POLA KOMUNIKASI PERUSAHAAN DAERAH PASAR HORAS JAYA DALAM MEMBERIKAN KESANTUNAN INFORMASI RELOKASI BAGI PEDAGANG DI PEMATANG SIANTAR

TUGAS AKHIR

Oleh:

DWIKY ARIF DARMAWAN
2103110190

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYA SUMATERA UTARA
MEDAN
2025

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap	:	Dwiky Arif Darmawan
NPM	:	2103110190
Program Studi	:	ILMU KOMUNIKASI
Pada Hari, Tanggal	:	SELASA 22 APRIL 2025
Waktu	:	Pukul 08.00 WIB s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si (.....)

PENGUJI II : Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH.,S.Sos., MSP (.....)

PENGUJI III : Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua	Sekretaris
Assoc.,Prof., Dr., Arifin Saleh., S.Sos., MSP	Assoc.,Prof., Dr., Abrar Adhani., S.Sos., M.I.Kom

UMSU Unggul | Cerdas | Terpercaya

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama Lengkap	:	Dwiky Arif Darmawan
NPM	:	2103110190
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	Pola Komunikasi Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Infromasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematang Siantar

Medan, 25 Maret 2025

Pembimbing

Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos.,M.AP.
NIDN: 0115037102

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

AKHYAR ANSHORI, S.Sos.,M.I.KOM
NIDN: 0127048401

Dekan

Assoc.,Prof., Dr., ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Dwiky Arif Darmawan,** NPM **2103110190** menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 22 April 2025

Yang Menyatakan,

DWIKY ARIF DARMAWAN

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya serta nikmat kuasanya sehingga penulis masih mampu menikmati ribuan nikmat iman hingga akhir hayat nanti. Shalawat dan salam tak lupa pula diberikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang membawa umatnya untuk hijrah dari zaman kebodohan hingga zaman yang terang benderang dengan ilmu pengetahuan seperti yang dirasakan saat ini.

Selanjutnya penulis hanturkan ungkapan terimakasih yang sebesar - sebesarnya kepada orangtua penulis yaitu Ayahanda Effendi dan Ibunda Cahaya yang terus mendukung dan mendoakan saya serta memberikan material selama masa perkuliahan kepada saya. Semoga Allah SWT selalu memberikan, kemudahan kekuatan, keselamatan, kesehatan, kebahagiaan, dan selalu dalam kasih sayang Allah SWT, Aamiin yaa Rabbal'Alamin. Skripsi ini merupakan syarat yang harus penulis tulis sebagai tanggung jawab intelektual sebagai seorang mahasiswa program studi Imu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Univerisitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Demi kelancaran penyelesaian skripsi ini dan untuk pihak-pihak yang telah banyak berjasa dalam membantu penyelesaian tugas akhir ini

1. Bapak Prof. Dr.Agussani,MA.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh S.Sos.,M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Akhyar Anshori S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos., M.AP selaku dosen pembimbing penulis yang sudah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan selalu sabar dalam membimbing penulis hingga pembuatan skripsi ini selesai.
8. Kepada seluruh Staff Prusahaan Daerah Pasar Horas Jaya yang telah membantu penulis dalam hal informasi mengenai pola komunikasi dalam memberikan infromasi relokasi pedagang di Pematang Siantar
9. Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta pegawai Biro FISIP UMSU yang telah membantu saya dalam memenuhi kelengkapan berkas-berkas serta informasinya kepada saya.
10. Kepada Sahabat sekaligus sepupu penulis Annisa Mawaddah Ulfa. Sepupu yang selalu senantiasa membantu penulis dalam setiap pengerjaan tugas akhir dan selalu hadir dalam setiap suka maupun duka.
11. Sahabat terbaik Tryandika Putra Rahmat, Rizky Akbar Sitorus, Agiel Al-azyaric, AL Fatur Rahman, Arief, dan Yogie Syahputra Sitepu, dan sahabat yang lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan support, dan saran yang baik kepada penulis sehingga skripsi ini berjalan dengan lancar.

Akhir kata, penulis memohon maaf jika ada kesalahan dan kekurangan yang terdapat pada skripsi ini. Namun berharap saran dan kritik dalam rangka perbaikan penulisan skripsi ini. Terima Kasih.

POLA KOMUNIKASI PERUSAHAAN DAERAH PASAR HORAS JAYA DALAM MEMBERIKAN KESANTUNAN INFROMASI RELOKASI BAGI PEDAGANG DI PEMATANG SIANTAR

Dwiky Arif Darmawan
2103110190

ABSTRAK

Pemerintah daerah kota Pematang Siantar dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat agar dapat berlangsung dalam jangka panjang mulai dari infrastruktur dan fasilitas yang dibutuhkan masyrakat, pemerintah daerah kota Pematang Siantar menyerahkan pengelolaan pasar tradisional tersebut kepada perusahaan daerah pasar horas jaya. Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya (PDPHJ) memiliki peran sebagai pengelola pasar, yang tidak hanya mengurus operasi pasar, tetapi juga bertindak sebagai penghubung antara pemerintah dan para pedagang. Dalam hal perpindahan pedagang, komunikasi yang baik menjadi faktor utama untuk mencegah kesalahpahaman dan memastikan setiap pedagang mengerti mengenai proses serta alasan di balik perpindahan tersebut. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan pola komunikasi perusahaan daerah pasar horas jaya dalam memberikan kesantunan infromasi relokasi bagi pedagang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan analisis data kualitatif yaitu metode pemecahan masalah yang diselidiki dengan cara mendeskripsikan keadaan sekitar pada subjek penelitian yang bersifat faktual atau sebagaimana adannya. Pola komunikasi yang diterapkan oleh PD.PHJ dalam relokasi pedagang di Pematang Siantar menunjukkan struktur yang terorganisir, kesantunan dalam penyampaian informasi, dan penggunaan berbagai saluran komunikasi. Meskipun terdapat tantangan dalam umpan balik dan gangguan, upaya untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan pedagang tetap menjadi fokus utama.

Kata Kunci : Pola Komunikasi, Kesantunan Infromasi, Relokasi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR iv

ABSTRAK vi

DAFTAR ISI vii

BAB I Pendahuluan 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 3

1.3 Tujuan dan Manfaat Masalah 3

1.4 Sistematika Penulisan 4

BAB II Kajian Teori 6

2.1 Pola Komunikasi 6

2.2 Jenis-Jenis Pola Komunikasi 7

2.3 Elemen-Elemen Komunikasi 9

2.4 Komunikasi Organisasi 13

2.5 Fungsi Komunikasi Organisasi 15

2.6 Manfaat Komunikasi Organisasi 16

2.7 Tujuan Komunikasi Organisasi 16

2.8 Komunikasi Efektif 17

2.9 Kesantunan Dalam Berkomunikasi 18

2.10 Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Kota Pematang Siantar 19

BAB III Metode Penelitian 21

3.1 Jenis Penelitian 21

3.2 Kerangka Konsep 22
3.3 Defenisi Konsep 22
3.4 Kategorisasi 24
3.5 Narasumber 24
3.6 Teknik Pengumpulan Data 25
3.7 Reduksi Data 26
3.8 Penyajian Data 26
3.9 Penarikan Kesimpulan 27
3.10 Lokasi dan Waktu 27
3.11 Deskripsi Objek Penelitian Sejarah Terbentuknya PD.PHJ 27
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan 29
4.1 Hasil Penelitian 29
4.1.1 Data Informan 29
4.1.2 Hasil Wawancara Infroman 29
4.2 Pembahasan 45
BAB V Penutup 51
5.1 Kesimpulan 51
5.2 Saran 53
DAFTAR PUSTAKA 55

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pasar tradisional merupakan salah satu tempat dimana aktivitas masyarakat yang ada dari suatu daerah. Pasar merupakan aktivitas jual beli maupun hasil bumi dan lain-lain yang dilakukan masyrakat untuk memenuhi kebutuhan dalam sehari-hari, salah satu pasar yang layak untuk diamati dalam penelitian ini adalah Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya yang ada di kota Pematang Siantar.

Melalui pasar tradisional pemerintah daerah kota Pematang Siantar dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat agar dapat berlangsung dalam jangka panjang mulai dari infrastruktur dan fasilitas yang dibutuhkan masyrakat, pemerintah daerah kota Pematang Siantar menyerahkan pengelolaan pasar tradisional tersebut kepada perusahaan daerah pasar horas jaya.

Pola komunikasi yang efisien di dalam organisasi sangat krusial agar informasi dapat disampaikan dengan jelas dan akurat kepada semua yang terlibat. Di Pematang Siantar, Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya (PDPHJ) memiliki peran sebagai pengelola pasar, yang tidak hanya mengurus operasi pasar, tetapi juga bertindak sebagai penghubung antara pemerintah dan para pedagang. Dalam hal perpindahan pedagang, komunikasi yang baik menjadi faktor utama untuk mencegah kesalahpahaman dan memastikan setiap pedagang mengerti mengenai proses serta alasan di balik perpindahan tersebut.

Relokasi pedagang sering kali menjadi isu sensitif yang dapat menimbulkan ketidakpuasan dan resistensi dari pedagang. Oleh karena itu, penting bagi PD Pasar Horas Jaya untuk menerapkan pola komunikasi yang tidak hanya informatif tetapi juga mengedepankan kesantunan. Kesantunan dalam komunikasi mencakup penggunaan bahasa yang sopan, mendengarkan masukan dari pedagang, serta memberikan penjelasan yang transparan mengenai kebijakan relokasi. Hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan menciptakan suasana yang kondusif bagi semua pihak.

Dalam menanggapi situasi ini, PD Pasar Horas Jaya harus merancang strategi komunikasi yang efisien. Ini mencakup pemilihan saluran komunikasi yang sesuai, seperti pertemuan tatap muka, pengumuman resmi, serta memanfaatkan media sosial untuk menghubungi para pedagang. Dengan metode yang tepat, diharapkan bahwa informasi mengenai pemindahan dapat disebarluaskan dengan efektif, sehingga para pedagang merasa dihargai dan berpartisipasi dalam proses tersebut.

Oleh sebab itu pemerintah daerah kota Pematang Siantar membentuk PDPHJ yang sebelumnya dinaungi oleh dinas pasar dan menjadi Perusashaan Daerah Pasar Horas Jaya yang dimaksud dalam pasal 2 kedudukan dan berkantor di kota Pematang Siantar dan dapat berusaha diluar daerah sesuai ketentuan dan peraturan perundang-undangan. Perusahaan daerah pasar horas beranggota 319 orang tenaga kerja pada Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya memiliki peran penting dalam mencapai tujuan organisasi dan pemerintah daerah kota Pematang Siantar.

Berdasarkan fenomena yang ditemukan di lapangan, terjadinya ketidaksesuaian penyampaian informasi terhadapa pedagang, sehingga menimbulkan ketidakpatuhan terhadap peraturan yang telah di tentukan oleh Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi yang diterapkan oleh Perusahan Pasar Horas Jaya dalam memberikan kesantunan informasi relokasi kepada pedagang di Pematang Siantar. Berdasarkan fenomena yang ditemukan Perusahaan Pasar Horas Jaya, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi Perusahaan dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pedagang.

Dengan uraian permasalahan diatas saya tertarik untuk memilih judul bagaimana pola komunikasi perusahaan pasar horas jaya dalam memberikan kesantunan informasi relokasi bagi pedagang di pematangsiantar.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang diuraikan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Pola Komunikasi Perusahaan Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematang Siantar?

1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian

Setiap penelitian tentu memiliki arah dan tujuan yang jelas. Tanpa adanya tujuan yang jelas, penelitian yang dilakukan tidak akan mencapai tujuan dan sasaran sebagaimana yang diharapkan.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pola Komunikasi Perusahaan Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematang Siantar. Adapun manfaat dari penelitian ini iyalah sebagai berikut :

a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan wawasan penelitian tentang bagaimana Pola Komunikasi Perusahaan Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematang Siantar.
b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi Perusahaan Pasar Horas Jaya, khususnya dalam memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematang Siantar.
c. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi sumber referensi bagi mahasiswa dan peneliti yang tertarik dalam bidang komunikasi, organisasi, dan hubungan masyarakat.

1.4. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : URAIAN TEORITIS

Bab ini menguraikan teori-teori yang berisi tentang pola komunikasi perusahaan dalam memberikan kesantunan informasi.

Bab III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan jenis penelitian, kerangka konsep, defenisi konsep, kategorisasi, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu pelaksanaan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang terkait dengan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan simpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1.Pola Komonikasi

Menurut Effendy (2006:60) dalam (Widyantoro, 2019) pola komunikasi merupakan suatu cara dalam berkomunikasi guna mempertahankan komunikasi formal, informal, dalam hubungan timbal balik yang saling membutuhkan satu sama lain.

Menurut (Soejanto, 2001) dalam (Altamira & Rusfian, 2019) pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.

Menurut Djamarah (Sentosa, 2015) dalam (Anggraini, 2021) pola komunikasi diartikan sebagai interaksi antara dua orang atau lebih dalam proses bertukar informasi dengan cara yang tepat sehingga informasi dapat diterima dan yang dimaksud dapat dipahami.

Pola komunikasi dalam (Zulfahmi, 2017)juga merupakan bentuk dan penerapan komunikasi yang dilakukan secara (vertikal) oleh pimpinan dan anggotanya, atau bentuk komunikasi yang dilakukan secara (horizontal) oleh sesama anggota dalam suatu kegiatan atau cara, untuk berbagi informasi, hiburan, berbagi pengetahuan, motivasi, kerjasama, serta pemecahan masalah agar dapat mendapat solusi tentang masalah yang dihadapi dan mencapai tujuan bersama.

Dari berbagai pendapat yang telah dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi merupakan suatu kerangka atau model yang menggambarkan cara-cara dalam berkomunikasi, baik secara formal maupun informal.

Pola ini mencakup hubungan timbal balik antara individu atau kelompok yang saling membutuhkan, serta menunjukkan keterkaitan antara berbagai komponen dalam proses komunikasi.

2.2. Jenis-Jenis Pola Komunikasi

Carl I Hovland dalam Effendy (1986 : hlm.12) (Winoto, 2015) menyatakan bahwa komunikasi adalah sebagai proses dimana seorang insan (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang–lambang dalam bentuk kata–kata) untuk mengubah tingkah laku insan–insan lainnya. Dalam (Thariq & Anshori, 2017) Komunikasi sebagai syarat untuk memudahkan orang untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan pola nilai kebudayaan atau lingkungan baru atau disebut adaptasi budaya. Terdapat tiga model utama yang paling mendasar dalam perkembangan komunikasi yaitu :

1. Model Komunikasi Linear

Menurut (Ruliana, 2016) dalam (Efendi et al., 2023) model kumunikasi linear adalah model komunikasi yang sangat sederhana dan menggambarkan komunikasi berlangsung secara satu arah. Arus pesan digambarkan bersifat langsung dari pengirim pesan ke penerima pesan. Dalam model komunikasi linear tidak terdapat konsep umpan balik dan penerima pesan bersifat pasif dalam menerima pesan.Model komunikasi yang merujuk pada model

komunikasi linear diantaranya adalah model komunikasi Aristoteles, model komunikasi Lasswell, model komunikasi SMCR Berlo, dan model komunikasi Shannom dan Weaver.

2. Model Komunikasi Transaksional

Menurut (Ruliana, 2016) dalam (Efendi et al., 2023) model komunikasi transaksional dikembangkan oleh Barnlund pada tahun 1970. Komunikasi transaksional adalah suatu proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Hingga derajat tertentu para pelakunya sadar akan kehadiran orang lain di dekatnya bahwa komunikasi sedang berlangsung, meskipun para pelakunya tidak dapat mengontrol sepenuhnya bagaimana orag lain di dekatnya dan bahwa komunikasi bersifat dinamis. Komunikasi bersifat dinamis berarti proses komunikasi tidak bersifat tetap,melainkan terjadi secaraterus menerus dari waktu ke waktu.Pandangan inilah yang disebut komunikasi transaksi, karena memungkinkan pesan atau respon verbal dan nonverbal bisa diketahui secara langsung.

3. Model Komunikasi Konvergensi

Menurut (Cut Alma Nuraifah, 2020) (Efendi et al., 2023) model komunikasi konvergensi sendiri didefinisikan sebagai suatu proses konvergen (memusat) dengan informasi yang disepakati bersama oleh pihak-pihak yang berkomunikasidalam rangka mancapai kesaling pengertian (kosensus).Menurut model ini komunikasi dikatakanefektif apabila tercapai pemahaman bersama antara pelaku yang terlibat dalan komunikasi. Di sini tidak lagi dikenal

istilahsumber dan penerima,tetapi lebih disebut sebagai partisipan (pihak pihak yang berpatispasi).

Dari ketiga model komunikasi adalah sebagai berikut: Model komunikasi linear menggambarkan proses satu arah tanpa umpan balik, model transaksional menekankan interaksi dinamis antara partisipan, dan model konvergensi fokus pada pencapaian kesepahaman bersama di antara semua pihak yang terlibat.

Masing-masing model memberikan perspektif yang berbeda tentang cara komunikasi berlangsung dan dapat digunakan untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif.

2.3. Elemen-Elemen Pola Komunikasi

Menurut Josep Dominick (2002) dalam (Morissan, 2013), pada umumnya studi komunikasi pada masa lalu lebih menekankan pada upaya bagaimana membujuk (persusasi) sebagai bentuk efek yang diinginkan. Dengan kata lain, pengirim pesan berusaha menyakinkan orang untuk mau melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu. Namun perkembangan mutakhir belakangan ini menunjukkan penelitian komunikasi telah semakin luas dalam hal cakupan efek yang dipelajari. Komunikasi tidak hanya terbatas pada upaya membujuk tetapi juga upaya memaksa.

Setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi yang meliputi : sumber, enkoding, pesan, saluran, dekoding, penerima, umpan balik dan gangguan. Pada dasarnya gagasan mengenai elemen komunikasi ini adalah juga teori yang melihat komunikasi berdasarkan unsur-unsur atau elemen yang memben- tuknya. Kita akan membahas elemen komunikasi ini satu per satu.

1. Sumber (komunikator)

Proses komunikasi dimulai atau berawal dari sumber (source) atau pengirim pesan yaitu di mana gagasan, ide atau pikiran berasal yang kemudi- an akan disampaikan kepada pihak lainnya yaitu penerima pesan. Sumber atau pengirim pesan sering pula disebut dengan 'komunikator. Sumber atau komunikator bisa jadi adalah individu, kelompok atau bahkan organisasi.

2. Enkoding

Enkoding adalah proses yang terjadi di otak untuk menghasilkan pesan. Enkoding juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide-idenya kedalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh indra pihak penerima.

3. Pesan

Pesan adalah hasil dari enkoding yang dapat dirasakan atau diterima oleh indra. Pesan memiliki wujud (physical) yang dapat dirasakan atau diterima oleh indra. Dominick mendefenisikan pesan sebagai the actual physical product that the source encodes (produk fisik aktual yang telah di enkoding sumber). Pesan yang disampaikan masusia dapat berbentuk sederhana namun bisa memberikan pengaruh yang cukup efektif.

4. Saluran

Saluran atau channel adalah jalan yang dilalui pesan untuk sampai kepada penerima. Pesan terkadang membutuhkan lebih dari satu saluran untuk dapat mencapi penerimanya.

5. Dekoding

Dekoding adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterprestasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatau bentuk yang memiliki arti bagi penerima.

6. Penerima (komunikan)

Penerima atau receiver atau disebut juga audien adalah sasaran atau target pesan, penerima sering pula disebut "komunikan". Penerima dapat berupa suatu individu, satu kelompok, lembaga atau bahkan suatu kumpulan besar manusia yang tidak saling mengenal. Pada awal studi komunikasi massa terdapat pandangan bahwa khalayak atau audien adalah pihak yang lemah (vulnerable) yang gampang sekali dipengaruhi oleh informasi atau pesan yang disampaikan. Teori mengenai jarum hipodermik, atau teori stimulus-respons (S-R Teori) membuktikan hal ini. Menurut teori ini media massa amat perkasa dalam memengaruhi penerima pesan. Teori S-R menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen yaitu media massa dan penerima pesan yaitu khalayak. Media massa mengeluarkan stimulus dan penerima menanggapinya dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori stimulus-respon. Teori jarum hipodermik atau teori S-R menyakini bahwa

kegiatan mengirimkan pesan sama halnya dengan tindakan menyuntikkan obat yang bisa langsung masuk ke dalam jiwa penerima pesan.

7. Umpan Balik

Umpan balik atau feedback adalah tanggapan atau respon dari pene- rima pesan yang membentuk dan mengubah pesan berikut yang akan di- sampaikan sumber. Umpan balik menjadi tempat perputaran arah dari arus komunikasi. Artinya sumber pertama kemudian menjadi penerima, semen- tara penerima pertama menjadi sumber baru (lihat gambar). Umpan balik berguna bagi sumber karena umpan balik memungkinkan sumber untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang muncul. Umpan balik juga penting bagi penerima karena memungkinkan penerima berusaha untuk mengubah elemen-elemen dalam proses komunikasi. Umpan balik terdiri atas dua jenis yaitu umpan balik positif dan umpan balik negatif. Umpan balik positif dari penerima akan mendorong lebih jauh proses komunikasi sementara umpan balik negatif akan mengubah proses komunikasi atau bahkan mengakhiri komunikasi itu sendiri.

8. Gangguan

Gangguan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengintervensi proses pengiriman pesan. Gangguan yang sangat kecil mungkin dapat diabaikan, namun terlalu banyak gangguan dapat menghambat pesan untuk mencapai tujuannya. Setidaknya terdapat tiga jenis gangguan yaitu: gangguan semantik, gangguan mekanik dan gangguan lingkungan.

Gangguan semantik terjadi bilamana orang memiliki arti yang berbeda atas kata-kata atau ungkapan yang sama. Gangguan mekanik terjadi jika muncul masalah

dengan alat yang digunakan untuk membentu terjadinya komunikasi. Gangguan ketiga dinamakan dengan gangguan lingkungan. Gangguan lingkungan terjadi jika sumber gangguan berasal dari luar elemen-elemen komunikasi yang sudah disebutkan di atas. Gangguan ini biasanya berada diluar kontrol sumber atau penerima.

Elemen-elemen komunikasi dalam proses komunikasi mencakup beberapa komponen penting. Pertama, ada sumber atau komunikator yang menciptakan pesan, diikuti oleh proses enkoding yang mengubah ide menjadi bentuk yang dapat dipahami. Pesan itu sendiri adalah informasi yang disampaikan, sementara saluran adalah media yang digunakan untuk mengirimkan pesan. Setelah itu, penerima melakukan dekoding untuk memahami pesan, dan umpan balik memberikan respons terhadap pesan yang diterima. Gangguan dapat terjadi di berbagai tahap, mempengaruhi kejelasan dan efektivitas komunikasi.

Memahami interaksi antara elemen-elemen ini sangat penting untuk mencapai komunikasi yang efektif. Dalam konteks komunikasi, setiap elemen memiliki peran yang signifikan dan saling terkait.

2.4.Komunikasi Organisasi

Menurut Mohammad (2007) dalam (Yusuf Ali & Maliki Ilham, 2021) komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks (Redding dan Sanborn).

Menurut (Safari, 2004 : 133) dalam (Altamira & Rusfian, 2019) komunikasi organisasi adalah proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan

organisasi di dalam organisasi baik yang terjadi di dalam kelompok formal maupun kelompok informal di dalam organisasi.

Komunikasi organisasi menurut Wiryanto (dalam Khomsahrial Romli, 2011) dalam (Siregar Tua & ujang, 2021) adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.

Komunikasi organisasi dalam (Sari & Basit, 2018) adalah suatu komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi tertentu. Dalam organisasi dikenal adanya struktur formal dan informal. Maka dalam komunikasi organisasi juga sangat penting dikemukakan sebagai unsur kontinium yang utama ialah komunikasi antarpribadi. Komunikasi dalam organisasi juga mencakup penyampain pesan secara akurat dari satu orang kepada satu orang lainnya atau lebih. Selain faktor-faktor tersebut, struktur, wewenang, design pekerjaan organisasi, dan lain-lain merupakan faktor-faktor unik yang turut berpengaruh terhadap efektifitas komunikasi, sebagaimana dinyatakan oleh Simon bahwa "organisasi perlu untuk membantu manusia berkomunikasi".

Komunikasi organisasi adalah proses pengiriman dan penerimaan informasi dan pesan di dalam suatu organisasi, yang melibatkan interaksi dalam kelompok formal maupun informal. Menurut beberapa sumber, komunikasi organisasi tidak hanya sekadar pertukaran informasi, tetapi juga mencakup berbagai elemen yang saling berinteraksi.

Proses ini penting untuk memastikan informasi yang relevan disampaikan dengan efektif, mendukung kolaborasi, dan meningkatkan kinerja organisasi

secara keseluruhan. Komunikasi yang baik dalam organisasi dapat memperkuat hubungan antar anggota, memfasilitasi pengambilan keputusan, dan membantu mencapai tujuan organisasi.

2.5. Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Liliweri (2014: 373-374) dalam (Yusuf Ali & Maliki Ilham, 2021), ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan khusus, yaitu:

1. Fungsi Umum

a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya seperti job description.

b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat, dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan seperti pameran dan ekspo.

c. Komuikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bias belajar dari orang lain (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan dan dikerjakan orang lain tentang apa yang dijual atau diceritakan orang lain tentang organisasi.

d. Komunikasi menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan

besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menetukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia dan mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi.

2. Fungsi Khusus

a. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu0isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di bawah sebuah komando atau perintah.

b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi peningkatan produk organisasi.

c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti.

Komunikasi organisasi berfungsi untuk menyampaikan informasi, mempromosikan ide, meningkatkan kemampuan karyawan, dan menentukan struktur organisasi, serta mendorong keterlibatan, membangun relasi, dan mendukung pengambilan keputusan. Memahami dan mengoptimalkan fungsi-fungsi ini penting untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan kinerja organisasi secara keseluruhan.

2.6. Manfaat Komunikasi Organisasi

Menurut Saefullah dalam (Joko Susanto, 2020) secara sederhana, menjelaskan bahwa fungsi komunikasi sebagai berikut:

1.Menyampaikan informasi (to inform)

2. Mendidik (to aducate)

3. Menghibur (to entertain)

4. Perubahan sosial (sosial change)

2.7. Tujuan Komunikasi Organisasi

Menurut Koontz (Moekijat, 1993: 15-16) dalam (Safitri & Mujahid, 2024) tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk mempengaruhi tindakakan ke arah kesejahteraan perusahaan.

Menurut (Ira Fatmawati, 2022) tujuan komunikasi organisasi adalah mutual understanding dalam arti mencoba mencari saling sepemahaman antara anggota- anggota dalam organisasi tersebut.

Menurut Gordon I. Zimmerman (Mulyana, 2007:4) dalam (Laksmiari, 2019) mengkategorikan tujuan komunikasi. Pertama, komunikasi dilakukan untuk melaksanakan tugas yang dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan, yaitu dengan cara menyediakan makanan dan pakaian, serta untuk menikmati hidup dan memuaskan keingintahuan lingkungan. Kedua, individu berkomunikasi dengan tujuan untuk menciptakan interaksi dengan orang lain.

Dari berbagai pendapat yang dikemukakan, tujuan komunikasi dalam organisasi mencakup pembentukan saling pengertian, pencarian kesepahaman, penyelesaian tugas, pemeliharaan hubungan, serta pengaruh terhadap tindakan untuk mencapai kesejahteraan perusahaan. Dengan memahami dan mengimplementasikan tujuan-tujuan ini, organisasi dapat menciptakan lingkungan yang lebih kolaboratif dan produktif, yang pada gilirannya mendukung pencapaian tujuan bersama.

2.8. Komunikasi Efektif

Menurut (Suprapto, 2017) dalam (Mahadi, 2021) komunikasi efektif adalah komunikasi yang mampu untuk menghasilkan perubahan sikap pada orang yang terlihat dalam komunikasi.

Menurut Larson dan Knapp (2016) dalam (buku) komunikasi yang efektif dapat dicapai dengan mengusahakan ketepatan (accuracy) yang paling tinggi derajatnya antara komunikator dan komunikan dalam proses komunikasi.

Komunikasi efektif (Uripni; 2003) dalam (Hardiyanto, 2019)adalah komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (attitude change) pada orang yang terlibat dalam komunikasi.

Dari berbagai pendapat yang dikemukakan, komunikasi efektif melibatkan kemampuan untuk mempengaruhi sikap, menjaga ketepatan dalam penyampaian pesan, dan memastikan bahwa pesan tersebut tepat sasaran. Dengan memahami prinsip-prinsip ini, individu dan organisasi dapat meningkatkan kualitas interaksi mereka, mencapai tujuan komunikasi, dan menciptakan hubungan yang lebih baik di dalam konteks sosial maupun profesional.

2.9. Kesantunan dalam Berkomunikasi

Menurut Yule (Anggraini, 2021, p. 43) dalam (Prasetya et al., 2022) menyatakan kesantunan adalah suatu prasyarat dalam berperilaku sosial yang berupa aturan dan ketentuan yang telah disepakati dan ditetapkan oleh suatu masyarakat tertentu. Kesantunan dalam berbahasa akan tercapai apabila mematuhi prinsip-prinsip kesantunan.

Menurut (Lakoff melalui Eelen, 200) dalam (Rahadini & Suwarna, 2014) kesantunan berbahasa adalah sebuah sistem hubungan interpersonal yang didesain

untuk memfasilitasi interaksi dengan meminimalisasi pertentangan dan konfrontasi yang melekat pada manusia.

Kesantunan berbahasa, menurut Markhamah (2011: 153) dalam (Tri Rina Budiwati, 2017) merupakan cara yang digunakan oleh penutur di dalam berkomunikasi agar mitra tutur tidak merasa tertekan, tersudut, atau tersinggung.

Dari berbagai pendapat yang dikemukakan, kesantunan berbahasa adalah aspek penting dalam komunikasi yang melibatkan pemilihan kata yang tepat, perhatian terhadap konteks, dan penghindaran terhadap potensi konflik. Dengan mematuhi prinsip-prinsip kesantunan, individu dapat menciptakan interaksi yang lebih baik dan membangun hubungan yang positif dengan mitra tutur.

2.10. Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya (PDPHJ) Kota Pematang Siantar

Pengertian Perusahaan Daerah Pasar horas Jaya (PDPHJ)

Merupakan lembaga yang didirikan oleh pemerintah daerah kota Pematang Siantar sejak tanggal 01 Januari 2015 yang tadinya dikelola oleh dinas pasar yang berakhir ditanggal 31 Desember 2014. Sesuai dengan peraturan daerah kota Pematang Siantar NO.5 Tahun 2014 tentang Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya. PD. Pasar Horas Jaya bertujuan untuk mendorong segala perkembangan, pembangunan dan perekonomian daerah serta menunjang peningkatan pendapatan asli daerah, baik yang bersumber dari pengalian dan pemanfaatan potensi darah maupun yang bersumber dari pembangunan usaha diluar daerah.

Dari pendapatn yang telah dipaparkan, maka penulis menyimpulkan PDPDHJ merupakan sebuah lembaga yang memliki peran strategis dalam

pembangunan ekonomi kota Pematang Siantar. Melalui berbagai upaya yang telah dilakukan, PDPHJ telah menunjukkan komitmennya untuk menjadi pasar horas sebagai pusat perdagangan yang modern, efisien, dan berdaya saing. Keberhasilan PDPHJ tidak hanya akan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyrakat kota Pematang Siantar secara keseluruhan.

Tugas Tugas Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya (PDPHJ)

PD. Pasar Horas Jaya dalam menjalankan tugas memiliki pesan krusial dalam mengelola dan mengembangkan pasar horas, salah satu puast perekonomian utama di kota Pematang Siantar. Tugas-tugas tidak hanya sebatas pengelolaan fisik pasar, namun juga mencakup aspek-aspek yang lebih luas, mulai dari peningkatan kualitas layanan hingga pengembangan ekonomi lokal, tugas-tugas sebagai berikut:

1. Peningkatan kualitas pelayan.
2. Pengembangan sumber daya manusia (SDM).
3. Optimalisasi pemanfaatan sarana dan prasarana.
4. Peningkatan pendapat.
5. Pengembangan Pasar.

Dari pendapat yang telah dipaparkan, maka penulis menyimpulkan PDPHJ memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan kota Pematang Siantar. Dengan melaksanakan tugas-tugasnya secara optimal, PDPHJ dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, pertumbuhan ekonomi lokal, dan pengambangan kota Pematang Siantar sebagai pusat perdagangan dan distribusi regional.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan deskriptif dengan analisis data kualitatif yang merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan fenomena pada objek saat sekarang. Berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya mengenai Peran Komunikasi Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematang Siantar, dan berhadapan dengan informan dan narasumber.

Analisis Kualitatif menurut Crashwell dalam (m.rizal,fraditha) penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap bersal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur mengumpulkan datang yang spesifik diri dari para partisipan menganalisis data secara induktif dari mulai tema-tema umum dan menafsirkan makna data sehingga dapat ditemukan gambaran gambaran bagaimana Peran Komunikasi Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematang Siantar.

3.2. Kerangka Konsep

Sumber olahan peneliti 2025

Berdasarkan judul penelitian Peran Komunikasi Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematang Siantar. Batasan konsep yang akan digunakan dalam penelitian dapat digambarkan sebagai berikut. Konsep yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Pola Komunikasi Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematang Siantar.

3.3. Definisi Konsep

Definis konsep adalah cara untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, keadaan, kelompok, atau individu yang menjadi fokus dalam ilmu sosial. Konsep ini sering digunakan untuk memahami karakteristik yang spesifik dan kompleks dalam studi ilmia. Dalam penelitian ini, beberapa konsep penting yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

1. Pola komunikasi : Pola komunikasi merupakan suatu kerangka atau model yang menggambarkan cara-cara dalam berkomunikasi, baik secara formal maupun informal. Pola ini mencakup hubungan timbal balik antara individu atau kelompok yang saling membutuhkan, serta menunjukkan keterkaitan antara berbagai komponen dalam proses komunikasi.

2. Komunikasi Organisasi : Komunikasi organisasi adalah proses pengiriman dan penerimaan informasi dan pesan di dalam suatu organisasi, yang melibatkan interaksi dalam kelompok formal maupun informal. Menurut beberapa sumber, komunikasi organisasi tidak hanya sekadar pertukaran informasi, tetapi juga mencakup berbagai elemen yang saling berinteraksi. Proses ini penting untuk memastikan informasi yang relevan disampaikan dengan efektif, mendukung kolaborasi, dan meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan.
3. Komunikasi Efektif : Dari berbagai pendapat yang dikemukakan, komunikasi efektif melibatkan kemampuan untuk mempengaruhi sikap, menjaga ketepatan dalam penyampaian pesan, dan memastikan bahwa pesan tersebut tepat sasaran. Dengan memahami prinsip-prinsip ini, individu dan organisasi dapat meningkatkan kualitas interaksi mereka, mencapai tujuan komunikasi, dan menciptakan hubungan yang lebih baik di dalam konteks sosial maupun profesional.
4. Kesantunan dalam Berkomunikasi : Kesantunan berbahasa adalah aspek penting dalam komunikasi yang melibatkan pemilihan kata yang tepat, perhatian terhadap konteks, dan penghindaran terhadap potensi konflik. Dengan mematuhi prinsip-prinsip kesantunan, individu dapat menciptakan interaksi yang lebih baik dan membangun hubungan yang positif dengan mitra tutur.

3.4. Kategorisasi

Kategorisasi merupakan bagaimana cara mengukur suatu variable penelitian sehingga diketahui jelas apa yang menjadi kategorisasi penelitian pendukung untuk mengalisis variable tersebut. Berikut beberapa kategorisasi didalam penelitian ini iyalah sebagai berikut :

Konsep Teoritis	Kategorisasi
Pola Komunikasi Perusahaan Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematangsiantar	1. Sumber (komunikator) 2. Enkoding 3. Pesan 4. Saluran 5. Dekoding 6. Penerima 7. Umpan Balik 8. Gangguan

Sumber olahan dalam peneliti 2025

3.5. Narasumber

Untuk melengkapi data yang akan dianalisis secara kualitatif maka dalam penelitian ini penulis mengambil narasumber untuk memberikan pandangan terhadap Pola komunikasi Perusahaan Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematangsiantar.

1. Ibu Lusi Tambunan A.MD selaku Kepala Pasar II PD.PHJ
2. Ibu Inggrit Situmorang selaku Pelaksana Tugas Kepala Bagian Pengelola Pasar PD.PHJ
3. Ibu Erni Haryani selaku Staff Bidang Administrasi Pengelola Pasar PD.PHJ

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

a. Data primer merupkan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang bersangkutan dengan proses tanya jawab dan berhadapan langsung dengan informan atau narasumber (tidak melalui media atau perantara lainnya) metode untuk mendapatkan data primer yaitu.
b. Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati dan pecatatan dan langsung terhadap pola atau prilaku subyek (orang) atau ojek (benda) atau dengan kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.
c. Metode wawancara yaitu Teknik pengumpulan data yang akan digunkan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan yang bersangutan dengan menggunakan pedoman wawancara.
d. Teknik pengumpulan data sekunder merupakan data data yang relevan dengan permasalahaan dengan permasalahaan yang diteliti yang diperoleh dari buku dan refrensi dan jurnal, serta naskah lainnya. Data sekunder ini yang akan digunakan pendukung dalam analisis data.

3.7. Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2018) dalam (Irfanuddin, 2023)reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam mereduksi data akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai dan telah ditentukan sebelumnya. Reduksi datajuga merupakan suatu proses berfikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawan yang tinggi dalam memberikan gambaran penelitian.

3.8. Penyajian Data

Menurut Sugiono (2018) setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, flowchart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian I data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Selain itudalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami.

3.9. Penarikan Kesimpulan

Menurut Sugiyono (2018) kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena leperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

3.10. Lokasi Penelitian dan Waktu

Penelitian ini akan dilakukan kantor yang beralamat Jl. Imam Bonjol, No.1, kota Pematang Siantar, Sumatera Utara, Indonesia. Penelitian ini dilakukan mulai 25 Januari 2025 sampai dengan 12 Maret 2025.

3.11. Deskripsi Objek Penelitian Sejarah Tebentuknya PD. Pasar Horas Jaya

Pasar horas didirikan sejak zaman kolonial belanda berkisaran tahun 1900, dan pada tahun 1980 pernah terjadi kebakaran yang melahap seluruh bangunan yang masa itu dibangun masi berupa los dan tenda-tenda kecil. Melalui rapat paripurna DPR yang pada masa itu diketahui bapak letkol Suparmin dan dihadiri pejabat SKPD masa itu dan seorang peserta ikut hadir.

Yang mengajukan Horas dalam bahasa batak yang artinya salam sehat sejahtera selamanya horas ma parjualan, horas artinya (sehat sejahtera para pedagang dan sehat sejahtera pemerintah). Nama itu pun disetuji di rapat parpurna menjadi pasar horas. Tepat pada tanggal 31 Desember 2014 Pasar Horas yang tadinya dikelola oleh Dinas Pasar Kota Pematang Siantar berakhir pada tanggal 01 Januari 2015. Dibentuklah instansi khusus yang mengelola pasar horas dengan nama Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya (PDPHJ) melaui peraturan daerah kota Pematang Siantar no 05 tahun 2014, Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya dan peraturan daerah kota Pematang Siantar no 0 tahun 2014 tentang penyertaan modal PD. Pasar Horas Jaya dibentuk dengan maksud untuk membantu pemerintah daerah dalam menciptakan lapangan kerja.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Data Informan

Setiap penulis harus memiliki data yang jelas dan mampu dipertanggung jawabkan, sehingga data dalam penelitian yang diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data dan mendapatkan hasil yang maksimal. Penulis juga diharapkan dan mampu menguraikan fokus permasalahan yang diangkat didalam penelitiannya.

Setelah penulis melakukan observasi, langkah penulis selanjutnya langsung melakukan proses mewawancarai para informan yang sudah ditentukan, penulis melakukan proses wawancara kepada para informan yang sudah ditentukan. Peneliti melakukan wawancara kepada para jejeran staff pengelola pasar :

1. Ibu Lusi Tambunan selaku kepala pasar 2
2. Ibu Inggrit Situmorang selaku pelaksana tugas kepala bagian pengelola pasar
3. Ibu Erni selaku staff bidang administrasi pengelola pasar

4.1.2. Hasil Wawancara Informan

Dalam penelitian ini berjudul “Pola Komunikasi Perusahaan Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di

Pematangsiantar". Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara sebagai metode pengumpulan data. Hasil wawancara tersebut kemudian dianalisis dan

dipaparkan dalam bentuk penjelasan yang rinci. Penulis juga memberikan klarifikasi mengenai maksud dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan selama wawancara tersebut.

Agar infroman lebih muda memahami pertanyaan yang disiapkan oleh penulis, penulis menjelaskan setiap pertanyaan tanpa menilai benar atau salah jawaban yang diberikan. Penting bagi setiap penulis untuk mengumpulkan data yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan, sehingga berbagai teknik pengumpulan data digunakan untuk mencapai hasil yang optimal. Selain itu, penulis harus memahami dan mampu menjabarkan fokus masalah yang diangkat dalam penelitiannya.

Setelah melakukan observasi, langkah berikutnya diambil oleh penulis adalah mewawancarai informan yang sudah dipilih sebelumnya. Berikut ini penulis akan memaparkan laporan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan Ibu Erni Tambunan (informan 1), Ibu Erni Situmorang (Informan 2), Ibu Inggrit (Informan 3) Mengenai Pola Komunikasi Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematangsiantar dapat diliat pada hasil dari wawancara berikut ini :

Ibu Lusi Tambunan menjelaskan bahwa informasi relokasi sudah ada sejak lama, yang disampaikan dari dulu ialah relokasi untuk semua pedagang di pindahkan keseluruhannya ke tempat yang sudah didiskusikan para Pemerintah Kota. Tetapi memang dari dulu ketika informasi relokasi pertama kali disampaikan sudah ada penolakan dari para pedagang. Sangat banyak kekesalan para beberapa pedagang jika dipindahkannya Pasar Horas Jaya tersebut, rata-rata

yang tidak terima dipindahkan adalah pedagang yang merasa jarak rumahnya ke tempat yang baru sangat jauh. *"Relokasi yang dimaksud disini masih relokasi yang ada dijalan Merdeka tepatnya di depan gedung PD.PHJ, sebenarnya relokasi yang sebetulnya merka harus dipindahkan kesuatu tempat, yang dipilih Pemerintah Kota untuk berjualan, itu bukan relokasi yang sebenarnya, itu relokasi yang dibuat untuk situasi tanggap darurat bencana, tanggap darurat itu hanya ada 14 hari, setelah 14 hari masih juga belum terakomodir semua pedagang diperpanjang 3 kali, setelah itu masuk ke tanggap bencana apa satu lagi itulah yang satu bulan sampai sekarang,"* jelas Ibu Lusi Tambunan. (informan 1)

Ibu Lusi Tambunan juga menambahkan bahwa proses penyampaian informasi pesan tidak semata-mata langsung dari perusahaan, tetapi arahan dari Pemerintah Kota sendiri, karena PD.PHJ hanyala pengelola, yang memiliki hak penuh atas Pasar Horas Jaya adalah Pemerintah Kota. Infromasi yang bakal disampaikan juga hasil dari rapat yang sudah dilakukan. Setelah itu barulah PD.PHJ ditugaskan untuk menyampaikan infromasi tersebut. *"Yang menjadi sumber utama informasi relokasi setelah dari rapat yang dilakukan iyalah Kepala Pasar Horas Jaya 2. Kemudian Kepala Pasar Horas Jaya 2 melakukan rapat bagi para pengelola pasar atau tim khusus untuk menyampaikan informasi relokasi, seperti penagih, trantif, dan perizinan".* Tim khusus yang ditugaskan untuk menyampaikan informasi tersebut adalah kunci PD.PHJ tersebut. Ibu Lusi Tambunan merasa tim khusus tersebut sangat penting dalam hal tersebut, karena menyangkut citra PD.PHJ juga.

Meskipun kadang-kadang tim khusus tersebut merasa terbebani dengan tanggung jawab yang besar, Pemerintah Kota juga harus esktra kerja keras dalam menuangkan ide-ide dalam rapat untuk menghasilkan pesan yang mudah dipahami agar dapat diterima oleh indra pihak pendengar. *''Cara perusahaan mengemas informasi seperti perusahaan mempersiapkan bahan sebelum turun kejalanan. Apa saja yang menjadi masalah yang sudah terjadi di lapangan. Pada saat rapat tersebut, perusahaan menggunakan sistem diskusi dengan Pemerintah Kota dan jejeran pemimpin PD. Pasar Horas Jaya . Strategi yang digunakan perusahaan ialah sebelum para petugas PD. Pasar Horas turun untuk menyampaikan pesan terkait dengan korban yang terkena dampak kebakaran, perusahaan melakukan rapat marathon di kantor Pemerintah Kota setiap hari sampai jam 1 pagi, membahas tentang bagaimana mengemas infromasi pesan yang akan disampaikan oleh pengelola PD. Pasar Horas Jaya. Situasi pada saat itu sangat genting karena baru terjadi kebakaran, suasa menjadi panas. Bagaimana perusahaan mengantisipasi emosi pedagang, mengkondisikan agar pesan yang sudah dikemas dengan baik dapat tersampaikan dengan rapi agar mudah dipahami oleh para pedagang. Karena menyangkut kebutuhan masyarakat, jadi perusahaan ekstra hati-hati dalam mengemas pesan yang akan diinfromasikan''*. Jelas Ibu Lusi Tambunan.

Pesan yang sudah dikemas dari hasil rapat marathon berhari-hari Ibu Lusi Tambunan menjelaskan bahwa pesan tersebut diharapkan dapat dirasakan atau diterima para pedagang dengan baik dan mampu memberikan pengaruh yang cukup efektif. *''Pada saat penyampaian infromasi, para tim PD. Pasar Horas*

Jaya dikawal oleh kepolisian. Pesan utama yang disampaikan oleh tim PD. Pasar Horas Jaya ialah para pedagang yang terkena dampak kebakaran harus melapor terlebih dahulu, dikarenakan para korban ada yang memiliki kios dan ada pengontrak. PD. Pasar Horas Jaya harus melilah-milah lagi. Pemerintah Kota juga sigap membuka wacana memberikan bantuan sosial, tetapi tidak hanya infromasi pesan relokasi saja yang disampaikan kepada para pedagang, tim PD. Pasar Horas Jaya juga mendata para pedagang yang akan mendapat bantuan dengan kriteria yang sudah didiskusikan. Kriteria yang dimaksud ialah pedagang aktif, bukan pedagang yang sekali jualan besok tidak jualan, dan juga pedagang harus memberikan bukti bahwa pedagang memang termasuk pedagang aktif. PD. Pasar Horas Jaya harus memastikan tepat sasaran karena perusahaan punya penagih yang selama ini mengutip retribusi. Penagih adalah ujung tombak perusahaan menetapkan pedagang yang layak menerima bantuan sosial. Semua infromasi pesan yang disampaikan harus selalu dengan bahasa yang baik dan sopan, agar pedagang dapat langsung menerima pesan yang disampaikan". (Informan 1)

Selain itu, tim PD. Pasar Horas Jaya tidak hanya turun ke jalanan untuk menyampaikan informasi tersebut, tetapi juga dengan saluran lain seperti media online atau cetak. Ibu Lusi Tambunan menyebutkan salah satunya ialah dengan memberikan surat yang berisikan pesan infromasi tersebut. *"Saluran yang perusahaan gunakan dalam menyampaikan informasi ialah media cetak, media online, tetapi memang lebih seringnya bertemu langsung. Itula cara perusahaan merangkul pedagang"*.

Dari infromasi pesan yang disampaikan pasti ada beberapa pedagang yang kurang paham dari isi infromasi yang sudah diterima. Itu dikarenakan banyak pedagang yang sudah berusia di atas 40 yang kurang banyak pengetahuan. Jadi itu menjadi salah satu tujuan tim PD. Pasar Horas Jaya memilih menyampaikan informasi secara langsung, guna bisa langsung menjawab jika ada pedagang yang kurang paham dari isi pesan tersebut. Memang hanya beberapa pedagang yang kurang paham, lebih banyaknya pedagang yang langsung paham dari informasi yang disampaikan. Ibu Lusi Tambunan menjelaskan *"Kebanyakn pedagang cepat langsung memahami informasi yang disampaikan oleh tim PD. Pasar Horas Jaya, tetapi pasti ada tantangan dalam proses penyampainnya, seperti pedagang yang sudah lanjut usia atau dikarenakan ada beberapa oknum yang memanfaatkan situasi untuk mencari keuntungan dengan menghasut beberapa pedagang untuk melakukan aksi anarkis tanpa membaca dulu dan mendengarkan tim PD. Pasar Horas Jaya menjelaskan sampai tuntas"* kata Ibu Lusi Tambunan.

Setiap masalah yang terjadi tidak bisa dihindari dari oknum-oknum yang suka cari keuntungan sendiri. PD. Pasar Horas Jaya sebelum turun langsung kejalanan, tim yang sudah ditugaskan ditekankan bahwa jangan ada perbedaan pesan infromasi yang disampaikan kepada para pedagang, guna menghindari oknum yang suka menghasut para pedagang untuk anarkis. *"Semua pedagang mendapatkan infromasi yang sama. Tidak ada sama sekali perbedaan dalam penyampaian pesan tersebut, karena perusahan justru ketat menyampaikan infromasi jangan ada perbedaan dari pedagang satu dengan pedagang lain"*. (Informan 1)

Perusahaan juga menekankan untuk menjaga kesantunan dalam mencapai infromasi tersebut. Dikarenakan kita sama-sama tau bahwa para pedagang pasti masih sedih dan marah, mangkanya mereka sangat membutuhkan tindakan perusahaan selanjutnya. *"Ketika perusahan turun langsung kelapangan untuk menyampaikan infromasi yang akan disampaikan, para pedagang bisa langsung menyampaikan pendapat atau masukan untuk perusahaan dan juga pada saat rapat diskusi untuk para pedagang dan Pemerintah Kota.*

Dalam penelitian ini, penulis mengeksplorasi pola komunikasi yang diterapkan oleh PD. Pasar Horas Jaya dalam memberikan infromasi yang santun kepada para pedagang di Pematang Siantar. Penelitian ini juga mengkategorikan berbagai gangguan yang mungkin mempengaruhi efektivitas komunikasi tersebut. *"Sebagian besar para pedagang cepat memahami informasi yang disampaikan oleh perusahaan, tetapi ada saja beberapa oknum yang menghasut pedagang agar pesan yang disampaikan oleh perusahaan tidak tersampaikan dengan baik kepada pedagang. Itu yang menjadi hambatan perusahaan karena kesalahpahaman informasi dikarenakan oknum tersebut"*. kata Ibu Lusi Tambunan. Penulis berusaha memahami bagaimana interaksi antara pengelola pasar dan pedagang berlangsung, serta bagaimana kesantunan dalam menyampaikan informasi dapat mempengaruhi hubungan mereka.

Disaat Ibu Lusiana Tambunan berbicara dengan penulis terkait permasalan yang ada, umumnya Pemerintah Kota dahulu yang menghubungi PD. Pasar Horas Jaya untuk mengundang rapat terkait memberikan informasi lebih lanjut. *" Pasar Horas ini ownernya ialah Pemerintah Kota, jadi tunggu arahan dari Pemerintah*

Kota sendiri yang memberikan informasi kepada PD.PHJ. Perusahaan hanya mengelola dari perintah yang sudah diberikan. Terkait jadwal rutin tidak ada, hanya saja jika ada rapat terbaru baru perusahaan memberikan informasi terbaru."

Setelah Penulis melakukan wawancarai dengan Ibu Lusiana Tambunan, Penulis melakukan wawancara dengan Ibu Inggrit Sitomorang selaku Pelaksana Tugas Kepala Bagian Pengelola Pasar. Ibu Inggrit Situmorang sebelumnya menjelaskan bahwa terkait relokasi yang ada, ini sudah menjadi berita yang sering didengar oleh masyarakat Pematang Siantar khususnya pedagang Pasar Horas Jaya*."relokasi yang dimasud dari dulu ialah relokasi yang memang Pasar Horas Jaya akan dipindahkan ke tempat baru, tapi masih dalam tahap diskusi"* kata Ibu Inggrit. Dalam percakapan tersebut, Ibu inggrit Situmorang juga menekankan bahwa yang menjadi seumber infromasi mengenai relokasi tersebut ialah Kepala Pasar Horas Jaya. " *Sumber utama informasi mengenai relokasi bagi pedagang di Pasar Horas Jaya adalah Kepala Pasar Horas Jaya. Kalau tim khusus yang bertanggung jawab tidak ada, kalau untuk menyampaikan informasi relokasi tadi tidak ada tapi ada SPT Relokasi yang guna mengurus relokasi tersebut* ." ujarnya.

Ibu Inggrit Situmorang menyadari jika terkait masalah keberlangsungan hidup para pedagang, perusahaan sebaik mungkin dalam menyusun kata-kata yang baik dan santun dan strategi yang baik sebelum menyampaikan informasi tersebut. "*cara perusahaan memberikan infromasi relokasi dengan mengundang pedagang, ada 2 kali pertemuan langsung dengan pedagang. Terkait strategi penyampian pesan sendiri tidak ada, biasanya perusahaan hanya melakukan*

dengan menyebarkan surat atau undangan bincang langsung kepada pedagang". (Informan 2)

Terkait informasi yang akan disampaikan, seperti yang sudah dijelaskan di atas Ibu Inggrit memahami infromasi apa yang akan disampaikan kepada kepadang, karena semua sudah dirapatkan di kantor Pemerintah Kota. " *Yang termasuk informasi penting yang disamapaikan, misalnya masalah perpanjangan tanggap darurat, itu biasanya perusahaan sampaikan, tidak boleh ,meninggallkan barang dagangan, itu juga kami sampaikan melalui surat, dan juga ketika perusahaan ingin memberikan informasi sekaligus sosialisasi kepada pedagang jika ada undangan-undangan dari Pemerintah Kota (Pemko). Pesan khusus yang ingin disampaikan tidak ada, tidak perna menjaga kesantunan untuk memberikan infromasi, dikarenakan penerima informasi adalah pedagang, artiannya kami memberitahukan jika ingin memberikan masukan tidak perlu teriak-teriak, karena perusahaan memberikan kesempatakn untuk para pedagang menyampaikan keluh kesah terhadap kinerja perusahaan.*" ungkap Ibu Inggrit Situmorang.

Dengan penyampainnya infromasi tersebut, PD. Pasar Horas Jaya dan Pemerintah Kota pastinya tidak hanya langsung turun ke jalanan untuk menyampaikan infromasi, Ibu Inggrit Situmorang menjelaskan " *Perusahaan biasanya menyampampaikan informasi melalui surat, dan sosialisasi kepada pedagang, artianya sosialisasi itu seperti tim trantif menyampaikan informasi menggunakan toa pake toa. Tidak ada menggunakan media cetak kalau pertemuan langsung iya, platfrom digital juga tidak ada.*"

Saluran yang digunakan Pd. Pasar Horas Jaya dan Pemerintah kota untuk menyampaikan infromasi terkait relokasi tersebut tentunya sudah sangat sempurna, tetapi pastinya banyak pedagang yang masih bertanya terkait isi informasi yang di berikan kepada mereka. *"Perusahaan hanya dengan menyampaikan informasi menggunakan bahasa yang mudah dipahami khalayak umum, perusahaan menjelaskan dengan langsung ketika pembagian surat informasi. Disitu terjadi adanya diskusi tanya jawab, ketika ada yang tidak dimengerti pedagang perusahan langsung menjelaskan."* jelasnya. Ibu Inggrit Situmorang juga memahami bahwa banyak pedagang yang kurang memahami unfromasi yang disampaikan.

Selain itu, Ibu Inggrit Situmorang juga membahas terkait penerima infromasi relokasi. Dikarenakan banyak pedagang yang kurang memahami isi dari surat yang disampaikan mengenai relokasi, perusahaan menekan bahwa tidak ada perbedaan dalam penerima surat tersebut. *"Semua pedagang mendapatkan infromasi yang sama tanpa ada perbedaan dalam menyampaikan pesan. Perusahaan berusaha untuk ketat dalam menyampaikan infromasi agar tidak ada perbedaan antara satu dengan lainnya."* kata Ibu Inggrit.

Setelah menjelaskan hal-hal terkait infromasi relokasi, pastinya ada umpan balik dari pedagang terkait infromasi yang disampaikan. PD. Pasar Horas Jaya dan Pemerintah Kota sudah memikirkan hal ini pasti bakal terjadi. *"Perusahaan menerima umpan balik dari pedagang secara lansgung saat turun ke lapangan. Pedagang dapat menyampaikan pendapat atau masukan mereka, baik dalam pertemuan langsung maupun saat rapat diskusi dengen Pemerintah Kota."*

jelasnya. Perusahaan pastinya sudah memikirkan bagaimana respon dari para pedagang terkait hasil rapat yang sudah diberitahukan. Perusahan harus siap menerima semua pendapat yang disampaikan para pedagang.

Ibu Inggrit memberitahu juga bahwa bukan hanya di pedagang yang kurang memahmi hambatan bagi perusahaan, tetapi ada aja oknum yang suka mencari kesempatan dari kejadian ini. Banyak pedagang yang terkena hasut dari para oknum. *"Meskipun sebagian besar pedagang memhami informasi yang disampaikan, ada beberapa oknum yang menghasut pedagang lain agar pesan tidak tersampaikan dengan baik dan jelas. Ini menjadi hambatan bagi perusahaan karena dapat menyebabkan kedalahan infromasi."* (Infroman 2)

Oleh sebeb itu, agar menghindari hal-hal tersebut terjadi, PD. Pasar Horas Jaya dan Pemerintah sebisa mungkin membuat infromasi terbaru dan secepatnya memberitahukannya kepada para pedagang. Hal ini sangat penting bagi pedagang karena masalah tersebut harus secepatnya memliki solusi yang baik. Tetapi pedagang juga harus sabar dalam pengelolaan yang baru, karena perusahan juga tidak mungkin memperlama dalam urusan pedagang. Ibu Inggrit menambahkan *"Perusahaan tidak memliki jadwal rutin menyampaikan infromasi terbaru terkait relokasi tersebut. Komunikasi dilakukan sesuai kebutuhan, terutama ketika ada rapat terbaru atau infromasi penting yang perlu disampaikan kepada pedagang"*. (Informan 2)

Hal tersebut juga dikatakan oleh Ibu Erni sebagai Staff Bidang Administrasi Pengelola Pasar (Informan 3) setelah Ibu Inggrit. Ibu Erni menjelaskan bahwa masalah relokasi yang dibahas sekarang hanya relokasi

sementara, relokasi yang sesungguhnya sudah perna diberitahukan kepada pedagang. Relokasi yang sementara ini terjadi karena adanya insiden terjadinya kebakaran pada tanggal 22 September 2024. *"Relokasi yang dimasud adalah relokasi yang sementara karena terjadi kebakaran tahun lalu. Awalnya PD. Pasar Horas Jaya dan Pemerintah Kota ingin memindahkan para korban ke tempat yang lebih aman. Masih di area pasar horas, tetapi mereka tetap ricuh ingin berjualan di jalan merdeka yang bisa kamu liat sendiri."* Kata Ibu Erni. Ibu Erni mengungkapkan bahwa perusahaan sudah berusaha untuk memberikan solusi yang baik terhadap korban tetapi mereka menolak, malah memilih ricuh.

Terkait infromasi yang disampaikan tersebut, ada pula sumber utama mengenai relokasi. Ibu Inggrit menjelaskan, *"Sumber utama infromasi mengenai relokasi bagi pedagang di Pasar Horas adalah Kepala Pasar. Perusahaan juga memiliki tim khusus yang bertugas untuk menyampaikan infromasi relokasi tersebut, yang mencakup berbagai bidang seperti penagih, transportasi, dan perizinan."*

Dalam proses komunikasi ini, Ibu Erni menjelaskan pentingnya menjaga kesantunan dalam menyampaikan infromasi ini. *"Dalam pesan informasi tersebut, perusahaan dan pemerintah kota sangat menjaga kesantunan dalam mengemas infromasi yang akan disampaikan. Perusahan melakukan persiapan matang sebelum turun kelapangan, termasuk mengadakan rapat dengan para pemimpin perusahan dan pemeribtah kota untuk memastikan pesan yang disampaikan tepat dan efektif."* kata Ibu Inggrit. Tim PD. Pasar Horas sangat bekerja keras dalam menangani masalah yang terjadi.

Dalam situasi genting tersebut, perusahaan dan pemerintah kota bekerja sangat ekstra, karena ini menyangkut keberlangsungan hidup para pedagang. Tiap hari dari mulai kejadian kebakaran tersebut selama 3 sampai 4 hari melakukan

rapat menyusun pesan infromasi yang bakal disampaikan terdahulu kepada para pedagang yang terkena dampak kebakaran. *"Infromasi yang perusahaan sampaikan kepada pedagang mevakup langkah-langkah yang harus diambil oleh pedagang yang terkena dampak kebakaran, serta kriteria untuk mendapatkan bantuan sosial. Perusahaan juga selalu menekankan pentingnya kesantunan komunikasi yang baik agar bisa menenangkan para pedagang agar infromasi yang disampikan tersampaikan dengan baik,"* ujarnya. Pedagang awalnya melakukan kributan di jalan karena meminta perusahaan secepatnya memberikan solusi kepada para korban yang terkena dampak kebakaran.

Dikarenakan adanya kerusuhan yang terjadi, perusahaan tidak bisa hanya turun kelapangan langsung untuk menyampaikan infromasi tersebut. Perusahaan melakukan cara lain dengan membuat surat undangan kepada para korban. *"Perusahaan menggunakan berbagai saluran untuk menyampaikan infromasi, termasuk media cetak dan media online, tetapi yang paling efektif memang adalah pertemuan langsung dengan pedagang. Ini memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi secara lansgung dengan menjawab pertanyaan para korban,"* kata Ibu Erni. Ibu Erni juga menambahkan bahwa pertemuan langsung memang betul-betul sangar efektif, karena perusahaan langsung bisa mendengarkan dengan baik pertanyaan-pertanyaan yang mungkin jika tim PD. Pasar Horas Jaya langsung kejalanan tidak akan bisa fokus akibat ramenya para pedagang yang meminta secepatnya bantuan sosial dari pemerintah kota.

Tentunya karena kejadian ini, para korban sangat ingin secepatnya mendapatkan bantuan dari pemerintah, karena mereka membutuhkan modal awal

lagi untuk berjualan. Tapi dibalik dari insiden ini masih banyak oknum yang suka mengambil keuntungan kepentingan pribadi dengan mengasut beberapa pedagang untuk melakukan kerusuhan. Ini dapat membuat infromasi yang disampaikan kepada pedagang menimbulkan kesalahpahaman. *"Sebagian besar pedagang dapat memahami infromasi yang disampaikan dengan baik. Namun perusahaan juga menghadapi tantangan, terutama ketika ada oknum yang mencoba memanfaatkan situasi untuk kepentingan pribadinya, yang dapat menyebabkan kebingungan tentang infromasi yang disampaikan kepada satu dengan pedagang lainnya."* (Infroman 3)

Ibu Erni juga menambahkan bahwa setiap infromasi yang perushaan sampaikan itu sudah dari hasil rapat yang dilakukan. Perusahaan tidak sembarangan menyampaikan informasi, informasi sudah di kemas dengan baik oleh pemerintah kota dan pengelola pasar guna agar tidak ada kesalapahaman yang terjadi. Dalam rapat tersebut pasti bukan hanya satu hal yang dibahas, tetapi semua yang mencakup dengan para korban kebakaran. *"Perusahaan memastikan bahwa tidak ada perbedaan dalam menyampaikan infromasi, semua pedagang menerima infromasi yang sama agar semua pedagang mendapatkan perilaku yang adil,"* jelasnya.

Beberapa harapan terkait respon para pedagang saat berkomunikasi, terutama dalam konteks pertolongan pertama. Perusahaan sangat ekstra hati-hati dalam menyampaikan informasi, karena perusahaan akan selalu memberikan yang terbaik untuk para korban. *"Perusahaan sangat menghargai umpan balik dari pedagang. Setelah menyampaikan infrrmasi, perusahaan memberikan kesempatan*

bagi pedagang untuk menyampaikn pedapat atau masukan, baik secara langsung di lapangan maupun dalam forum diskusi yang perushaan adakan," kata Ibu Erni. Ibu Erni juga menyebutkankan inginnya semua para tim PD. Pasar Horas Jaya bisa mendengarkan semua pertanyaan atau keinginan para korban agar para korban bisa merasa lebih lega.

Selain itu, Ibu Erni juga menjelaskan bahwa tidak dipungkiri ketika perusahaan dan pemerintah kota sudah melakukan yang terbaik, pasti ada saja nyang tidak suka dengan kinerja yang sudah dilakukan. Perusahaan percaya pasti ada beberapa oknum yang suka membuat keributan dengan mengajak para korban pedagang meminta hak jualannya lagi. *"Perusahaan sudah membahas terkait oknum yang akan muncul dan membuat rusuh di jalanan, perusahaan juga sudah membicarakan kepada pemerintah kota untuk meminta pengamanan yang ketat lagi terhadap tim yang menyampaikan masalah terkait relokasi tersebut,".* Ibu Erni menyebutkan bahwa dia berharap komunikasi dengan pedagang bisa berlangsung lebih rutin dan konsisten. *"Dikarenakan perusahan sudah menduga itu terjaadi, perusahaan menjadikan ini sebuah tantangan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh semua pedagang apa tidak. Akan ada kesalapahaman apa tidak terkait infromasi yang yang disampaikan akibat oknum tersebut".* (Infroman 3)

Untuk mengatasi masalah ini, Ibu Erni menyebutkan bahwa perusahaan sangat berusaha agar para pedagang secepat mungkin agar cepatnya terlaksana perbaikan ulang terkait bangunan yang terkena kebakaran. Perusahaan juga paham terkait pedagang yang belum memahami informasi terkait relokasi tersebut, tetapi

perusahaan tidak bisa sembarangan memberikan infromasi tanpa konfirmasi dari pemerintah kota. *"Perusahaan tidak memiliki jadwal rutin untuk komunikasi terkait relokasi. Namun perusahaan selalu siap untuk memberikan infromasi terbaru sesuai kebutuhan, terutama ketika ada perkembangan penting yang perlu disampaikan kepada pedagang,"* jelasnya. Ibu Erni juga menambahkan bahwa memang tidak mungkin hanya 1 kali atau 2 kali disampaikannya infromasi tersebut. *"Memang harus melebihi 3 atau 4, karena pada dasarnya sampai sekarang pun masih banyak pedagang yang melanggar aturan yang sudah diinformasikan, susahnya pedagang diatur tetang kebersihan. Karena merekanya meminta di jalan raya, seharusnya mereka juga paham untuk menjaga kebersihan, tetapi nyatanya yang kita lihat tidak,".*

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pola Komunikasi Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Infromasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematangsiantar

Berdasarkan hasil wawancara diatas, pola komunikasi PD.PHJ dalam memberikan kesantunan infromasi sangat baik serta efektif ditambah dengan kemampuan keseimbangan tanggung jawab harus menyeimbangkan komunikasi dengan para pedagang. Perusahaan juga menunjukkan bagaimana pola komunikasi yang baik dengan para pedagang yang infromasi sudah dikelola dengan empati, keterbukaan, tanggung jawab yang besar. Dalam hasil penelitian ini juga meskipun Ibu Lusi menjelaskan ada tim khusus yang mengelola infromasi relokasi para pengelola pasar juga harus ikut serta dalam membantu penyampaian infromasi relokasi tersebut.

Keterbukaan dalam komunikasi berarti keinginan untuk jujur dan apa adanya. Ini melibatkan kesediaan untuk mendengarkan secara terbuka dan aktif tentang apa yang disampaikan orang lain. Kejelasan dalam komunikasi berarti menggunakan bahasa dan mengemas infromasi secara jelas, sehingga muda diterima dan dipahami oleh komunikan.

Pada bagian ini hasil dari penyajian data yang akan dianalisis dengan tetap mengacu kepada hasil data tersebut sesuai dengan fokus yang ada dalam penelitian. Seluruh data yang disajikan diperoleh selama penelitian, baik dengan

melakukan wawancara kepada narasumber penelitian yang akan berkaitan dengan permasalahan yang ingin dijawab tentang bagaimana Pola Komunikasi Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematangsiantar.

Menurut Josep Dominick (2002) dalam (Morissan, 2013), pada umumnya studi komunikasi pada masa lalu lebih menekankan pada upaya bagaimana membujuk (persusasi) sebagai bentuk efek yang diinginkan. Setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi yang meliputi : sumber, enkoding, pesan, saluran, dekoding, penerima, umpan balik dan gangguan. Elemen komunikasi ini adalah juga teori yang melihat komunikasi berdasarkan unsur-unsur atau elemen yang membentuknya :

I. Sumber (komunikator)

Dari hasil penelitian PD. PHJ dalam memberikan kesantunan infromasi bagi pedagang ini tidak langsung dari PD. PHJ sendiri, melainkan dari pemerintah kota setelah itu disampaikan kepada kepala pasar dan tim khusus yang ada. Hal ini terlihat pada saat penulis melakukan observasi dimana informan 2 tidak terlalu memahami dengan jelas bagaimana infromasi disampaikan dengan baik dan siapa yang bertanggung jawab terkait penyampaian infromasi tersebut. Mengenai sumber infromasi tersebut. Sumber (komunikator) dalam konteks komunikasi ini adalah PD. Pasar Horas Jaya dan Pemerintah Kota Pematang Siantar. Mereka bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi mengenai relokasi pedagang akibat kebakaran yang terjadi di Pasar Horas Jaya. Ibu Lusi Tambunan menjelaskan bahwa PD. Pasar Horas Jaya berfungsi sebagai pengelola yang

melaksanakan arahan dari Pemerintah Kota. Dalam hal ini, pengelola pasar tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai mediator antara pemerintah dan pedagang. Proses penyampaian informasi ini melibatkan berbagai pihak, termasuk Kepala Pasar Horas Jaya dan tim khusus yang terdiri dari penagih, transportasi, dan perizinan.

2. Enkoding

Enkoding adalah proses di mana komunikator mengubah informasi menjadi bentuk yang dapat dipahami oleh penerima. Dalam konteks ini, PD. PHJ harus mengemas informasi relokasi dengan cara yang mudah dipahami oleh para pedagang. Ini termasuk penggunaan bahasa yang sederhana dan jelas, serta penyampaian informasi yang terstruktur**.** Terkadang proses enkoding tidak mempertimbangkan latar belakang pendidikan dan pemahaman para pedagang. Jika isi pesan terlalu teknis dan kompleks, hal ini dapat menyebabkan kesalahpahaman. Hal ini terlihat saat penulis melakukan wawancara terhadap 3 naarsumber yang dimana mereka tidak menjelaskan adanya proses enkoding saat melakukan rapat mengenai isi pesan yang bakal diinformasikan.

3. Pesan

Pesan adalah hasil dari enkoding yang dapat dirasakan atau diterima oleh indra. Pesan memiliki wujud (physical) yang dapat dirasakan atau diterima oleh indra. Dominick mendefenisikan pesan sebagai the actual physical product that the source encodes (produk fisik aktual yang telah di enkoding sumber). Dari hasil wawancara ini, Ibu Lusi Tambunan menyebutkan, pesan yang disampaikan harus jelas dan mudah dipahami, mencerminkan empati terhadap situasi emosional para

pedagang yang merasa kehilangan, sehingga dapat membantu mereka memahami langkah-langkah yang perlu diambil. Pesan yang disampaikan oleh PD. PHJ mencakup berbagai informasi penting terkait relokasi pedagang. Ibu Lusi menekankan bahwa pesan ini tidak hanya berfokus pada relokasi fisik, tetapi juga mencakup prosedur yang harus diikuti oleh pedagang yang terkena dampak kebakaran, serta kriteria untuk mendapatkan bantuan sosial. Dalam konteks ini, pesan harus dikemas dengan hati-hati agar mudah dipahami oleh para pedagang, terutama yang berusia lebih tua dan mungkin kurang familiar dengan prosedur administratif.

4. Saluran (channel)

Saluran atau channel adalah jalan yang dilalui pesan untuk sampai kepada penerima. Pesan terkadang membutuhkan lebih dari satu saluran untuk dapat mencapi penerimanya. Dari hasil wawancara ini, Ibu Inggrit menjelaskan bahwa pertemuan langsung dianggap sebagai saluran yang paling efektif karena memungkinkan interaksi dua arah, di mana pedagang dapat langsung mengajukan pertanyaan dan mendapatkan klarifikasi. Penggunaan surat dan media cetak juga penting untuk menjangkau pedagang yang mungkin tidak dapat hadir dalam pertemuan langsung. Meskipun saluran yang beragam digunakan, pasti ada masalah dalam aksesibilitas. Tidak semua pedagang dapat hadir dalam pertemuan langsung, dan penggunaan saluran digital mungkin tidak efektif bagi mereka yang tidak memiliki akses internet. Hal ini dapat menyebabkan ketidakmerataan dalam penyampaian informasi.

5. Dekoding

Dekoding adalah kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterprestasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatau bentuk yang memiliki arti bagi penerima. Dalam hal ini para pedagang menginterpretasikan dan memahami pesan yang telah disampaikan oleh komunikator (PD.PHJ dan Pemerintah Kota). Proses ini sangat penting karena keberhasilan komunikasi tidak hanya bergantung pada seberapa baik pesan disampaikan, tetapi juga pada seberapa baik pesan tersebut dipahami oleh penerima.

6. Penerima (komunikan)

Penerima atau receiver atau disebut juga audien adalah sasaran atau target pesan, penerima sering pula disebut "komunikan". Penerima dapat berupa suatu individu, satu kelompok, lembaga atau bahkan suatu kumpulan besar manusia yang tidak saling mengenal. Dari hasil wawancara ini, Ibu Erni menekankan bahwa semua pedagang menerima infromasi yang sama. *"Perusahaan berusahan untuk memastikan bahwa tidak ada perbedaan dalam penyampaian infromasi agar semua pedagang mendapatkan perlakukan yang adil,"* jelas Ibu Erni.

7. Umpan Balik

Umpan balik atau feedback adalah tanggapan atau respon dari penerima hasil pesan yang membentuk dan mengubah pesan berikut yang akan disampaikan sumber. Umpan balik menjadi tempat perputaran arah dari arus komunikasi. Artinya sumber pertama kemudian menjadi penerima, semen- tara penerima pertama menjadi sumber baru. Dari hasil wawancara yang dilakukam penulis, umpan balik dari pedagang sangat penting, tetapi ada masalah dalam mekanisme pengumpulan umpan balik,. Jika umpan balik tidak ditangani dengan serius atau

tidak ada tindak lanjut, pedagang mungkin merasa suaranya tidak didengar, yang dapat mengurangi kepercayaan mereka terhadap pengelola pasar.

8. Gangguan

Gangguan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengintervensi proses pengiriman pesan. Gangguan yang sangat kecil mungkin dapat diabaikan, namun terlalu banyak gangguan dapat menghambat pesan untuk mencapai tujuannya. Dalam konteks komunikasi PD. PHJ kepada pedagang, gangguan ini dapat muncul dari berbagai sumber dan dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi secara signifikan. Sebagimana dijelaskan Ibu Lusi Tambunan, *"Sebagian besar para pedagang cepat memahami informasi yang disampaikan oleh perusahaan, tetapi ada saja beberapa oknum yang menghasut pedagang agar pesan yang disampaikan oleh perusahaan tidak tersampaikan dengan baik kepada pedagang. Itu yang menjadi hambatan perusahaan karena kesalahpahaman informasi dikarenakan oknum tersebut".*

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenaik pola komunikasi yang diterapkan oleh Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya (PD.PHJ) dalam memberikan kesantunan infromasi relokasi bagi pedagang di Pematang Siantar, dapat disimpulkan dari bebrapa point sebagai berikut :

1. Pola Komunikasi yang Terstruktur : PD.PHJ mengadopsi pola komunikasi yang terstruktur dan melibatkan berbagai pihak, termasuk Pemerintah Kota dan tum khusus yang bertugas menyampaikan infromasi. Proses ini menunjukkan adanya keterbukaan dan kolaborasi antara pengelola pasar dan pemerintah dalam menyampaikan infromasi kepada pedagang.
2. Kesantunan dalam Penyampaian Informasi: Kesantunan menjadi aspek penting dalam komunikasi yang dilakukan oleh PD.PHJ. Informasi disampaikan dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, serta memperhatikan situasi emosional para pedagang yang terkena dampak. Hal ini mencerminkan empati dan tanggung jawab perusahaan dalam menjaga hubungan baik dengan pedagang.
3. Penggunaan Berbagai Saluran Komunikasi : PD.PHJ memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, termasuk pertemuan langsung, surat dan media cetak, untuk menjangkau semua pedagang. Meskipun pertemuan

langsung dianggap sebagai saluran yang paling efektif, tantangan dalam aksesibilitas tetap ada, terutama bagi pedagang yang tidak dapat hadir.

4. Umpan Balik dan Respon Pedagang : Umpan balik dari pedagang sangat penting dalam proses komunikasi. Namun, mekanisme pengumpulan umpan balik perlu diperbaiki agar suara pedagang dapat didengar dan ditindaklanjuti dengan baik. Hal inin dapat meningkatkan kepercayaan pedagang terhadap pengelola pasar.
5. Gangguam dalam Proses Komunikasi : Terdapat gangguan yang mempengaruhi efektivitas komunikasi, seperti oknum yang menghasut pedagang untuk menolak infromasi yang disampaikan. Hal ini menunjukkan perlunya strategi yang lebih baik dalam mengatasi gangguan dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterma dengan baik oleh semua pedagang.
6. Keterbatasan Enkoding dan Dekoding Pesan : Proses enkoding dan dekoding pesan perlu diperhatikan lebih lanjut, terutama dalam hal penggunaan bahasa yang sesuai dengan latar belakang pendidikan dan pemahaman pedagang. Kesalahpahaman dapat terjadi jika pesan terlalu teknis atau kompleks.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Peningkatan Mekanisme Umpan Balik : PD.PHJ perlu mengembangkan mekanisme yang lebih sistematis untuk mengumpulkan dan menanggapi umpan balik dari pedagang. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan saluran komunikasi yang lebih formal, seperti kotak saran, atau forum diskusi rutin, yang memungkinkan pedagang untuk menyampaikan pendapat dan keluhan secara langsung. Dengan cara ini, PD.PHJ dapat lebih responsif terhadap kebutuhan dan kekhawatiran pedagang.
2. Pelatihan untuk Tim Penyampaian Pesan : Mengingat pentingnya kesantunan dan kejelasan dalam penyampaian informasi, PD.PHJ sebaiknya memberikan pelatihan kepada tim yang bertugas menyampaikan informasi kepada pedagang. Pelatihan ini dapat mencakup teknik komunikasi yang efektif, dan cara menangai situasi konflik. Dengan demikian, tim dapat lebih siap dalam menghadapi berbagai reaksi dari pedagang.
3. Penggunaan Bahasa yang Lebih Sederhana : Dalam proses enkoding infromasi, PD.PHJ harus terus berupaya menggunakan bahsa yang lebih sederhana dan mudah dipahami oleh semua pedagang, terutama yang berusia lebih tua. Penyampaian informasi

yang jelas dan lugasakan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahpahaman.

4. Peningkatan Koordinasi dengan Pemerintah Kota : PD.PHJ perlu memperkuat koordinasi dengan Pemerintah Kota dalam menyusun dan menyampaikan informasi. Rapat rutin snstsr kedua pihak dapat membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dan sesuai dengan kebijakan yang berlaku, serta mengurangi potensi kebingungan di kalangan pedagang.
5. Pemberian Edukasi kepada Pedagang : Mengingat adanya oknum yang dapat memanfaatkan situasi untuk kepentingan pribadi, PD.PHJ perlu memberikan edukasi kepada pedagang mengenai pentingnya memahami infromasi yang disampaikan dan cara mengidentifikasi infromasi valid. Edukasi ini dapat dilakukan melalui seminar atau workshop yang melibatkan semua pedagang.

   Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan PD.PHJ dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan membangun hubungan yang lebih baik lagi dengan para pedagang, sehongga proses relokasi dapat berjalan dengan lancar dan mengurangi potensi konflik di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Altamira, M. B., & Rusfian, E. (2019). Komunikasi Organisasi Dalam Proses Pembentukan Budaya Organisasi (Studi Nilai Budaya Organisasi I've Care Pada Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia). In *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*. https://doi.org/10.7454/JSHT.V2I1.71

Anggraini, E. S. (2021). Pola Komunikasi Guru Dalam Pembelajaran Anak Usia Dini Melalui Bermain. *Jurnal Bunga Rampai Usia Emas*, *7*(1), 27. https://doi.org/10.24114/jbrue.v7i1.25783

Efendi, E., Attaya, M. F., & Nugroho, M. D. (2023). Model Komunikasi Linear. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, *4*(1), 1–7. https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3216

Hardiyanto, S., & Pulungan, D. (2019). Komunikasi Efektif Sebagai Upaya Penanggulangan Bencana Alam di Kota Padangsidimpuan. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3*(1), 30–39. https://doi.org/10.30596/interaksi.v3i1.2694

Ira Fatmawati. (2022). Komunikasi Organisasi Dalam Hubungannya Dengan Kepemimpinan Dan Perilaku Kerja Organisasi. *Revorma: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran*, *2*(1), 39–55. https://doi.org/10.62825/revorma.v2i1.18

Irfanuddin, N. (2023). *MENGOPTIMALKAN KINERJA GURU DI SEKOLAH DASAR*.

Joko Susanto. (2020). Etika Komunikasi Islami. *WARAQAT : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, *1*(1), 24. https://doi.org/10.51590/waraqat.v1i1.28

Laksmiari. (2019). Bab II Kajian Pustaka Dan Kerangka Pemikiran. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, *2017*, 9–29.

Mahadi, U. (2021). Komunikasi Pendidikan (Urgensi Komunikasi Efektif dalam Proses Pembelajaran). *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, *2*(2), 80–90. https://doi.org/10.31539/joppa.v2i2.2385

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Masa* (Cetakan Ke). KENCANA.

Prasetya, K. H., Subakti, H., & Musdolifah, A. (2022). *Learning in*. *6*(1), 1019–1027.

Rahadini, A. A., & Suwarna, S. (2014). Kesantunan Berbahasa Dalam Interaksi Pembelajaran Bahasa Jawa Di Smp N 1 Banyumas. *LingTera*, *1*(2), 136. https://doi.org/10.21831/lt.v1i2.2591

Safitri, B., & Mujahid, N. S. (2024). Komunikasi Efektif dalam Organisasi. *Cendekia Inovatif Dan Berbudaya*, *1*(3), 309–316. https://doi.org/10.59996/cendib.v1i3.318

Sari, P. P., & Basit, L. (2018). Komunikasi Organisasi Kepala Desa Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Desa Terhadap Pembangunan Desa. *Interaksi*, *2*, 47–60.

Siregar Tua, R., & ujang, dkk E. (2021). *Komunikasi Organisasi* (Cetakan Ke). Widina Bhakti Persada Bandung.

Thariq, M., & Anshori, A. (2017). Komunikasi adaptasi mahasiswa indekos. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(2), 156–173.

Tri Rina Budiwati. (2017). Kesantunan Berbahasa Mahasiswa dalam Berinteraksi dengan Dosen di Universitas Ahmad Dahlan : Analisis Pragmatik Abstrak. *The 5Th Urecol Proceeding*, *7*(February), 557–571.

Widyantoro, A. S. G. (2019). Pola Komunikasi Dalam Rangka Menjaga Solidaritas (Studi Deskriptif Tentang Pola Komunikasi Dalam Rangka Menjaga Solidaritas Antar Anggota Fans Club Liverpool Regional Solo). *Jurnal Kommas*, *1*, 1–16. https://www.jurnalkommas.com/index.php?target=isi&jurnal=Pola+Komunikasi+Dalam+Rangka+Menjaga+Solidaritas

Winoto, Y. (2015). Penerapan Teori Kredibilitas Sumber Sour. *EduLib*, *5*(2), 1–14.

Yusuf Ali, F., & Maliki Ilham, B. (2021). *Perilaku Organisasi* (Monalisa (ed.); Cetakan Ke). PT RajaGrafindo Persada.

Zulfahmi. (2017). Pola komunikasi dalam upaya pelestarian reog ponorogo pada orang jawa di desa percut sei tuan. *Jurnal Interaksi*, *1*, 220–241.

Dokumentasi

Foto Bersama Dengan Pelaksana Tugas Kepala Bagian Pengelola Pasar (PD.PHJ)
Ibu Herma Inggrit Situmorang SE

Foto Bersama Dengan Staff Bidang Administrasi Pengelola Pasar (PD.PHJ)
Ibu Erni Haryani. SE

Foto Bersama Dengan Kepala Pasar II PD. PHJ
Ibu Lusiana Tambunan A.Md

Dokumentasi

Kondisi Relokasi Sementara

628

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak-KP.PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Nomor : 526/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025
Lampiran : -.-
Hal : *Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa*

Medan, 23 Sya'ban 1446 H
22 Februari 2025 M

Kepada Yth : **Direktur Utama Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya (PDPHJ)**
di-
Tempat.

Bissmillahirahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya (PDPHJ), atas nama :

Nama mahasiswa	: **DWIKY ARIF DARMAWAN**
N P M	: 2103110190
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa	: **POLA KOMUNIKASI PERUSAHAAN DAERAH PASAR HORAS JAYA DALAM MEMBERIKAN KESANTUNAN INFORMASI RELOKASI BAGI PEDAGANG DI PEMATANG SIANTAR**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN : 0130017402

Cc : File.

Dipindai dengan CamScanner

PEMERINTAH KOTA PEMATANGSIANTAR

PERUSAHAAN DAERAH PASAR HORAS JAYA

Jalan Imam Bonjol Nomor 1, Siantar Barat, Pematangsiantar, Sumatera Utara 21146,
Website : www.pdphjweb.site , Email : pdpasarhorasjaya@gmail.com

Pematangsiantar, 03 Maret 2025

Nomor : 000.9 / 0237 / PDPHJ / III /2025
Perihal : Balasan Surat Izin Penelitian

Kepada Yth :
Sdra. DWIKY ARIF DARMAWAN

di-
TEMPAT

Dengan Hormat,

Sehubungan surat masuk dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tanggal 22 Februari 2025 dengan Nomor : 526/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025 Perihal Izin Penelitian, maka dengan ini kami memberikan izin untuk melakukan penelitian di Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Kota Pematangsiantar Kepada :

Nama	:	DWIKY ARIF DARMAWAN
NPM	:	2103110190
Jenjang/ Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	"POLA KOMUNIKASI PERUSAHAAN DAERAH PASAR HORAS JAYA DALAM MEMBERIKAN KESANTUNAN INFORMASI RELOKASI BAGI PEDAGANG DI PEMATANGSIANTAR"

Demikian Surat Izin Penelitian ini diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

DIREKSI PD. PASAR HORAS JAYA
KOTA PEMATANGSIANTAR
DIREKTUR UTAMA

PEMERINTAH KOTA PEMATANGSIANTAR
PD. PASAR HORAS JAYA

HOLMEN SILALAHI, SP

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Medan, 16 Januari 2025

Kepada Yth. Bapak/Ibu
Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Dwiky Arif Darmawan
N P M : 2103110190
Program Studi : Ilmu Komunikasi
SKS diperoleh : 119,0 SKS, IP Kumulatif 3,42

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Pola Komunikasi Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Dalam memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematangsiantar	17 Jan 2025
2	Pola Komunikasi Guru model Judy C. Pearson Dalam Mensosialisasikan Program Gerakan sekolah sehat Siswa SMA Negeri 2 Pematangsiantar	
3.	Strategi Komunikasi PPID Dalam Mempromosikan Program Gemarikan di Dinas Kelautan dan Perikanan Sumatera Utara	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

156.21.311

Pemohon,

Medan, tanggal 17 Januari 2025

Ketua
Program Studi Ilmu Komunikasi

(Akhyar Anshori, S.sos., M.I.Kom)
NIDN: 0127048401

(... Dwiky Arif Darmawan ...)

Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi : ....

(Dr. Irwan Syari Tanjung)
NIDN: 0150317102

BAN-PT
MQA Agensi Kelayakan Malaysia / Malaysian Qualifications Agency
QS STARS

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan
UMSU Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bisa menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 200/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal **: 17 Januari 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa	**: DWIKY ARIF DARMAWAN**
N P M	: 2103110190
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2024/2025
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: **POLA KOMUNIKASI PERUSAHAAN DAERAH PASAR HORAS JAYA DALAM MEMBERIKAN KESANTUNAN INFORMASI RELOKASI BAGI PEDAGANG DI PEMATANG SIANTAR**
Pembimbing	: **Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 156.21.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 17 Juli 2025.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tangal, 17 Rajab 1446 H
17 Januari 2025 M

Dekan,

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.
NIDN. 0030017402

Tembusan :
1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.

Dipindai dengan CamScanner

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan
UMSU Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 13 Februari 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Dwiky Arif Darmawan
NPM : 2103110190
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa** (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: ..200.../SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2025.. tanggal ..03 Februari 2025..... dengan judul sebagai berikut :

Pola Komunikasi Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematangsiantar

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK – 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. *Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal*;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukan ke dalam MAP berwarna **BIRU**;
9. Propsosal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua	Menyetujui	Pemohon,
Program Studi	Pembimbing	
(Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom)	(Indra Fauzi Tarigan)	(Dwiky Arif Darmawan)
NIDN: 0127048401	NIDN: 0115037102	

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-4

UMSU

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 458/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
Hari, Tanggal : Selasa, 18 Februari 2025
Waktu : 08.45 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
31	DEA PUTRI ANDINY	2103110215	Dr. SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	EDUKASI BERBASIS STORY TELLING PENGGUNAAN GRIS MELALUI IKLAN "EPISODE 1: KRIS DAN IPAY" DI AKUN INSTAGRAM @BANK_INDONESIA_SUMUT
32	AIDA SIHOMBING	2103110252	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	Dra. ZULFAHMI., M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP GAYA KOMUNIKASI EKA ISKANDAR TANJUNG LURAH BALAI JAYA DALAM PENANGANAN KONFLIK MASYARAKAT DI RIAU
33	DINDA AZZAHRA PANJAITAN	2103110302	H. TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom.	ELVITA YENNI, SS., M.Hum.	PERAN POLRES LABUHANBATU DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM BE YOUNDTRUST KEPADA MASYARAKAT
34	WULAN NISA	2103110262	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI., M.Si.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN KONTEN PROMOSI REVIEW PARFUME DALAM MENIMBULKAN KEBIASAAN BELANJA ONLINE PADA REMAJA DI KOTA MEDAN
35	DWIKY ARIF DARMAWAN	2103110190	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA., M.Si.	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	POLA KOMUNIKASI PERUSAHAAN DAERAH PASAR HORAS JAYA DALAM MEMBERIKAN KESANTUNAN INFORMASI RELOKASI BAGI PEDAGANG DI PEMATANG SIANTAR

Medan, 18 Sya'ban 1446 H
17 Februari 2025 M
Dekan,

(Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.)

Dipindai dengan CamScanner

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan
UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : Dwiky Arif Darmawan
NPM : 2103110190
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Pola Komunikasi Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Dalam memberikan Kontinuitas Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematang Siantar

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	17/01/2024	Penetapan Judul Skripsi	[signature]
2.	9/02/2025	Revisi Bab 1 Latar Belakang	[signature]
3.	11/02/2025	Revisi Kategorisasi	[signature]
4.	16/02/2025	Acc Seminar Proposal	[signature]
5.	22/02/2025	ACC Draft Wawancara	[signature]
6.	8/03/2025	Bimbingan Bab 4 hasil wawancara	[signature]
7	11/03/2025	Revisi Bab 4 Pembahasan	[signature]
8.	14/03/2025	Revisi Bab 4 Simpulan	[signature]
9.	19/03/2025	Bimbingan Penulisan Abstrak	[signature]
10	24/03/2025	Acc Tugas Akhir	[signature]

Medan, 25 Maret 2025

Dekan,	Ketua Program Studi,	Pembimbing,
(Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP)	(Akhyar Anshori S.Sos. M.I.Kom)	(Irwan Syari Tanjung ...)
NIDN: 0030017402	NIDN: 0127048401	NIDN: 0115037102

BAN-PT
Agensi Kelayakan Malaysia Malaysian Qualifications Agency
QS STARS
Dipindai dengan CamScanner

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 724/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 22 April 2025
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	Tim PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	DWIKY ARIF DARMAWAN	2103110190	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	POLA KOMUNIKASI PERUSAHAAN DAERAH PASAR HORAS JAYA DALAM MEMBERIKAN KESANTUNAN INFORMASI RELOKASI BAGI PEDAGANG DI PEMATANG SIANTAR
7	ANNISA MAWADDAH ULFA	2103110240	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	EFEKTIVITAS POLA KOMUNIKASI DINAS KELAUTAN DAN PERIKANAN SUMATERA UTARA DALAM PENERAPAN APLIKASI E-SLO BAGI NELAYAN
8	IMAM PRABOWO	2103110052	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DI PTPN III KEBUN TORGAMBA
9	FATIMAH INTAN AZURA BR PINEM	2103110217	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	POLA KOMUNIKASI BUDAYA GENDANG GURO-GURO ARON DALAM MELESTARIKAN TRADISI RASA SYUKUR ATAS KEBERHASILAN PANEN MASYARAKAT DI KABUPATEN KARO
10	HUSNA LATIFUNNISA	2103110035	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS SEMIOTIKA NILAI SARKASME PADA KARIKATUR MAJALAH TEMPO EDISI SEPTEMBER 2024

Notulis Sidang :
1.

Medan, 22 Syawal 1446 H
21 April 2025 M

Ditetapkan oleh :
a.n. Rektor
Wakil Rektor I

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum.

Ketua,

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.

Panitia Ujian
Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom

Dipindai dengan CamScanner

Jurnal KESKAP
Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik

SURAT KETERANGAN
No. 1116/KET/KESKAP/IV/2025

Dengan ini Redaktur Jurnal KESKAP, Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Dwiki Arif Darmawan
Institusi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Telah menyerahkan naskah artikel untuk diproses sebagaimana ketentuan yang telah ditetapkan oleh pengelola Jurnal KESKAP, Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik.

Judul :. Pola Komunikasi Perusahaan Daerah Pasar Horas Jaya Dalam Memberikan Kesantunan Informasi Relokasi Bagi Pedagang di Pematang Siantar
Jumlah Halaman : 8 Halaman
Penulis : Dwiki Arif Darmawan

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 15 April 2025
Redaktur Jurnal KESKAP

Dr. Sigit Hardiyanto, S.Sos, M.I.Kom

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama	: Dwiky Arif Darmawan
Tempat/Tanggal Lahir	: Pematang Siantar, 13 Februari 2003
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
• Alamat	: Jalan Sriwijaya No. 89b
Anak ke	: 3 (tiga) dari 4 Bersaudara

Data Orang Tua

Nama Ayah	: Effendi
Nama Ibu	: Cahaya
Pekerjaan Ayah	: Wirausaha
Pekerjaan Ibu	: Wirausaha
Alamat	: Jalan Sriwijaya No.89b

Pendidikan Formal

TK	: TK DARUL MAIMANAH
SD	: SD Swasta YPK (Yayasan Perguruan Keluarga)
SMP	: SMP Negeri 4 Pematang Siantar
SMA	: SMA Negeri 2 Pematang Siantar
S1	: Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara