini sempat ditunda selama 18 tahun, dikarenakan baru dibebaskan dan diselesaikannya proses sengketa tanah dengan pemilik lama maka dari itu kebijakan relokasi PKL Malioboro ini baru terlaksana pada saat awal Januari 2022. Hasil temuan yang kedua, pada proses pelaksanaan kebijakan menunjukkan adanya perdebatan terkait waktu pemindahan pedagang kaki lima yang dimana PKL menginginkan pemindahan dilakukan setelah Idul Fitri 2022 tetapi Pemerintah Provinsi DIY melakukan relokasi PKL kawasan Malioboro ini dilakukan pada bulan Januari 2022. Pelaksanaan kebijakan relokasi PKL Malioboro ini dimulai sejak September 2021 hingga Januari 2022. Dalam rentang waktu tersebut dilakukanlah berbagai tahapan persiapan seperti sosialisasi, pendataan dan verifikasi hingga pengundian lapak.

Kajian penelitian ini belum mampu untuk memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan terkait strategi komunikasi persuasif sehingga masih dapat dikembangkan dan diperluas oleh setiap pihak untuk memperoleh hasil yang lebih baik. Penelitian – penelitian selanjutnya di harap peneliti dapat menguak persoalan yang belum ditemukan baik dari data baru riset kuantitatif maupun kualitatif.

*Kata kunci: reputasi satpol pp, humas, strategi satpol pp*

## ABSTRACT

Persuasive communication is a communication process that is carried out specifically and directed with the aim of influencing the behavior of other people as communicants. The Yogyakarta City Civil Service Police Unit, through the Malioboro Street Relocation activity program, is trying to educate street vendors regarding trader relocation. This research explains the persuasive communication strategy of the Yogyakarta City Satpol PP in increasing traders' awareness about relocation with the Malioboro Street sidewalk as a place where relocation activities take place. The aim is to find out and understand Satpol PP's strategy in increasing trader awareness through relocation activities using psychodynamic, sociocultural and meaning construction approaches. This research method uses a qualitative descriptive research type.

The results of this research are first, the Yogyakarta City Satpol PP relocation of street vendors in the Malioboro area of Yogyakarta was carried out because of an agenda related to the plan to register the Malioboro tourist area as the philosophical axis of Yogyakarta with UNESCO and the provision of business legality for street vendors who previously only occupied yards. yards or land belonging to shops. Apart from that, this relocation policy was postponed for 18 years, because the land dispute process with the old owner had just been released and the land dispute process with the old owner had been resolved, therefore the Malioboro street vendor relocation policy was only implemented at the beginning of January 2022. The second finding, in the policy implementation process, showed that there was The debate is related to the timing of the relocation of street vendors, where the street vendors want the relocation to be carried out after Idul Fitri 2022, but the DIY Provincial Government is relocating street vendors in the Malioboro area in January 2022. Implementation of the policy for relocating Malioboro street vendors starts from September 2021 to January 2022. In the time span Various preparatory stages were carried out, such as socialization, data collection and verification, and drawing lots for stalls.

This research study has not been able to make a real contribution to the development of persuasive communication strategies so that they can still be developed and expanded by each party to obtain better results. It is hoped that researchers will be able to uncover problems that have not yet been discovered, both from new quantitative and qualitative research data.

*Keywords: satpol pp image, reputation, satpol pp strategy*