

**KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PEMERINTAH KOTA DUMAI
DALAM PENATAAN RUANG PUBLIK (DESKRIPTIF KUALITATIF
PASCA RELOKASI PASAR DOCK DUMAI)**

SKRIPSI

Oleh :

AZMI NUARI RAMADHAN

NPM: 1503110131

Program Studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Lengkap : **AZMI NUARI RAMADHAN**
NPM : 1503110131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : **Komunikasi Pembangunan Pemerintahan Kota Dumai Dalam Penataan Ruang Publik (Deskriptif Kualitatif Pasca Relokasi Pasar Dock Dumai)**

Medan, 30 Agustus 2019

Pembimbing


TENERMAN, S.sos., M.I.Kom

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI


NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom

Desan




DR. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

Unggul | Terpercaya

PENGESAHAN



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

Nama Lengkap : **AZMI NUARI RAMADHAN**

N P M : 1503110131

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Jum'at, 30 Agustus 2019

Waktu : Pukul 08.00 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **NURHASANNAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PENGUJI II : **MUHAMMAD SAID HARAHAHAP, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PENGUJI III : **TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Dr. ARIFAN SALEH, S.Sos., M.SP



Sekretaris,

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya AZMI NUARI RAMADHAN, NPM 1503110131 menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa hasil skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa didalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan 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 dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, Agustus 2019

Yang menyatakan,


Azmi Nuari Ramadhan



Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kota Dumai Dalam Penataan Ruang Publik (Deskriptif Kualitatif Pasca Relokasi Pasar Dock Dumai)

Azmi Nuari Ramadhan
1503110131

ABSTRAK

Pemerintah kota Dumai terus berupaya melakukan perbaikan yang ada di kota Dumai. Diantara nya adalah merelokasi pasar yang ada di jalan M.H Thamrin. Para pedagang menolak keputusan pemerintah karena banyak faktor. Latar belakang masalah penelitian ini adalah untuk mencari tahu apa penyebab pedagang yang berjualan di seputaran jalan M.H Thamrin tidak mau pindah ke pasar yang sudah di buat oleh pemerintah yaitu pasar Kelakap Tujuh. Penelitian ini mengkaji Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kota Dumai Dalam Penataan Ruang Publik Pasca Relokasi Pasar Dock Dumai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi Pembangunan yang dilakukan Pemerintah Kota Dumai Pasca Relokasi Pasar Dock Dumai. Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan cara mengumpulkan data dengan metode observasi (Pengamatan), dan Wawancara, adapun narasumber dari penelitian ini berjumlah 6 orang terdiri dari 1 orang Kabid Pelayanan Pasar Dinas Perdagangan Kota Dumai dan 5 orang pedagang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Dumai Melalui Dinas Perdagangan telah melaksanakan komunikasi dengan baik dimana mulai dari awal pembangunan pasar kelakap tujuh yang menjadi tempat pemindahan pasar Dock Dumai hingga diresmikannya pasar kelakap tujuh pemerintah selalu mengikutsertakan masyarakat dan pedagang dalam setiap proses pembangunan pasar kelakap tujuh ini mulai dari negosiasi kepada pihak pihak terkait

Kata Kunci : Komunikasi, Komunikasi Pembangunan, Penataan Ruang Publik

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kota Dumai Dalam Penataan Ruang Publik (Deskriptif Kualitatif Pasca Relokasi Pasar Dock Dumai)** tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada yang teristimewa yaitu **Ayahanda Azhar** dan **Ibunda Elvi Sahara**, engkau adalah orang tua nomor satu di dunia ini. Serta adik penulis **Azka Tsalasuna Ramadhani**, dan **Azri Firmansyah** yang merupakan bagian hidup penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan dari sejak penulis. Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. **Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan **Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom** selaku Wakil Dekan I, **Bapak Abrar Adhani, S.Sos.,M.I.Kom** selaku Wakil Dekan III.

3. **Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom** selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan **Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom** selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi.
4. **Ibu Nurrachma Amini, S.Ag., M.Ag** selaku Dosen penasehat akademik.
5. **Bapak Tenerman S.sos., M.I.Kom** selaku Dosen pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .
7. Frans Bona Sitanggang, Fahrul Arrahman Tanjung, Muhammad Agung Maulana (Minus) yang selalu ada untuk penulis dari awal semester hingga akhir.
8. Kepada Sihol Tumangger, Firda Nuzuli Nst, Fiorentino, Nofri Affandi, dan Muhammad Rizki Damanik yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Kepada teman-teman kelas IKO C Pagi dan IKO C HUMAS Sore dan seluruh keluarga besar Ilmu Komunikasi 2015 FISIP UMSU.
10. Dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan

atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf segala kekurangan, penulis ucapkan Terima Kasih.

Medan, April 2019

Penulis,

Azmi Nuari Ramadhan

NPM: 1503110131

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pembatasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	9
URAIAN TEORITIS.....	9
2.1 Komunikasi.....	9
2.1.1 Definisi Komunikasi.....	9
2.1.2 Fungsi Dan Kegunaan Komunikasi.....	11
2.1.3 Media Komunikasi.....	14
2.1.4 Hambatan atau Gangguan Komunikasi.....	15
2.1.5 Strategi Komunikasi.....	18
2.2 Komunikasi Pembangunan.....	20
2.2.1 Definisi Komunikasi Pembangunan.....	20
2.2.2 Strategi Komunikasi Pembangunan.....	21
2.3 Teori Komunikasi Pembangunan.....	23
2.4 Pembangunan.....	27
2.5 Ruang.....	28
2.5.1 Definisi Ruang.....	28
2.5.2 Fungsi Ruang.....	29
2.6 Publik.....	31
2.7 Ruang Publik.....	32
2.7.1 Definisi Ruang Publik.....	32
2.7.2 lingkup Ruang Publik.....	33
2.7.3 Fungsi Ruang Publik.....	34

2.7.4 Kategori Ruang Publik.....	35
2.8 Tata Ruang.....	38
2.8.1 Dasar Hukum Tata Ruang.....	39
2.8.2 Asas dan Tujuan Penataan ruang.....	42
2.9 Pasar.....	43
BAB III.....	46
METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Kerangka Konsep.....	47
3.3 Definisi Konsep.....	48
3.4 Kategorisasi.....	48
3.5 Informan/Narasumber.....	49
3.6 Teknik Pengumpulan data.....	49
3.7 Teknik Analisis Data.....	51
3.8 Lokasi Dan waktu Penelitian.....	51
3.9 Deskripsi Singkat Objek Kajian.....	52
BAB IV.....	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.2 Pembahasan.....	75
BAB V.....	79
PENUTUP.....	79
5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan dimulainya pelaksanaan otonomi daerah sejak tahun 2001 yang lalu Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional dan Daerah yang berlaku di Indonesia mengalami perubahan yang cukup signifikan. Dalam era otonomi ini, pemerintah daerah diberikan wewenang yang lebih besar dalam pengelolaan pembangunan di daerahnya masing-masing, sehingga kedudukan perencanaan daerah menjadi semakin penting.

Seiring dengan kemajuan pembangunan dan pelaksanaan otonomi daerah, Dumai yang telah menjadi Kota Madya pada tanggal 27 April 1999 ini gencar melakukan peremajaan pasar-pasar tradisional agar terlihat bersih dan enak di pandang sehingga lebih menarik pengunjung atau pembeli, yang tadinya enggan untuk pergi ke pasar tradisional dikarenakan persepsi masyarakat terhadap pasar tradisional itu kotor, tidak tertib, dan tidak sehat, kini tidak ada alasan lagi bagi masyarakat untuk tidak pergi ke pasar tradisional.

Selain itu pembangunan dan peremajaan pasar tradisional juga bertujuan menunjukkan identitas kota Dumai sebagai kawasan strategis untuk pengembangan perdagangan *International*, Serta juga bertujuan untuk mengembangkan perekonomian masyarakat lapisan bawah, agar tidak tergerus oleh pasar-pasar Swalayan atau pasar Modern.

Salah satunya adalah dengan diberlakukannya kebijakan oleh pemerintah daerah untuk menertibkan pedagang yang sering berjualan di ruas jalan protokol.

Sebagai contoh, Kebijakan pemerintah Kota Dumai melalui Dinas Perdagangan dalam menertibkan Pedagang yang berjualan di sepanjang jalan M.H Thamrin atau yang sering di sebut masyarakat kota Dumai sebagai Jalan Dock ke lokasi Relokasi yaitu pasar Kelakap 7.

Lokasi pemindahan pasar Dock ini terletak di Kelurahan Simpang Tetap Darul Ikhsan Kecamatan Dumai Barat, yang memiliki luas 2 Hektar dan dibangun 436 Lapak , dan 110 Kios pedagang dengan total keseluruhan dapat menampung 546 para pedagang, yang direncanakan akan menjadi pasar induk terbesar di kota Dumai.

Proses penertibkan pedagang di jalan M.H Thamrin ini peran dari strategi Komunikasi Pembangunan pemerintah Kota Dumai beserta perangkatnya di uji sebab lahan yang di tempati pedagang adalah lahan sengketa dan bukanlah diperuntukkan bagi pembangunan pasar sehingga pemerintah belum bisa mengambil tindakan tegas, kemudian para pedagang bersikeras menolak untuk di pindahkan sehingga upaya Persuasif dilakukan untuk mengajak pedagang pindah ke Pasar Kelakap Tujuh.

Kebijakan ini semakin menarik untuk dibahas sebab hingga di fungsikannya Pasar Kelakap Tujuh sebagai pasar induk kota dumai masih ada saja pedangang yang masih berjualan di pelataran Jalan M.H Thamrin (Dock Yard).

“Sehubungan kembalinya para pedagang berjualan di sepanjang jalan Dock Yard Kecamatan Dumai Barat. Pemerintah Kota Dumai kembali menggelar rapat permasalahan pedagang pasar Kelakap Tujuh. Rapat di

pimpin oleh Sekda Kota Dumai dan di gelar pada Senin (12/3/2018). Bertempat di ruang Rapat Kantor Disperdag Dumai”.

"Dalam kesempatan ini saya berharap kita dapat merumuskan permasalahan yang ada agar para pedagang dapat kembali berjualan di Pasar Kelakap Tujuh sesuai harapan Pemerintah Kota Dumai," ujar Sekda.

(sumber : <http://riaugreen.com/view/Dumai/32269/Pedagang-Bersedia-Pindah-ke-Pasar-Kelakap-Tujuh-Setelah-Idul-Fitri.html#.XCfN0ZiW5Jx>)

Dari penjelasan di atas Penulis memiliki kekhawatiran apabila tidak ada yang meneliti masalah ini akibatnya banyak dari golongan masyarakat tidak paham mengenai prosedur penataan ruang publik di Kota Dumai, dan banyak dari kalangan mahasiswa yang tidak memperdulikan penataan lingkungan mereka akibat ketidak pahaman mengenai kebijakan, prosedur, dan langkah-langkah dalam Proses Penataan Ruang Publik.

Kemudian penulis berpendapat bahwa suatu kebijakan sebegus apapun pasti ada pro dan kontra di dalam kebijakan tersebut disinilah peran dari Strategi Komunikasi dan Komunikasi Pembangunan untuk mengurangi dampak pro dan kontra tersebut, untuk itu penulis ingin mengetahui apa yang menjadi penyebab pedagang kembali lagi ke jalan M.H Thamrin dan bagaimana penyelesaian yang akan di lakukan oleh pemeritah kota Dumai melalui Perspektif Komunikasi Pembangunan .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permasalahan yang dapat di rumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut Bagaimana Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kota Dumai dalam Penataan Ruang Publik Pasca Relokasi Pasar Dock.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan masalah diperlukan agar penelitian ini dapat mengarah serta mengenai pada sasaran yang diinginkan. Semua perlu dibatasi ruang dan lingkungannya agar wilayah kajiannya tidak terlalu luas, yang dapat berakibat peneliti menjadi tidak fokus. Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini dibatasi pada Pasca Relokasi Pasar Dock Dumai.

1.4 Tujuan Penelitian

- a) Untuk mengetahui bagaimana Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kota Dumai dalam Penataan Ruang Publik Pasca Relokasi Pasar Dock Dumai.
- b) Untuk memperoleh Pengetahuan tentang Komunikasi Pembangunan yang Dilakukan Pemerintah Kota Dumai dalam Penataan Ruang Public Pasca Relokasi Pasar Dock Dumai.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi para pembaca, baik bersifat teoretis maupun praktis.

- a) Manfaat Teoritis
 - 1) Menjadi sumber referensi bagi penelitian lain yang mengkaji komunikasi pembangunan.

- 2) Sebagai kontribusi ilmu pengetahuan dibidang ilmu komunikasi khususnya di komunikasi pembangunan.
- b) Manfaat Praktis
- 1) Bagi pembaca penelitian ini dapat menambah minat baca mahasiswa untuk mengetahui serta mendalami Komunikasi Pembangunan.
 - 2) Penelitian ini dapat memperkaya wawasan Komunikasi Pembangunan dan menambah khasanah penelitian Komunikasi Pembangunan yang ada di Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab dengan uraian masing-masing dengan substansi sebagai berikut:

- 1.1. Latar Belakang Masalah
- 1.2. Rumusan Masalah
- 1.3. Pembatasan Masalah
- 1.4. Tujuan Penelitian
- 1.5. Manfaat Penelitian
- 1.6. Sistematika Penulisan

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Pada bab ini pula dimungkinkan mengajukan lebih dari satu teori atau data sekunder/tertier untuk membahas permasalahan yang menjadi topik skripsi, sepanjang teori-teori dan/atau data sekunder/tertier itu berkaitan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mengungkapkan rancangan penelitian, prosedur penelitian, sampel/unit analisis/narasumber penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, dan metode ujinya. Adapun sistematika untuk bab ini sebagai berikut:

- 3.1. Jenis Penelitian
- 3.2. Kerangka Konsep
- 3.3. Defenisi Konsep
- 3.4. Defenisi Operasional (Kuantitatif)/Kategorisasi (Kualitatif)
- 3.5. Populasi dan sampel (kuantitatif), atau Informan/Narasumber (kualitatif)
- 3.6. Teknik Pengumpulan Data
- 3.7. Teknik Analisis Data
- 3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian
- 3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang :

4.1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian adalah bagian yang menyajikan hasil dari penelitian dalam bentuk data. Selain dengan uraian, data penelitian dapat juga disajikan sebagai ilustrasi (gambar, foto, diagram, grafik, tabel, dll). Dalam menyajikan tabel atau grafik, hendaknya tabel dan grafik tersebut berupa self explanatory. Artinya, semua keterangan harus ada pada tabel dan grafik tersebut sehingga pembaca dapat memahaminya tanpa harus mengacu ke teks/naskah.

4.2. Pembahasan

Pembahasan bukanlah mengulang data yang ditampilkan dalam bentuk uraian kalimat, melainkan berupa arti (meaning) data yang diperoleh. Pembahasan berarti membandingkan hasil yang diperoleh dengan data pengetahuan (hasil riset orang lain) yang sudah dipublikasikan, kemudian menjelaskan implikasi data yang diperoleh bagi ilmu pengetahuan atau pemanfaatannya. Temuan atau informasi yang diperoleh dapat dikaitkan dengan tujuan penelitian (implikasi hasil penelitian) atau dibandingkan dengan hasil penelitian orang lain yang telah dipublikasikan, sebagaimana diuraikan dalam bagian tinjauan pustaka. Dalam pembahasan ini sebaiknya diutarakan pula kelemahan dan keterbatasan penelitian. Kesalahan umum dalam membahas hasil penelitian adalah menyajikan data hasil penelitian sekaligus sebagai tabel dan grafik.

BAB V: PENUTUP

Bab penutup terdiri dari simpulan dan saran. Beberapa hal perlu diperhatikan dalam penyusunan simpulan dan saran antara lain:

5.1. Simpulan

merupakan kristalisasi hasil analisis dan intepretasi. Simpulan ini harus terlebih dahulu dibahas dalam bagian Pembahasan sehingga apa yang dikemukakan dalam bagian Simpulan tidak merupakan pernyataan yang muncul secara tiba-tiba. Penulisan dirumuskan dalam bentuk pernyataan secara padat sehingga tidak menimbulkan penafsiran lain. Informasi dalam simpulan bisa berupa pendapat baru, koreksi atas pendapat lama, pengukuhan pendapat lama, atau menumbangkan pendapat lama sebagai jawaban atas tujuan.

5.2. Saran

Saran tidak merupakan pernyataan yang muncul tiba-tiba akan tetapi merupakan kelanjutan dari simpulan, sering berupa anjuran yang dapat menyangkut aspek operasional, kebijakan, ataupun konseptual. Saran hendaknya bersifat konkret, realistis, bernilai keilmuan dan/atau praktis, serta terarah (disebut saran tindak).

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

2.1.1 Definisi Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, *communis* yang artinya sama. Maksudnya adalah bila seseorang menyampaikan pesan komunikasi kepada orang lain maka terlebih dahulu harus menyadari persamaan lambang dengan orang yang dituju sebagai sasaran komunikasi (Suwardi, 2007: 11). Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan non verbal. Bagi Everett Rogers, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Sedangkan menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas- asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Uchjana, 2006: 10).

Komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, tanpa harus memastikan terlebih dahulu bahwa kedua pihak yang berkomunikasi punya sistem simbol yang sama. Simbol atau lambang adalah sesuatu yang mewakili sesuatu lainnya berdasarkan kesepakatan bersama. Menurut Geert Hofstede, simbol adalah kata, jargon, isyarat, gaya, atau objek (simbol status) yang mengandung suatu makna tertentu yang hanya dikenali oleh mereka yang menganut suatu budaya (Mulyana, 2005: 3).

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi hanya bisa terjadi kalau didukung oleh adanya elemen komunikasi, yaitu sebagai berikut:

a) Sumber (*source*)

Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya organisasi atau lembaga. Sumber disebut juga sebagai pengirim atau komunikator.

b) Pesan

Pesan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi.

c) Media

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media bisa bermacam-macam bentuknya yaitu, indera manusia, saluran komunikasi berupa media cetak dan elektronik, dan media komunikasi sosial seperti balai desa, kesenian rakyat, dan pesta rakyat.

d) Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi.

e) Efek

Efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Efek bisa juga diartikan sebagai perubahan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan (Cangara, 1998: 23-25).

2.1.2 Fungsi Dan Kegunaan Komunikasi

Setelah menelaah lebih lanjut tentang definisi komunikasi kita juga harus mengetahui fungsi dan kegunaan dari komunikasi, dalam buku karangan Deddy Mulyana fungsi komunikasi terbagi atas empat yaitu (Mulyana, 2007, 5-33) :

a. Fungsi Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan hubungan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, desa, kota, dan negara secara keseluruhan untuk mencapai tujuan bersama.

b. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan

secara lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal. Seorang ibu menunjukkan kasih sayangnya dengan membelai kepala anaknya. Orang dapat menyalurkan kemarahannya dengan mengumpat, mengepalkan tangan seraya melototkan matanya, mahasiswa memprotes kebijakan penguasa negara atau penguasa kampus dengan melakukan demonstrasi.

c. Fungsi Komunikasi Ritual

Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai rites of passage, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdoa (salat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran (Idul Fitri) atau Natal, juga adalah komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, Negara, ideologi, atau agama mereka.

d. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk

bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih dengan pengelolaan kesan (*impression management*), yakni taktik-taktik verbal dan nonverbal, seperti berbicara sopan, mengobral janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan.

Menuru Goran Hadebro Seorang professor Komunikasi berkebangsaan *Swedia* yang dikutip Oleh Hafied Cangara dalam buku Perencanaan dan strategi komunikasi berhasil berhasil mengembangkan kegunaan media komunikasi menjadi dua belas fungsi diantaranya (Cangara, 2014 : 42-43) :

- 1) Menciptakan iklim perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku kearah modernisasi.
- 2) Mengajarkan keterampilan baru kepada masyarakat.
- 3) Berperan sebagai pelipat ganda (*multiplier effect*) ilmu pengetahuan dengan penyebarluasan melalui media komunikasi.
- 4) Menciptakan efisiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang melalui informasi yang mereka terima dari media, tanpa perlu mengunjungi tempat-tempat yang diinformasikan.
- 5) Meningkatkan aspirasi seseorang dengan informasi yang di baca, didengar, dan dilihat.

- 6) Menumbuhkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal yang menyangkut kepentingan orang banyak.
- 7) Membantu masyarakat dalam menemukan nilai-nilai baru dan keharmonisan dari suatu situasi tertentu.
- 8) Mempertinggi rasa kebangsaan melalui penyajian informasi yang mengunggah rasa peduli pada nasib bangsa dan Negara.
- 9) Meningkatkan aktivitas politik seseorang untuk ikut mengambil bagian dalam penentuan kebijakan publik.
- 10) Mengubah struktur kekuasaan dalam suatu masyarakat melalui penyatuan sikap untuk menumbangkan tirani.
- 11) Menjadi sarana pembelajaran melalui pertukaran ide dan pengalaman para anggota masyarakat tanpa mengenal tempat dan jarak.
- 12) Mendukung pelaksanaan program-program pembangunan di bidang ekonomi, social serta keamanan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2.1.3 Media Komunikasi

Dalam komunikasi, kita juga perlu menggunakan alat bantu agar komunikasi bisa berjalan dengan baik serta meminimalisir hambatan dalam berkomunikasi, alat bantu itu sering di sebut juga dengan saluran komunikasi atau media berupa :

- a) Indera manusia
- b) Telepon
- c) Surat
- d) Telegram

- e) Media massa (cetak atau elektronik)
- f) Internet
- g) Rumah Ibadah
- h) Pesta rakyat
- i) Dan alat bantu lainnya dalam menyebarkan pesan komunikasi

Dengan demikian media itu adalah alat bantu untuk memindahkan pesan dari komunikator kepada komunikan, jadi dalam berkomunikasi, seseorang bisa tanpa menggunakan media (*non-meditated communication*) yang biasanya dilakukan dengan tatap muka, dengan komunikasi bermedia (*meditated communication*). (Nurudin, 2017 : 48)

2.1.4 Hambatan atau Gangguan Komunikasi

Menurut Shannon dan Weaver (1949) gangguan komunikasi terjadi jika terdapat intervensi terhadap salah satu komponen komunikasi sehingga proses komunikasi tidak dapat berlangsung secara efektif sedangkan rintangan komunikasi yang dimaksud yakni adanya hambatan yang membuat proses komunikasi tidak berlangsung sebagaimana harapan komunikator dan komunikan (Cangara, 2014 : 40-42).

Meski gangguan dan rintangan komunikasi dapat di bedakan, tapi sebenarnya rintangan komunikasi bisa juga terjadi disebabkan karena adanya gangguan. Gangguan atau rintangan komunikasi pada dasarnya dapat di bedakan atas delapan macam, yakni :

a. Gangguan teknis

Gangguan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang di transmisikan melalui saluran mengalami kerusakan (*Channel Noise*). Misalnya gangguan pada stasiun radio dan TV, gangguan jaringan telepon, *sound system radio* yang terganggu sehingga suaranya tidak jelas.

b. Gangguan semantik

Gangguan semantik adalah gangguan komunikasi yang disebabkan karena adanya kesalahan pada bahasa yang digunakan (Blake, 1979). Gangguan semantik sering terjadi karena :

- 1) Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit di mengerti oleh masyarakat tertentu.
- 2) Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima.
- 3) Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
- 4) Latar belakang budaya yang menyebabkan terjadinya salah persepsi terhadap symbol-simbol bahasa yang digunakan.

c. Gangguan psikologis

Gangguan psikologi ialah gangguan yang terjadi karena adanya persoalan yang timbul dalam diri individu. Misalnya perasaan curiga penerima kepada sumber, situasi berduka atau karena gangguan kejiwaan sehingga dalam pengiriman dan penerimaan pesan tidak sempurna.

d. Rintangan fisik dan organik

Rintangan fisik ialah rintangan yang disebabkan oleh kondisi geografis, misalnya tempat yang jauh dan terpencil sehingga sulit dicapai, tidak ada signal, jalur transportasi yang sulit, dan sebagainya. Dalam komunikasi antar manusia rintangan fisik bisa juga diartikan adanya gangguan organik pada fisik manusia. Misalnya salah satu pancaindera si penerima tidak berfungsi karena buta, tuli, atau bisu.

e. Rintangan status

Rintangan status ialah rintangan yang disebabkan oleh jarak sosial diantara peserta komunikasi. Misalnya perbedaan status antara senior dan junior atau antara atasan dan bawahan. Perbedaan seperti ini biasanya menuntut perilaku komunikasi yang memperhitungkan kondisi dan etika yang sudah membudaya dalam masyarakat, yakni bawahan cenderung hormat pada atasannya, atau rakyat pada raja yang memimpinya.

f. Rintangan kerangka berfikir

Rintangan kerangka berfikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak. Ini disebabkan karena latar belakang pengalaman dan pemikiran yang berbeda.

g. Rintangan budaya

Rintangan budaya ialah rintangan yang terjadi disebabkan oleh perbedaan norma, nilai dan kebiasaan yang dianut oleh pihak-pihak yang berkomunikasi. Di negara-negara sedang berkembang orang cenderung menerima informasi dari

sumber yang banyak memiliki kesamaan dengan dirinya, seperti kesamaan bahasa, agama, dan kebiasaan lainnya.

h. Rintangan birokrasi

Rintangan birokrasi ialah terhambatnya suatu proses komunikasi yang disebabkan oleh struktur organisasi. Dalam organisasi pemerintahan atau perusahaan yang begitu besar saringkali terjadi kendala, yakni penyampaian informasi dari pimpinan puncak (*top manager*) tidak sampai pada karyawan di tingkat eselon bawah. Hal ini bisa disebabkan karena proses penyampaiannya melalui jenjang birokrasi yang terlalu panjang.

2.1.5 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003:301).

Seperti halnya dengan strategi dalam bidang apapun, strategi komunikasi harus didukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara yang terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi ialah menjawab pertanyaan "*Who Says What Which Channel To Whom With What Effect?*"

Untuk mantapnya strategi komunikasi, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap

pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut; *Who?* (Siapakah komunikatornya) *Says what?* (pesan apa yang dinyatakannya) *In which channel?* (media apa yang digunakannya) *To whom?* (siapa komunikannya) *With what effect?* (efek apa yang diharapkan).

Quinn (1992) dalam buku kampanye PR kiat dan strategi edisi revisi (Ruslan,2002:90-91) menyatakan agar suatu strategi dapat efektif dilaksanakan dalam sebuah program, maka ia harus mencakup beberapa hal:

- a) Objektif yang jelas dan menentukan semua ikhtiar diarahkan untuk mencapai pemahaman yang jelas, menentukan dan bisa mencapai keseluruhan tujuan. Tujuan tersebut tidak perlu dibuat secara tertulis namun yang penting bisa dipahami dan menentukan.
- b) Memelihara inisiatif, strategi inisiatif menjaga kebebasan bertindak dan memperkaya komitmen. Strategi mesti menentukan langkah dan menetapkan tindakan terhadap peristiwa, bukannya bereaksi terhadap satu peristiwa.
- c) Konsentrasi, dengan memusatkan kekuatan yang besar untuk waktu dan tempat yang menentukan.
- d) Fleksibilitas, strategi hendaknya diniatkan untuk dilengkapi penyanggadan dimensi untuk fleksibilitas dan manuver.
- e) Kepemimpinan yang memiliki komitmen dan terkoordinasi. Strategi hendaknya memberikan kepemimpinan yang memiliki komitmen dan tanggung jawab terhadap pencapaian tujuan pokok.

- f) Kejujuran, strategi itu hendaknya dipersiapkan untuk memanfaatkan kerahasiaan dan kecerdasan untuk menyerang lawan pada saat yang tidak terduga.
- g) Keamanan, strategi itu mesti mengamankan seluruh organisasi dan semua operasi penting organisasi.

2.2 Komunikasi Pembangunan

2.2.1 Definisi Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan adalah proses penyampaian materi dalam rangka meningkatkan sesuatu agar menjadi lebih baik. Secara luas pengertian komunikasi pembangunan adalah sebagai aktivitas pertukaran pesan secara timbal balik diantara semua pihak yang terlibat dalam usaha pembangunan, terutama masyarakat dan pemerintah, sejak dari proses perencanaan, pelaksanaan dan penilaian terhadap pembangunan.

Secara khusus komunikasi pembangunan adalah segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian pesan atau gagasan dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan yang ditujukan kepada masyarakat luas.

Penerapan komunikasi pembangunan di sektor kehidupan yang dikemukakan di atas tadi, jika dikaji lebih jauh, menunjukkan kesamaan sejumlah karakteristik yang antara lain (Nasution, 2007;174):

- a) Menerapkan prinsip, sistem, dan teknologi komunikasi, sebagai salah satu komponen yang tergolong utama dalam pencapaian tujuan kegiatannya.

- b) Memberikan peranan yang terbilang penting bagi komunikasi di dalam rangkaian struktur kegiatan pembangunan yang bersangkutan.
- c) Menggunakan dan mengembangkan metodologi serta pendekatan yang sistematik dalam pemanfaatan komunikasi pada lingkup kegiatannya.
- d) Memperhatikan kesinambungan dan “saling belajar dari pengalaman di bidang yang lain khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi komunikasi.

2.2.2 Strategi Komunikasi Pembangunan

Pemilihan strategi komunikasi merupakan hal utama dan penting dalam perencanaan pembangunan. Setiap strategi yang berbeda memerlukan penekanan yang berbeda dalam proses utamanya, dan pendekatannya bisa berbeda bergantung pada situasi dan kondisi.

Fungsi komunikasi pada konteks ini dianggap sebagai mekanisme untuk mendapatkan dukungan dan partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan rencana pembangunan. Karena itu pemerintah senantiasa perlu memperhatikan strategi apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan sehingga efeknya sesuai dengan yang diharapkan (Dilla, 2007:131)

Menurut *Academy for Educational Development (AED)* (1985), ada empat strategi komunikasi pembangunan yang telah digunakan selama ini, (Harun dan Ardianto, 2011:164) yakni:

- a) Strategi-strategi yang didasarkan pada media yang dipakai (*media based strategy*)

Komunikator - komunikator yang menggunakan strategi ini biasanya mengelompokkan kegiatan mereka di sekitar media tertentu yang disukai. Strategi

ini memang merupakan teknik yang paling mudah, paling populer, dan tentunya yang paling kurang efektif. Strategi media ini secara tipikal memulai rencananya dengan mempertanyakan : “apa yang dapat dilakukan?”, “media apa yang baik dan murah?”

b) Strategi-strategi desain instruksional

Strategi ini pada umumnya digunakan oleh para pendidik. Mereka memfokuskan strateginya pada pembelajaran individual-individual yang dituju sebagai suatu sasaran yang fundamental. Strategi kelompok ini, mendasarkan diri dari teori-teori belajar formal, dan berfokus pada pendekatan sistem untuk pembangunan materi pembelajaran seperti evaluasi formatif, uji coba, dan desain program berjenjang. *Designer* instruktural merupakan orang-orang yang berorientasi rencana dan sistem. Mereka pertama-tama melakukan identifikasi mengenai ;

- (1) Tujuan yang hendak dicapai
- (2) Kriteria keberhasilan
- (3) Partisipan
- (4) sumber-sumber
- (5) pendekatan yang digunakan
- (6) waktu.

Secara tipikal kegiatan mereka dapat digolongkan ke dalam tiga tahapan yang saling berkaitan yakni : tahap-tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi.

c) Strategi-strategi partisipator

Dalam strategi partisipator ini, prinsip-prinsip penting dalam mengorganisir kegiatan adalah kerja sama komunitas dan pertumbuhan pribadi. Dalam strategi ini yang dipentingkan bukan pada berapa banyak informasi yang dipelajari seseorang melalui program komunikasi pembangunan, tetapi lebih pada pengalaman keikutsertaan sebagai seseorang yang sederajat dalam proses berbagi pengetahuan atau keterampilan. Pelaksanaan strategi ini tercermin dalam bentuk-bentuk kegiatan pendidikan nonformal seperti program animasi.

d) Strategi-strategi pemasaran

Strategi ini tumbuh sebagai suatu strategi komunikasi yang sifatnya paling langsung dan terasa biasa dalam prinsip *social marketing* yakni teknik pemasaran yang tidak hanya mencari keuntungan yang diperoleh dari sebuah penjualan, melainkan memfokuskan pada apa yang konsumen butuhkan dan inginkan dari suatu yang diproduksi oleh produsen.

2.3 Teori Komunikasi Pembangunan

a) Teori Dependensi.

Secara global yang dimaksud dengan dependensi adalah suatu keadaan dimana keputusan-keputusan utama yang mempengaruhi kemajuan ekonomi dinegara berkembang seperti keputusan mengenai harga komoditi, pola investasi, hubungan moneter, dibuat oleh individu atau institusi diluar negara yang bersangkutan.

Proses keterbelakangan yang melanda negara-negara baru, menurut Furtado (1972), meliputi tiga tahapan historis yang terdiri dari (Nasution,2002:43) :

- 1) Tahap keuntungan-keuntungan komparatif. Selama periode sesuai revolusi industri, ketika sistem divisi tenaga kerja internasional diciptakan dan ekonomi dunia distrukturkan, negara-negara industri pada umumnya menspesialisasikan diri pada kegiatan-kegiatan yang ditandai dengan kemajuan teknik yang menyebar.
- 2) Tahap substitusi impor. Terbentuknya suatu kelompok social kecil dengan keistimewaan dikalangan bangsa-bangsa yang terbelakang menimbulkan suatu keharusan untuk mengimpor sejumlah barang-barang tertentu guna memenuhi pola konsumsi yang telah diadopsi kelompok ini dalam meniru bangsa yang kaya.
- 3) Tahap berkembangnya perusahaan multi-nasional (PMN). Timbulnya PMN telah menjadi suatu fenomena terpenting dalam tatanan ekonomi internasional, karena transaksi internal yang dilakukan oleh PMN telah mengambil alih operasi pasar yang ada selama ini.

b) *Another Development* Atau Pembangunan Yang “LAIN”

Ide sentral *Another Development* yang bahwa tidak ada suatu jalur tunggal yang universal melaksanakan pembangunan. Menurut konsep ini, pembangunan harus dipahami sebagai suatu proses yang integral, multi dimensional dan dialektis, yang dapat berbeda dari suatu negara ke negara lain.

Unsur-unsur inti dari konsep PYL ini adalah, “berdasarkan tulisan-tulisan Bennet(1977), chapel (1980), Galtung (1980), peroux (1983), Rist (1980) dan Todaro (1977) adalah sebagai berikut:

- 1) Berorientasi pada kebutuhan: yaitu disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan manusia di bidang kebendaan dan non kebendaan.
 - 2) Endogeneous: yakni bertolak dari jantung masing-masing masyarakat yang merumuskan dengan penuh kedaulatan, nilai-nilai dan pandangan masa depan mereka sendiri.
 - 3) Mengandalkan kemampuan sendiri: yaitu setiap masyarakat pertama-tama harus mengandalkan pada kekuatan dan sumberdaya sendiri dalam arti energy anggotanya, serta lingkungan alam dan cultural mereka.
 - 4) Secara ekologis baik: yaitu secara pemanfaatan secara rasional sumber-sumber daya biosfir dengan penuh kesadaran akan potensi ekosistem local, sekaligus global dan batas yang ada untuk masa sekarang dan masa mendatang.
 - 5) Bersandar pada transformasi structural: yaitu suatu yang dituntut dalam hubungan social, aktivitas ekonomi dan distribusu spesialnya, seperti juga dalam struktur kekuasaan untuk merealisasikan kondisi managemen dan partisipasi dalam pembuatan keputusan oleh semua orang yang dikenai oleh keputusan tersebut, sejak dari masyarakat desa, kota, hingga dunia secara keseluruhan.
- c) Pembangunan Berkelanjutan.

Proses pertumbuhan ekonomi seperti terungkap pada perempat terakhir abad ini telah melipatgandakan permasalahan baik dinegara-negara industrial maupun negara Dunia Ketiga, sekaligus individu yang ada di masing-masing negara itu. Pada tahun 1985 komisi Dunia tentang lingkungan dan pembangunan yang

diangkat oleh PBB melalui studi yang berlangsung dua tahun dengan melakukan dengar pendapat di lima benua. Tugas komisi ini adalah:

- 1) Mengkaji kembali isu-isu penting lingkungan dan pembangunan dan merumuskan usulan aksi yang inovatif, konkret dan realistis untuk mengatasinya.
- 2) Mengkaji dan mengusulkan bentuk-bentuk baru kerja sama internasional mengenai lingkungan dan pembangunan yang dapat mengubah pola yang ada dan mempengaruhi kebijakan dan peristiwa menurut arah perubahan yang diinginkan.
- 3) Menaikkan tingkat pemahaman dan komitmen terhadap tindakan dikalangan individual, organisasi voluntir, bisnis, lembaga dan pemerintah.

d) Teori Difusi Inovasi

Menurut Rogers dan Shoemaker (1971), studi difusi mengkaji pesan-pesan berupa ide-ide ataupun gagasan-gagasan baru. Pada masyarakat yang sedang membangun seperti di negara-negara berkembang, penyebar serapan (difusi) inovasi terjadi terus menerus dari suatu tempat ke tempat yang lain. Difusi inovasi sebagai suatu gejala kemasyarakatan berlangsung berbarengan dengan perubahan sosial yang terjadi. Berlangsungnya suatu perubahan sosial, diantaranya disebabkan diperkenalkannya ataupun dimasukkannya hal-hal, gagasan-gagasan, dan ide-ide baru. Hal-hal yang baru tersebut dikenal sebagai inovasi.

Masuknya inovasi ke tengah suatu sistem sosial terutama karena terjadinya komunikasi antaranggota suatu masyarakat, ataupun antara suatu masyarakat

dengan masyarakat lainnya. Dengan demikian, komunikasi merupakan faktor yang penting dalam pembentika sebuah inovasi.

Dalam proses penyebarluasan inovasi unsur-unsur utama, yaitu :

- 1) Adanya suatu inovasi.
- 2) Yang dikomunikasikan melalui saluran tertentu.
- 3) Dalam suatu jangka waktu tertentu.
- 4) Di antara para anggota suatu sistem sosial.

Dalam pandangan masyarakat yang menjadi klise dalam penyebar serapan inovasi, ada lima atribut yang menandai setiap gagasan ataupun cara-cara baru yang dimaksud, yaitu: keuntungan-keuntungan relative, keserasian, kerumitan, dapat dicobakan, dan dapat dilihat. Masyarakat yang menghadapi penyebarserapan inovasi dikelompokkan dalam beberapa golongan yaitu : innovator, penerima dini, mayoritas dini, mayoritas belakangan, dan laggard. Dalam penerimaan suatu inovasi, biasanya seseorang melalui sejumlah tahapan, yaitu: tahap pengetahuan, tahap bujukan, tahap putusan, tahap implementasi, dan tahap pemastian.

2.4 Pembangunan

Pembangunan adalah upaya memajukan atau memperbaiki serta meningkatkan nilai sesuatu yang sudah ada. Pembangunan juga berarti seperangkat usaha manusia untuk mengarahkan perubahan sosial dan kebudayaan sesuai dengan tujuan dari kehidupan berbangsa dan bernegara, yaitu mencapai pertumbuhan peradaban kehidupan sosial dan kebudayaan atas dasar target-target yang telah ditetapkan. (Jamaludin, 2016 : 6)

Secara terminologis, pembangunan identik dengan istilah *Development*, *modernization*, *westernization*, *empowering*, *industrialization*, *economic growth*, *europanization*, bahkan terma *political change*. Identifikasi tersebut lahir karena pembangunan memiliki makna yang *multi-interpretable* sehingga istilah tersebut sering disamakan dengan beberapa terma lain yang berlainan arti (Moeljarto Tjokrowinoto, 2004 : 23).

Menurut Elly M. Setyadi dalam (Jamaludin, 2016 : 6) menyebutkan bahwa Secara teoritis, pembangunan dapat di jelaskan dalam dua pradigma, yaitu teori modernisasi dan imperialism.

2.5 Ruang

2.5.1 Definisi Ruang

Ruang adalah wadah yang meliputi ruang daratan, ruang lautan, dan ruang udara sebagai satu kesatuan wilayah, tempat manusia dan makhluk hidup lainnya hidup dan melakukan kegiatan serta memelihara kelangsungan hidupnya.

Dalam kamus random House menulis, *space: a particular extent of surface*. Dengan demikian secara umum ruang dapat diartikan dengan tempat berdimensi tiga tanpa konotasi yang tegas atas batas dan lokasinya yang dapat menampung atau ditujukan untuk menampung benda apa saja. (Tarigan Robinson, 2015 :110).

Unsur-unsur ruang dapat dikategorikan menjadi ruang fisik dan ruang sosial. Ruang fisik adalah ruang yang dibatasi oleh unsur-unsur fisik yang nyata dan mempunyai karakter yang serupa dan biasanya ditandai dengan batas-batas administrasi. Sedangkan ruang sosial adalah ruang yang terbentuk oleh adanya

kegiatan manusia dan ditandai dengan seberapa luas jangkauan layanan dalam ruang tersebut.

Ruang secara fisik dapat dibedakan menjadi:

a. Ruang terbuka

Ciri-ciri ruang terbuka adalah natural atau alami, berupa daratan, perairan (sungai, laut, danau, dll), daerah hijau, dan belum terbangun.

b. Ruang Terbangun

Ciri-ciri ruang terbangun adalah ada batas-batas yang jelas, dikategorikan berdasarkan fungsi ruang, berbentuk 3 dimensi serta dapat dibedakan menjadi bangunan-bangunan kompak atau menyebar.

2.5.2 Fungsi Ruang

Berdasarkan Undang-Undang Penataan Ruang No.24 Tahun 1992 dan Undang-Undang Penataan Ruang No.26 Tahun 2007, fungsi ruang wilayah dapat dibedakan menjadi sebagai berikut:

a) Sebagai fungsi lindung

Kawasan ini memiliki karakteristik ruang dan sifat pemanfaatannya, yang dapat didelineasi sebagai kawasan lindung yaitu fungsi utama melindungi kelestarian lingkungan hidup, biasa dijumpai sebagai kawasan campuran budidaya terbatas (kawasan suaka alam, kawasan pantai hutan bakau, kawasan cagar budaya dan ilmu pengetahuan, taman hutan raya dan taman wisata alam)

b) Sebagai fungsi budidaya

Kawasan budidaya adalah wilayah yang ditetapkan dengan fungsi utama untuk dibudidayakan atas dasar kondisi dan potensi sumber daya alam, sumber daya

manusia, dan sumber daya buatan. Kawasan ini memiliki karakteristik ruang dan sifat pemanfaatannya, yang dapat didelineasi sebagai kawasan budidaya yaitu fungsi utama untuk budidaya, batas kawasan bisa kabur, tumpang tindih atau “bergerak” atau berpindah (kawasan permukiman, kawasan pariwisata, kawasan / peruntukan industri, kawasan pertambangan, perikanan, peternakan, dll).

Terbentuknya ruang dapat direncanakan atau planned maupun tidak direncanakan atau unplanned. Ruang yang terbentuk dengan terencana biasanya mengikuti kaidah perencanaan dan memiliki pola fisik atau sosial yang jelas atau teratur. Sedangkan ruang yang tidak direncanakan tumbuh berkembang secara spontan dan tidak ada pola fisik atau sosial yang jelas.

Difinisi ruang sendiri dapat bermacam-macam tergantung dari cara pandang atau pendekatan terhadap ruang itu sendiri. Cara pandang terhadap ruang berupa:

- 1) Pendekatan ekologis

Pendekatan ekologis bermula dari Pendekatan Chicago School of Urban Sociology pada tahun 1916-1940. Pendekatan ini diilhami oleh terjadinya persaingan alamiah pada masyarakat tumbuhan dan binatang serta proses inter relasi dan keseimbangan. Dalam pendekatan ini, kota atau wilayah dipandang sebagai obyek studi, dimana di dalamnya terdapat masyarakat yang kompleks dan inter relasi antara manusia dan lingkungan yang mana didalamnya terdapat proses natural atau biotis, kebutuhan tempat tinggal, proses regenerasi dan perkembangbiakan, serta kebutuhan tempat untuk makan.

- 2) Pendekatan ekonomi

Pendekatan ekonomis berkembang sejak tahun 1960-an. Pendekatan ini didasarkan pada nilai lahan atau *land values*, serta harga sewa dan biaya (*rent and cost*) dalam suatu guna lahan. Pendekatan ini meyakini bahwa faktor jarak atau kedekatan dalam suatu guna lahan mempengaruhi kenyamanan penghuni yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai lahan tersebut.

3) Pendekatan morfologis

Pendekatan ekologis menekankan pada bentuk-bentuk fisik dan ekspresi keruangan morfologi kota baik bentuk kompak maupun menyebar.

4) Pendekatan sistem kegiatan

Pendekatan sistem kegiatan dipelopori oleh Stuart Chapin di tahun 1965 sebagai upaya untuk memahami pola-pola perilaku manusia dalam terciptanya pola-pola keruangan. Dalam pendekatan ini menekankan analisis pada unsur-unsur utama perilaku, dinamika perilaku (ruang dan waktu).

2.6 Publik

Berbeda dengan kerumunan, publik lebih merupakan kelompok yang tidak merupakan kesatuan. Interaksi terjadi secara tidak langsung melalui alat-alat komunikasi misalnya pembicara pribadi yang berantai, desas desus, surat kabar, radio, televisi, film dan lain sebagainya. Alat-alat penghubung semacam ini lebih memungkinkan suatu publik mempunyai pengikut-pengikut yang lebih luas dan lebih besar. Akan tetapi, karena jumlahnya yang sangat besar, tak ada pusat perhatian yang tajam sehingga kesatuan juga tidak ada. Setiap aksi publik diprakarsai oleh keinginan individual (misalnya pemungutan suara pada pemilihan umum), dan ternyata individu-individu dalam suatu publik masih mempunyai

kesadaran akan kedudukan sosial yang sesungguhnya dan juga lebih mementingkan kepentingan pribadi dari pada kepentingan kerumunan. Dengan demikian, tingkah laku pribadi kelakuan publik didasarkan pada tingkah laku atau perilaku individu. (Soekanto dan Sulistyowati, 2017 : 129)

2.7 Ruang Publik

2.7.1 Definisi Ruang Publik

Ruang publik adalah Areal atau tempat dimana suatu masyarakat atau komunitas dapat berkumpul untuk meraih tujuan yang sama, sharing permasalahan baik permasalahan pribadi maupun kelompok. Areal ini dapat berupa ruang dalam dunia nyata (Real Space) ataupun dunia maya (Virtual Space). Real space dapat berupa taman-taman, sekolah, gedung-gedung bersama, Gym dll. Sedangkan virtual space dapat berupa grup-grup Facebook, WhatsApp, LINE dll. Jika diambil contoh dalam sebuah grup Bahasa Inggris di Facebook, semua orang yang berada didalam grup itu bisa dikatakan memiliki satu tujuan sama, yaitu belajar bahasa inggris (tanpa menghitung beberapa orang yang bertujuan untuk berjualan atau tujuan lain yang tidak diungkapkan). Di dalam grup ini nantinya akan dibahas materi-materi yang dipelajari. Selain itu, admin (ataupun pengurus) grup biasanya akan bertanya tentang hal apa yang menjadi permasalahan anggota grup, seperti pada bagian mana seorang anggota grup masih sangat kurang dalam memahami materi. Selanjutnya pengurus grup bisa memberikan solusi. Jika pengurus tidak mampu, maka pengurus tersebut bisa melemparnya ke semua member untuk didiskusikan bersama. Contoh lain, pada taman-taman kota ataupun tempat wisata. areal taman ini tentu saja fungsi utamanya adalah sebagai

tempat untuk refreshing, sebagai tempat mendapatkan relaxation setelah melewati pekerjaan yang cukup membebani pikiran, atau juga sebagai tempat untuk berkumpul bersama keluarga. Jadi, dapat dikatakan bahwa ruang publik mempunyai ‘tugas’ untuk menampung dan memberi tempat pada semua kepentingan publik. (Nugroho, 2005 : 9)

2.7.2 lingkup Ruang Publik

Berdasarkan pelingkupannya (Carmona, 2003 : 111), ruang publik dapat dibagi menjadi beberapa tipologi antara lain :

- a) *External public space*. Ruang publik jenis ini biasanya berbentuk ruang luar yang dapat diakses oleh semua orang (publik) seperti taman kota, alun-alun, jalur pejalan kaki, dan lain sebagainya.
- b) *Internal public space*. Ruang publik jenis ini berupa fasilitas umum yang dikelola pemerintah dan dapat diakses oleh warga secara bebas tanpa ada batasan tertentu, seperti kantor pos, kantor polisi, rumah sakit dan pusat pelayanan warga lainnya.
- c) *External and internal “quasi” public space*. Ruang publik jenis ini berupa fasilitas umum yang biasanya dikelola oleh sektor privat dan ada batasan atau aturan yang harus dipatuhi warga, seperti mall, diskotik, restoran dan lain sebagainya.

2.7.3 Fungsi Ruang Publik

Berdasarkan fungsinya secara umum dapat dibagi menjadi beberapa tipologi (Carmona, 2008 : 62), antara lain :

- a) *Positive space*. Ruang ini berupa ruang publik yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan-kegiatan yang sifatnya positif dan biasanya dikelola oleh pemerintah. Bentuk dari ruang ini antara lain ruang alami/semi alami, ruang publik dan ruang terbuka publik.
- b) *Negative space*. Ruang ini berupa ruang publik yang tidak dapat dimanfaatkan bagi kegiatan publik secara optimal karena memiliki fungsi yang tidak sesuai dengan kenyamanan dan keamanan aktivitas sosial serta kondisinya yang tidak dikelola dengan baik. Bentuk dari ruang ini antara lain ruang pergerakan, ruang servis dan ruang-ruang yang ditinggalkan karena kurang baiknya proses perencanaan.
- c) *Ambiguous space*. Ruang ini adalah ruang yang dipergunakan untuk aktivitas peralihan dari kegiatan utama warga yang biasanya berbentuk seperti ruang bersantai di pertokoan, café, rumah peribadatan, ruang rekreasi, dan lain sebagainya.
- d) *Private space*. Ruang ini berupa ruang yang dimiliki secara privat oleh warga yang biasanya berbentuk ruang terbuka privat, halaman rumah dan ruang di dalam bangunan.

2.7.4 Kategori Ruang Publik

Menurut Darmawan (2009: 48) ruang publik dibagi menjadi beberapa tipe dan karakter di antaranya: taman umum (*public parks*), lapangan dan plaza (*squares and plazas*), peringatan (*memorial*), pasar (*markets*), jalan (*streets*), tempat bermain (*play ground*), ruang komunitas (*community open space*), jalan hijau dan jalan taman (*greenway and parkways*), atrium/pasar di dalam ruang (*atrium/ indoor market place*), ruang lingkungan rumah (*found/neighborhood spaces*), dan *Water front*.

Taman umum (*public parks*) berupa lapangan/taman di pusat kota dengan sekala pelayanan yang beragam sesuai dengan fungsinya. Bentuknya berupa ruang terbuka yang memiliki empat macam tipe: Taman Nasional (*National Parks*), Taman Pusat Kota (*Downtown Parks*), Taman Lingkungan (*Neighborhood Parks*), dan Taman Kecil (*Mini Parks*), Tempat bermain (*play ground*), Ruang komunitas (*community open space*), jalan hijau dan jalan taman (*greenway and parkways*).

Dikatakan pula bahwa, lapangan dan alun-alun (*squares and plazas*) merupakan bagian dari pengembangan sejarah ruang publik kota, alun-alun, atau lapangan, yang dikembangkan sebagai bagian dari perkantoran atau bangunan komersial. Dapat dibedakan menjadi Lapangan Pusat Kota (*central square*), dan plaza pengikat (*corporate plaza*).

Darmawan mengatakan pula bahwa, Peringatan (*memorial*) ruang publik yang digunakan untuk memperingati memori atau kejadian penting. bagi umat manusia atau masyarakat ditingkat lokal atau nasional. Ruang publik tipe ini

biasanya berbentuk tugu dan bentuk lainya yang memberi karakter tentang peringatan suatu kejadian/peristiwa yang mempunyai nilai bersejarah.

Pasar (*markets*) ruang terbuka atau ruang jalan yang dipergunakan untuk transaksi biasanya bersifat temporer atau hari tertentu. Tingkat pelayanan pasar ini ada yang beberapa lingkup. Lingkup pelayanan pasar antara lain: tingkat provinsi, kabupaten, kecamatan, dan tingkat desa/kelurahan. Jenis pasar melingkupi pasar khusus dan pasar umum. Masing-masing pasar mempunyai karakteristik berbeda, tergantung dari budaya setempat. Waktu beraktifitas bervariasi ada yang buka pasarnya pagi hari ada yang malam hari.

Jalan (*streets*) ruang terbuka sebagai prasarana transportasi. Tipe ini dibedakan menjadi pedestrian sisi jalan (*pedestrian sidewalk*), Mal Pedestrian (*pedestrian mall*), Mal Transit (*mall transit*), jalur lambat (*traffic restricted streets*) dan gang kecil kota (*town trail*).

Tempat bermain (*play ground*) ruang publik yang berfungsi sebagai arena anak-anak yang dilengkapi dengan sarana permainan, biasanya berlokasi di lingkungan perumahan. Tipe ini terdiri dari tempat bermain (*playground*) atau halaman sekolah (*schoolyard*). Nuansa tempat permainannya sangat ringan, menyenangkan dan mendidik. Faktor keamanan dan kenyamanan harus menjadi perhatian khusus, karena dipakai oleh anak-anak.

Ruang komunitas (*community open space*) ruang kosong di lingkungan perumahan yang didesain dan dikembangkan serta dikelola sendiri oleh masyarakat setempat. Ruang komunitas ini berupa taman masyarakat (*community garden*). Ruang ini dilengkapi dengan fasilitas penataan taman

termasuk gardu pemandangan, areal bermain, tempat-tempat duduk, dan fasilitas estetika lain. Ruang ini dikembangkan di tanah milik pribadi atau tanah tak bertuan yang tidak pernah dirawat.

Jalan hijau dan jalan taman (*greenway and parkways*) merupakan jalan pedestrian yang menghubungkan antara tempat rekreasi dan ruang terbuka, yang dipenuhi dengan taman dan penghijauan. Pedestrian di jalur ini harus memberi keramahan, dan keamanan. Bentuk dan warna serta materialnya menduduki faktor kenyamanan.

Atrium/pasar di dalam ruang (*atrium/ indoor market place*) tipe ini dibedakan menjadi dua yaitu atrium dan pasar/pusat perbelanjaan di pusat kota (*market place/downtown shopping centre*). Pasar tipe ini cukup besar, dan ramai dengan jenis dagangan lebih bervariasi dan kapasitas lebih banyak. Pasar ini terdapat di kota-kota besar yang memiliki atrium.

Ruang lingkungan rumah (*found/neighborhood spaces*) ruang publik ini merupakan ruang terbuka yang mudah dicapai dari rumah, seperti sisa kapling di sudut jalan atau tanah kosong yang belum dimanfaatkan dapat dipakai sebagai tempat bermain bagi anak-anak atau tempat komunikasi bagi orang dewasa atau orang tua.

Dikatakan pula bahwa *Water front* ruang ini berupa pelabuhan, pantai, bantaran sungai, bantaran danau, atau dermaga. Ruang terbuka ini berada di sepanjang rute aliran air di dalam kota yang dikembangkan sebagai taman untuk *water front*. Orientasi dari ruang publik ini memanfaatkan pemandangan (*view*) sungai, pantai, danau, atau dermaga. Karakternya sangat tergantung dari

potensi kawasan tersebut, dengan memanfaatkan potensinya semaksimal mungkin.

2.8 Tata Ruang

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-undang No. 26 Tahun 2007 (UUPR) tentang Penataan Ruang, yang dimaksud dengan ruang adalah :

“Wadah yang meliputi ruang darat, ruang laut, dan ruang udara, termasuk ruang di dalam bumi sebagai satu kesatuan wilayah, tempat manusia dan makhluk lain hidup, melakukan kegiatan, dan memelihara kelangsungan hidupnya.”

Sedangkan menurut D.A.Tisnaamidjaja, yang dimaksud dengan pengertian ruang adalah “wujud fisik wilayah dalam dimensi geografis dan geometris yang merupakan wadah bagi manusia dalam melaksanakan kegiatan kehidupannya dalam suatu kualitas hidup yang layak”.

Ruang sebagai salah satu tempat untuk melangsungkan kehidupan manusia, juga sebagai sumber daya alam merupakan salah satu karunia Tuhan kepada bangsa Indonesia. Dengan demikian ruang wilayah Indonesia merupakan suatu aset yang harus dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dan bangsa Indonesia secara terkoordinasi, terpadu dan seefektif mungkin dengan memperhatikan faktor-faktor lain seperti, ekonomi, sosial, budaya, hankam, serta kelestarian lingkungan untuk mendorong terciptanya pembangunan nasional yang serasi dan seimbang.

Selanjutnya, dalam Keputusan Menteri Pemukiman dan Prasarana Wilayah No. 327/KPTS/2002 tentang Penetapan Enam Pedoman Bidang Penataan Ruang, yang dimaksud dengan ruang adalah:

“Wadah yang meliputi ruang daratan, ruang lautan, ruang udara sebagai satu kesatuan wilayah tempat manusia dan makhluk hidup lainnya dan melakukan serta memelihara kelangsungan hidupnya.”

2.8.1 Dasar Hukum Tata Ruang

Mochtar Koesoemaatmadja mengonstatir bahwa tujuan pokok penerapan hukum apabila hendak direduksi pada satu hal saja adalah ketertiban (*order*). Ketertiban adalah tujuan pokok dan pertama dari segala hukum, kebutuhan akan ketertiban ini, merupakan syarat pokok (*fundamental*) bagi adanya masyarakat teratur: di samping itu tujuan lainnya adalah tercapainya keadilan yang berbeda-beda isi dan ukurannya, menurut masyarakat pada zamannya.

Menurut Juniarso Ridwan konsep dasar hukum penataan ruang, tertuang di dalam pembukaan UUD 1945 alinea ke 4 yang berbunyi:

”melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut serta melaksanakan ketertiban dunia”

Selanjutnya dalam Pasal 33 ayat (3) UUD 1945 amandemen ke empat, berbunyi: “Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.”

Menurut M. Daud Silalahi salah satu konsep dasar pemikiran tata ruang menurut hukum Indonesia terdapat dalam UUPA No. 5 Tahun 1960. Sesuai dengan Pasal 33 ayat 3 UUD 1945, tentang pengertian hak menguasai dari negara terhadap konsep tata ruang, Pasal 2 UUPA memuat wewenang untuk:

- 1) Mengatur dan menyelenggarakan peruntukan penggunaan, persediaan, dan pemeliharaan bumi, air dan ruang angkasa.
- 2) Menentukan dan mengatur hubungan-hubungan hukum antara orang dengan bumi, air, dan ruang angkasa.
- 3) Menentukan dan mengatur hubungan-hubungan hukum antara orang dan perbuatan-perbuatan hukum yang mengenai bumi, air dan ruang angkasa.

Konsep tata ruang dalam tiga dimensi tersebut di atas terkait dengan mekanisme kelembagaan dan untuk perencanaannya diatur dalam Pasal 14 yang mengatakan:

- 1) Pemerintah dalam rangka membuat suatu rencana umum mengenai persediaan, peruntukan, dan penggunaan bumi, air dan ruang angkasa, dan
- 2) Berdasarkan rencana umum tersebut Pemda mengatur persediaan, peruntukkan dan penggunaan bumi, air, dan ruang angkasa.

Selanjutnya, Pasal 15 mengatur tentang pemeliharaan tanah, termasuk mengambah kesuburannya serta mencegah kerusakannya yang merupakan kewajiban setiap orang, badan hukum, atau instansi yang mempunyai hubungan hukum dengan tanah itu dengan memperhatikan pihak ekonomi lemah.

Ketentuan tersebut memberikan hak penguasaan kepada negara atas seluruh sumber daya alam Indonesia, dan memberikan kewajiban kepada negara untuk

menggunakan sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat. Kalimat tersebut mengandung makna, negara mempunyai kewenangan untuk melakukan pengelolaan, mengambil dan memanfaatkan sumber daya alam guna terlaksananya kesejahteraan rakyat yang dikehendaki.

Untuk dapat mewujudkan tujuan negara tersebut, khususnya untuk meningkatkan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa berarti negara harus dapat melaksanakan pembangunan sebagai penunjang dalam tercapainya tujuan tadi dengan suatu perencanaan yang cermat dan terarah. Apabila dicermati dengan seksama, kekayaan alam yang ada dan dimiliki oleh negara, yang kesemuanya itu memiliki suatu nilai ekonomis, maka dalam pemanfaatannya pun harus diatur dan dikembangkan dalam pola tata ruang yang terkoordinasi, sehingga tidak akan adanya kerusakan terhadap lingkungan hidup.

Upaya pelaksanaan perencanaan penataan ruang yang bijaksana adalah kunci dalam pelaksanaan tata ruang agar tidak merusak lingkungan hidup, dalam konteks penguasaan negara atas dasar sumber daya alam, menurut Juniarso Ridwan "melekat di dalam kewajiban negara untuk melindungi, melestarikan dan memulihkan lingkungan hidup secara utuh". Artinya, aktivitas pembangunan yang dihasilkan dari perencanaan tata ruang pada umumnya bernuansa pemanfaatan sumber daya alam tanpa merusak lingkungan.

Untuk lebih mengoptimalkan konsep penataan ruang, maka peraturan-peraturan peundang-undangan telah banyak diterbitkan oleh pihak pemerintah, dimana salah satu peraturan perundang-undangan yang mengatur penataan ruang adalah Undang-undang No. 267 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang.

Undang-undang No. 26 Tahun 2007 merupakan undang-undang pokok yang mengatur tentang pelaksanaan penataan ruang. Keberadaan undang-undang tersebut diharapkan selain sebagai konsep dasar hukum dalam melaksanakan perencanaan tata ruang, juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan pemerintah dalam penataan dan pelestarian lingkungan hidup.

2.8.2 Asas dan Tujuan Penataan ruang

Menurut Herman Hermit "sebagaimana asas hukum yang paling utama yaitu keadilan, maka arah dan kerangka pemikiran serta pendekatan-pendekatan dalam pengaturan (substansi peraturan perundang-undangan) apa pun, termasuk UU Penataan Ruang, wajib dijiwai oleh asas keadilan".

Adapun asas penataan ruang menurut Undang-undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang adalah : " Dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia, penataan ruang diselenggarakan berdasarkan asas" (Wahid, 2014 : 15-16) :

- 1) Keterpaduan
- 2) Keserasian, keselarasan, dan keseimbangan
- 3) Keberlanjutan
- 4) Keberdayagunaan dan keberhasilgunaan
- 5) Keterbukaan
- 6) Kebersamaan dan kemitraan
- 7) Pelindungan kepentingan umum
- 8) Kepastian hukum dan keadilan dan
- 9) Akuntabilitas (Pasal 2).

Kesembilan asas penyelenggaraan penataan ruang tersebut pada intinya merupakan norma-norma yang diambil untuk memayungi semua kaidah-kaidah pengaturan penataan ruang.

Adapun tujuan penataan ruang menurut Undang-undang Nomor 26 Tahun 2007 adalah:

Penyelenggaraan penataan ruang bertujuan untuk mewujudkan ruang wilayah nasional yang aman, nyaman, produktif, dan berkelanjutan berlandaskan Wawasan Nusantara dan Ketahanan Nasional dengan:

- a. Terwujudnya keharmonisan antara lingkungan alam dan lingkungan buatan,
- b. Terwujudnya keterpaduan dalam penggunaan sumber daya alam dan sumber daya buatan dengan memperhatikan sumber daya manusia dan,
- c. Terwujudnya perlindungan fungsi ruang dan pencegahan dampak negatif terhadap lingkungan akibat pemanfaatan ruang (Pasal 3).

Dari pasal tersebut dapat dipahami bahwa rumusan tujuan (pengaturan penataan ruang) merupakan penerapan bagaimana konsep asas-asas penyelenggaraan penataan ruang mengendalikan arah dan sasaran yang hendak dituju oleh suatu pengaturan UU Penataan Ruang ini.

2.9 Pasar

Menurut KBBI, pengertian pasar adalah sekumpulan orang yang melakukan kegiatan transaksi jual-beli. Pasar merupakan sebuah tempat untuk kegiatan jual-

beli yang diselenggarakan oleh sebuah organisasi atau perkumpulan dengan maksud untuk mencari derma.

Menurut Kotler dan Amstrong, pengertian pasar adalah sejumlah pembeli aktual dan juga potensial dari sebuah produk atau jasa. Besarnya pasar tergantung pada jumlah orang yang punya kebutuhan dan mau melakukan transaksi.

Banyak pemasar yang menganggap bahwa pembeli dan penjual adalah sebuah pasar, dimana pembeli akan menerima produk/ jasa yang diinginkan setelah melakukan pembayaran. Dan penjual akan mengirimkan produk/ jasa yang telah dibayar oleh si pembeli.

Dari penjelasan tentang definisi di atas, maka kita dapat menyimpulkan bahwa pasar adalah tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual dan beli. Serta mengetahui mengetahui ciri-ciri pasar, yaitu:

- a) Ada barang atau jasa yang diperjualbelikan
- b) Terjadi transaksi jual beli
- c) Adanya proses permintaan dan tawar menawar
- d) Terjadinya interaksi antara pembeli dan penjual
- e) Transaksi terjadi ketika ada kesepakatan antaran penjual dan pembeli

Secara umum pasar dapat diklasifikasikan menjadi dua macam, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Walaupun pasar tradisional telah mengalami gempuran dari pasar modern, namun cukup banyak masyarakat yang lebih memilih belanja di pasar tradisional.

- a. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah sebuah tempat bertemunya para penjual dan pembeli serta terjadi proses jual beli secara langsung yang melalui proses tawar menawar. Bentuk bangunan pasar tradisional ini berupa kios, los, atau gerai.

Barang yang dijual di pasar tradisional adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari. Pasar jenis ini mudah ditemukan di berbagai daerah, misalnya pasar Klewer di Solo, pasar Minggu di Jakarta, dan pasar Beringharjo di Yogyakarta.

b. Pasar Modern

Pasar modern adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta melakukan transaksi. Namun, di pasar modern tidak terjadi proses tawar menawar karena barang yang dijual sudah diberi label harga pas.

Bentuk pasar modern ini berada di dalam bangunan dimana para pelayanannya dilakukan secara mandiri atau swalayan, dan bisa juga dilayani oleh seorang pramuniaga. Barang-barang yang dijual di pasar tradisional biasanya kebutuhan sehari-hari dan barang lain yang tahan lama.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut (Hikmat 2011:37-38) Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati. Metode kualitatif dipergunakan dengan beberapa pertimbangan: Pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan responden. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus menerus disesuaikan dengan kenyataan di lapangan, tidak harus menggunakan desain yang telah disusun secara ketat atau kaku, sehingga tidak dapat diubah lagi. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moeleong, 2007:7) Penelitian deskriptif kualitatif akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Lanjut lagi Menurut Kriyanto (2006:63) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pernyataan-pernyataan dan data yang sifatnya hanya menggolongkan. Kesimpulan dari pernyataan diatas bahwasanya metode penelitian kualitatif merupakan sebuah prosedur yang didasari oleh

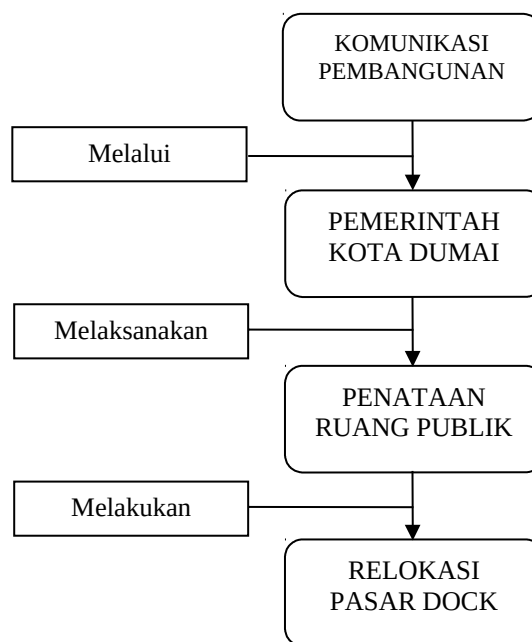
pengamatan manusia dan faktor lainnya, serta orang-orang yang berada di lingkungan tersebut dengan menghasilkan data yang bersifat menggambarkan sesuatu dengan apa adanya, berupa pernyataan-pernyataan lisan maupun tertulis.

3.2 Kerangka Konsep

Konsep adalah generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu yang dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama (Bungin, 2001: 73). Kerangka konsep adalah hasil pemikiran rasional yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konsep ini juga menjadi pedoman atau landasan untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mempermudah penelitian. Kerangka konsep dalam penelitian ini adalah :

Gambar 2.1

Kerangka Konsep



Sumber: Olahan, 2019

3.3 Definisi Konsep

Kerlinger menyebut konsep sebagai abstraksi yang dibentuk dengan menggeneralisasikan hal-hal khusus. Jadi konsep merupakan sejumlah ciri atau standar umum suatu objek (Kriyantono, 2006:17). Adapun yang menjadi definisi konsep dalam kerangka konsep di atas adalah :

- a) Komunikasi
- b) Komunikasi Pembangunan
- c) Ruang
- d) Publik
- e) Ruang Publik
- f) Tata Ruang
- g) Pasar

3.4 Kategorisasi

Kategorisasi merupakan proses yang dikenal sebagai proses membedakan, mengenali, dan dimengerti. Kategorisasi menunjukkan pesan tersirat bahwasanya menentukan sesuatu ke dalam kategori tertentu yang menunjukkan hubungan antara subjek dan objek suatu penelitian.

Kategorisasi menunjukkan bagaimana caranya mengukur suatu variabel penelitian sehingga diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategorisasi penelitian pendukung untuk analisis dari variabel tersebut. Kategorisasi dalam penelitian tersebut adalah sebagai berikut : Bagaimana Komunikasi Pembangunan dalam Penataan Ruang Public Pasca Relokasi Pasar

Tabel 1.2
Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi Konsep	Indikator
Bagaimana komunikasi pembangunan pemerintah kota	- Prosedur
Dumai dalam penataan ruang public pasca relokasi pasar dock Dumai	- Pendekatan
	- Hambatan
	- Strategi

Sumber: Olahan. 2019

3.5 Informan/Narasumber

Informan atau narasumber adalah sumber atau seseorang yang benar-benar mengetahui atau menguasai masalah, dan terlibat langsung dengan masalah yang diteliti oleh penulis dengan menggunakan metode kualitatif. Informan atau narasumber dari penelitian ini terdiri dari kabid pengelolaan pasar Dinas Perdagangan, kepala Dinas Perdagangan, Warga, pedagang, Kasi keamanan dan ketertiban bidang pasar Dinas Perdagangan.

3.6 Teknik Pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data. Sebagai salah satu cara penulis untuk menunjukkan suatu hal metode yang dipakai untuk mendapatkan data serta hasil yang di dapat dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu :

a. Wawancara

Menurut Esterberg (2002) wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. (Sugiyono, 2017: 231).

b. Observasi

Menurut Ghony dan Almanshur (2014:165) metode observasi (pengamatan) merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan.

Menurut Nasution (Sugiyono, 2017:226) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan electron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas.

c. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2014:274) tidak kalah penting dari metode-metode lain, adalah metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Kriyantono (2012:57) Dalam metode kualitatif, penelitian adalah bagian integral dari data, artinya peneliti ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian, peneliti menjadi instrumen riset yang harus terjun langsung dilapangan. Karena itu riset ini bersifat subjektif, dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk digeneralisasikan.

Data kualitatif dapat dipilih menjadi dua jenis:

- a. Hasil pengamatan: uraian rinci tentang situasi, kejadian, interaksi dan tingkah laku yang diamati dilapangan.
- b. Hasil pembicaraan: kutipan langsung dari orang-orang tentang pengalaman, sikap, keyakinan dan pemikiran mereka dalam kesempatan wawancara mendalam.

3.8 Lokasi Dan waktu Penelitian

Penulis mengambil lokasi dan objek penelitian pada salah satu Pasar di Kota Dumai Yaitu Pasar Dock. Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Januari hingga Juni 2019.

3.9 Deskripsi Singkat Objek Kajian

a. Kota Dumai

Kota Dumai adalah sebuah kota di Provinsi Riau, Indonesia, sekitar 188 km dari Kota Pekanbaru. Dumai adalah kota dengan wilayah administrasi terluas ketiga di Indonesia, setelah Kota Palangka Raya dan Kota Tidore Kepulauan. Kota ini berawal dari sebuah dusun kecil di pesisir timur Provinsi Riau.

Kota Dumai merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Bengkalis. Diresmikan sebagai kota pada 20 April 1999, dengan UU No. 16 tahun 1999 tanggal 20 April 1999 setelah sebelumnya sempat menjadi kota administratif (kotif) di dalam Kabupaten Bengkalis. Pada awal pembentukannya, Kota Dumai hanya terdiri atas 3 kecamatan, 13 kelurahan dan 9 desa dengan jumlah penduduk hanya 15.699 jiwa dengan tingkat kepadatan 83,85 jiwa/km².

Batas Wilayah

Utara	Selat Rupa
Timur	Kabupaten Bengkalis
Selata	Kabupaten Bengkalis
n	
Barat	Rokan Hilir

Penduduk Kota Dumai Tahun 2010, berjumlah 253.803 jiwa yang terdiri atas 131.465 jiwa laki-laki dan 305.338 jiwa perempuan. Dengan Kepadatan Penduduk 178.00 jiwa/km² dengan laju pertumbuhan penduduk berkisar 3,51 persen/tahun.

No	Tahun	Populasi
----	-------	----------

1	2000	173.188 jiwa
2	2008	236.778 jiwa
3	2010	253.803 jiwa
4	2012	277.995 jiwa

Menurut data tahun 2010, jumlah penduduk Kota Dumai yang terdiri dari berbagai suku bangsa seperti Melayu, Batak, Minang sebagai warga mayoritas, Jawa, Bugis, dan Tionghoa adalah sebanyak 286.000 jiwa dengan kepadatan rata-rata 156 jiwa/km² dan laju pertumbuhan sebesar 3,7% per tahun. Islam adalah agama mayoritas yang dipeluk penduduknya.

b. Pasar Kelakap Tujuh

Pasar kelakap tujuh merupakan pasar tradisional milik pemerintah kota Dumai yang berlokasi di jalan Gatot Subroto kecamatan Dumai Barat, yang telah dibangun pada tahun 2009/2010 yang bertujuan untuk menampung pedagang pasar pagi jalan batu bintang atau jalan cut nyakdin yang berada dilokasi Tanah Patra Dock/Patra Niaga (Anak Perusahaan Pertamina) Dumai yang pindah ke pelataran Jalan M.H Thamrin atau yang sering di sebut juga Pasar Dock Dumai.

Pasar Kelakap Tujuh ini memiliki luas 2 Hektar dan dibangun 436 Lapak , dan 110 Kios pedagang dengan total keseluruhan dapat menampung 546 para pedagang, yang direncanakan akan menjadi pasar induk terbesar di kota Dumai.

c. Profil Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Dumai

Alamat lokasi : Jl. Sultan Syarif Kasim, Dumai, Kota Dumai, Riau

No Telpon : (0765) 31222

Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Dumai Provinsi Riau. Melalui kantor ini, pemerintah pada wilayah kerjanya merancang kebijakan bidang perindustrian, perdagangan, hingga ekonomi pasar (pengelolaan pasar). Kebijakan yang dikeluarkan untuk kepentingan kesejahteraan masyarakat. Terkait dengan tugas dan fungsinya maka, kantor ini dapat memberikan informasi mengenai persuratan industri, koperasi, dan perdagangan seperti Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Surat Izin Usaha, surat Ijin Usaha Perusahaan Perantara Perdagangan Properti (SIU-P4), hingga Surat Izin Usaha Jasa Survey. Untuk informasi lebih lanjut silahkan hubungi kontak terkait.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pasar Gedang atau yang sering di sebut masyarakat setempat dengan pasar Dock ini terletak di seputaran jalan M.H Thamrin Dumai yang merupakan pasar tradisional yang menjual berbagai macam kebutuhan sandang dan pangan masyarakat kota dumai.

Penelitian ini berfokus pada pelaksanaan relokasi pasar dock dari sudut pandang Komunikasi Pembangunan yang di lakukan pemerintah kota Dumai malalui Dinas Perdagangan menuju pasar milik pemerintah yaitu pasar Kelakap Tujuh yang terletak di jalan Gatot Subroto Dumai.

Kemudian dalam pengumpulan data peneliti melakukan wawancara mendalam kepada Narasumber yang dinilai cukup relevan dalam memberikan informasi terkait masalah yang yang di teliti yaitu :

a) Dinas Perdagangan

1. Bapak Azhar S.H Adalah salah satu pejabat dalam Dinas Perdagangan Kota Dumai yang menjabat sebagai Kepala Bidang Pengelolaan Pasar Dinas sejak tahun 2016. Bapak Azhar S.H selaku Kabid Pengelolaan Pasar ini memiliki peran penting dalam Proses Relokasi Pasar Dock ini Karena Semua data terkait dengan proses Relokasi di miliki oleh Bapak Azhar S.H sehingga Menjadi Informan Terpenting dalam penelitian ini.

b) Pedagang

Nama	Umur	Pekerjaan
Sinta	32	Pedagang
Anwar	53	Pedagang
Siti Rahayu	53	Pedagang
Abu Salim	46	Pedagang
Iwan	43	Pedagang

4.1.1 Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kota Dumai Dalam Penataan Ruang Publik Pasca Relokasi Pasar Dock

Proses relokasi pasar tradisional yang dilakukan oleh pemerintah kota Dumai melalui Dinas Perdagangan tidaklah terjadi dengan cepat, ada prosedur serta tahapan yang harus dilalui oleh pemerintah, selain prosedur pembangunan wilayah pasar yang baru beserta sarana pendukung nya, mengajak para pedagang agar mau pindah ke lokasi pasar yang baru pun harus di lakukan dengan baik melalui komunikasi yang baik pula, agar para pedagang mau pindah ketempat yang lebih layak dan tidak lagi berjualan di tempat dinilai merusak keindahan kota.

Komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Komunikasi Pembangunan, dimana komunikasi digunakan sebagai sarana dalam proses pembangunan relokasi pasar tradisional yaitu pasar Kelakap Tujuh Milik Pemerintah Kota Dumai.

a) Narasumber I

Penulis bertanya kepada kabid pengelolaan pasar Dinas Perdagangan kota Dumai Apa yang menjadi latar belakang untuk melakukan relokasi pasar Dock Dumai?

Narasumber menjawab bahwa Pasar Dock adalah pasar swasta yang didirikan oleh beberapa orang pedagang/PKL pada tahun 2001 dilokasi Tanah Milik PT. Patra Dock Yard yang sekarang bernama PT. Patra Niaga oleh beberapa orang para pedagang/PKL pada awal tahun 2001, para Pedagang/PKL pada saat itu menggelarkan dagangannya hanya menggunakan sarana dan prasarana yang minim (darurat), sedangkan untuk menjual barang dagangan hanya menggunakan alas tikar atau plastik, sedangkan untuk atap hanya sekadarnya saja yang terbuat dari Daun Rumbiya atau Daun Nipah dan sebagian yang lain hanya menggunakan payung atau tidak beratap sama sekali. Seiring dengan perjalanan waktu dan pertambahan penduduk yang sangat pesat dan setelah 2 (Dua) tahun berlalu pasar yang tadinya sederhana/darurat kini mulai tumbuh dan berkembang semakin pesat, para pedagang yang awalnya hanya beberapa orang dari hari ke hari makin ramai sehingga membutuhkan tempat yang lebih luas. Dengan membaca kondisi yang sedemikian maka timbullah ide beberapa orang pemuda setempat yang diketuai oleh **Sdr. Junaidi** untuk mengkoordinir pedagang serta berupaya mencari lahan yang lebih luas agar dapat menampung seluruh para pedagang yang semakin banyak tersebut, salah satu jalan yang ditempuh adalah melobi pihak Pimpinan PT. Patra Dock/PT. Patra Niaga sebagai salah satu anak Perusahaan Minyak Nasional (PERTAMINA) untuk dapat menempati dan memakai lahan kosong milik Perusahaan yang terletak

diantara persimpangan Jalan Dock (M.H. Thamrin) dengan Jalan Batu Bintang (Cut Nyak Dien);

- Bahwa pada awal tahun 2003 PT. Patra Dock (Patra Niaga) dengan penuh pertimbangan demi untuk kepentingan masyarakat setempat (Masyarakat Kelurahan Pangkalan Sesai Kecamatan Dumai Barat) dapat mengizinkan apa yang menjadi maksud dari pada pedagang (Sdr. Junaidi) dengan syarat/perjanjian apabila sewaktu-waktu pihak perusahaan akan memanfaatkan lahan tersebut untuk kepentingan perusahaan maka Sdr. Junaidi CS (Pedagang) bersedia mengosongkan dan pindah dari lokasi tersebut tanpa ada tuntutan ganti rugi.
- Bahwa Jalan Batu Bintang (Cut Nyak Dien) dan Jalan Dock Yard (M.H. Thamrin) adalah jalan protokol yang menjadi jalan lintas atau jalan utama bagi masyarakat 2 (Dua) Kecamatan yakni Kecamatan Dumai Barat dan Kecamatan Sungai Sembilan menuju pusat Kota Dumai sehingga arus lalu lintas sangat padat dan sering terjadinya kecelekaan lalu lintas di seputaran Pasar Dock Yard tersebut.
- Bahwa tahun awal tahun 2008 pihak Perusahaan PT. Patra Dock /Patra Niaga telah memberitahukan kepada Sdr. Junaidi/para pedagang yang isinya pihak Perusahaan sesuai dengan program kerja yang diinstruksikan dari Pertamina Pusat akan memanfaatkan lahan tersebut untuk membangun dan mengembangkan perusahaan, oleh karena para pedagang terbentur untuk mencari lokasi atau lahan pasar yang baru, sehingga masyarakat pedagang tetap menunda-nunda pembongkaran

pasar dan akhirnya diminta bantuan Pemko Dumai untuk dapat mencari solusi serta menyelesaikan permasalahan yang timbul. Pemko Dumai dengan segala upaya mencari solusi terbaik dan negosiasi secara intens dilakukan sehingga akhirnya Pemko Dumai dengan keterbatasan Anggaran serta deadline waktu dari pihak PT. Patra Dock/Patra Niaga dapat mencari serta membebaskan lahan untuk dijadikan lahan pasar yang terletak di Jalan Kelakap Tujuh Kelurahan Simpang Tetap Darul Ikhsan Kecamatan Dumai Barat yang jaraknya lebih kurang 8 (Delapan) Kilometer dari Pasar Dock.

- *Kondisi sebagaimana diatas adalah yang menjadi landasan pokok bagi Pemerintah Kota Dumai untuk melakukan pemindahan / Relokasi Pedagang Pasar Dock ke Pasar Kelakap Tujuh (Pasar Swasta dialih fungsikan menjadi pasar yang dikelola oleh Pemko Dumai).*

Kemudian Penulis bertanya kepada narasumber Prosedur apa saja yang harus dilakukan pemerintah dalam proses relokasi Pasar Dock Yard Dumai?

Narasumber Menjawab Sajalan dengan apa yang diutarakan pada pertanyaan dan jawaban poin 1 (Satu) diatas bahwa untuk kepentingan masyarakat Dumai khususnya masyarakat pedagang jalan Pasar Dock Pemerintah telah membebaskan lahan masyarakat seluas 2 Ha (Dua hektar) untuk pembangunan Pasar, tahap pertama pembangunannya dimulai pada awal tahun 2010 melalui dana DAK (Dana Alokasi Khusus) dari tugas Pembantuan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dengan Anggaran sebesar lebih kurang Rp. 5.000.000.000 (Lima Milyar

Rupiah) dan tahap kedua sebesar Rp. 4.000.000.000 (Empat Milyar Rupiah).

- *Pemerintah Kota Dumai melalui Anggaran tahun 2010 melakukan proses tender/lelang atas dana DAK Tugas Pembantuan Pembangunan Pasar Kelakap Tujuh yang mana dalam proses tender tersebut dimenangkan oleh Rekanan PT. Riski Alpa Utama dan PT. Ambustra.*
- *Untuk mendapat dukungan dari masyarakat Pedagang Pemko Dumai secara maraton melakukan negosiasi dalam rangka mencari solusi dan kesepakatan sehingga pada proses relokasi diharapkan tidak ada kendala dan hambatan, negosiasi berupa pernyataan kesediaan pedagang menempati Pasar Kelakap Tujuh, Pendataan pedagang sehingga pada saat pendataan diawal tahun 2014 pedagang yang terdata sebanyak 403 (Empat Ratus Tiga) orang, serta rapat inten yang secara marathon dilakukan oleh Aparat Pemko Dumai, tokoh masyarakat, pemuka adat, perwakilan pedagang, pihak Kecamatan dan Kelurahan serta Aparat Keamanan.*
- *Dalam kesepakatan dan negosiasi disetujui dengan secara aklamasi kepindahan pedagang Pasar Dock menempati tempat baru Pasar Kelakap Tujuh pertama kali pada tanggal 14 Agustus 2014.*

Selanjutnya penulis bertanya kepada narasumber Komunikasi seperti apa yang dilakukan Pemerintah Kota Dumai dalam mensosialisasikan kebijakan relokasi Pasar Dock Yard Kota Dumai kepada para pedagang?

Narasumber Menjawab bahwa Pemerintah Kota Dumai dalam mensosialisasi dari semua kebijakan yang dikeluarkan baik menyangkut antar OPD (Organisasi Pemerintah Daerah) maupun menyangkut antar Pemerintah Kota dengan Perusahaan Negara, Perusahaan Daerah, Organisasi Swasta, Organisasi Pemuda, serta Organisasi Kemasyarakatan dan termasuk terhadap seluruh elemen masyarakat selalu menggunakan komunikasi tertulis dalam hal ini surat-menyurat yang selanjutnya menjadi Dokumen/bukti autentik atau dasar hukum apabila dikemudian hari terjadi permasalahan yang tidak diinginkan. Adapun bentuk-bentuk komunikasi terkait masalah pemindahan Pedagang Pasar Dock Yard antara lain seperti :

- Surat Keputusan Walikota Dumai Nomor. 53 /TIM TPPPD/2014 tentang Pembentukan Tim Terpadu Pemindahan Pedagang Pasar Dock ke Pasar Kelakap Tujuh Kota Dumai;*
- Surat Keputusan Walikota Dumai Nomor 360/KPP/2015 tentang Pembebasan Pembayaran Retribusi Pelayanan Pasar Bagi Wajib Retribusi di Pasar Kelakap Tujuh Kota Dumai;*
- Surat Kantor Pelayanan Pasar Kota Dumai Nomor 870/KPP/85 tanggal 01 Juni 2016 tentang Himbauan kepada Pedagang jalan M.H. Thamrin/Dock Yard dan sekitarnya.*
- Surat Undangan Kantor Pelayanan Pasar Nomor 005/KPP/744 tanggal 09 Juni 2016 tentang Undangan Rapat Tim Terpadu Optimalisasi Aktivitas Pasar Kelakap Tujuh Kota Dumai.*

- *Keputusan Walikota Dumai Nomor 820/DISPERDAG/2017 tentang Pembentukan Tim Terpadu Penempatan Pedagang Yang Berada di Jalan M.H Thamrin ke Pasar Kelakap Tujuh Kota Dumai Tahun 2017.*
- *Surat Dinas Perdagangan Kota Dumai Nomor 510/392/DISPERDAG tanggal 11 Juli 2017 tentang Penempatan Kembali Kios/Los di Pasar Kelakap Tujuh Milik Pemerintah Kota Dumai;*
- *Surat Dinas Kepala Perdagangan Kota Dumai Nomor 510/343/DISPERDAG tanggal 31 Juli 2017 tentang Pemberitahuan Ke 2.Surat Dinas Perdagangan Kota Dumai Nomor 510/427/DISPERDAG tanggal 28 September 2017 tentang Pemberitahuan Kesepakatan Hasil Rapat Perwakilan Pedagang dengan Anggota Komisi II DPRD Kota Dumai, dan Notulen Rapat serta dokumen pendukung lainnya.*

Kemudian penulis bertanya kepada narasumber Apa saja kendala Pemerintah Kota Dumai dalam melakukan relokasi Pasar Dock Dumai ?

Narasumber menjawab Meskipun semua kesepakatan yang telah dibuat antara Pedagang dengan Pemerintah Kota Dumai dan didukung oleh dokumen-dokumen seperti surat menyurat sebagai alat komunikasi yang telah disepakati serta disampaikan kepada para pedagang Pasar Dock Yard namun demikian masih aja terdapat kendala dalam merelokasikan pedagang, hal ini disebabkan tidak komitmennya pedagang dengan apa yang telah mereka sepakati dan ditambah adanya pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab memnghasut dan memprovokasi para pedagang, untuk diketahui bahwa Pemerintah Kota Dumai telah dua kali melakukan

pemindahan Pedagang Pasar Dock Yard Ke Pasar Kelakap Tujuh dimana yang pertama kali pada tanggal 14 Agustus 2014 dan yang kedua pada tanggal 14 Januari 2018.

- *Kepindahan Pertama kali Pedagang ke Pasar Kelakap Tujuh hanya bertahan 8 (Delapan) bulan, hal ini disebabkan beberapa hal antara lain :*

Pada saat pemindahan dari 403 orang pedagang yang terdata dan dikukuhkan dengan Surat Keputusan Walikota ada lebih kurang 50 orang pedagang yang tidak ikut masuk/tidak ikut pindah ke Pasar Kelakap Tujuh, mereka berjualan dan bergabung dengan pasar tandingan yang didirikan/dibangun oleh Sdr. Awaludin (Gedang);

- 1) *Pasar tandingan atau lebih dikenal oleh masyarakat Kota Dumai dengan nama Pasar Gedang yang dibangun dan beroperasi seiring / sejalan dengan hari kepindahan Pedagang pertama kali ke Pasar Kelakap Tujuh;*
- 2) *Pasar Tandingan atau Pasar Gedang berada lebih kurang 600 M/ 800 M dari pasar Dock Yard yang terletak berada dipinggir Jalan M.H. Thamrin/Dock Yard dengan memanfaatkan tanah sengketa antara Sdr. Antik CS dengan pihak PT. Patra Niaga dimana sampai saat ini masih dalam proses Peninjauan Kembali dan menurut informasi dari PT. Patra Niaga/Patra Dock Yard Peninjauan Kembali (PK) tersebut dimenangkan oleh pihak mereka namun Salinan Suat Keputusan Peninjauan Kembali tersebut sampai saat ini belum mereka terima.*

- 3) *Dari hari kehari sejak kepindahan pertama kali sampai bulan ke 6 (Enam) secara berangsur-angsur satu persatu para pedagang mulai tidak nyaman, mereka keluar dan meninggalkan Pasar Kelakap Tujuh, ada yang bergabung dengan Pasar Tandingan/Pasar Gedang ada pula yang mengelarkan dagangannya dipinggir trotoar jalan M.H. Thamrin.*
- 4) *Pada bulan Kedelapan merupakan puncak dari seluruh pedagang meninggalkan pasar Kelakap Tujuh, kondisi ini sudah tidak terbendung dan tidak dapat dinegosiasi oleh Tim, mereka secara permanen mendirikan lapak-lapak disepanjang jalan M.H. Thamrin/Dock Yard.*
- 5) *Pemerintah Kota Dumai dalam menangani masalah pasar dan pedagang yang sebelumnya menjadi Tugas dan Fungsi Kantor Pelayanan Pasar Sesuai dengan Perda Nomor 15 Tahun 2008 dan Peraturan Daerah Nomor 41 Tahun 2008 kemudian di gabungkan / Marger ke Dinas Perdagangan Kota Dumai menjadi salah satu Tugas dan Fungsi pada Bidang Pengelolaan Pasar sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Dumai Nomor 12 Tahun 2016 dan Peraturan Walikota Dumai Nomor 58 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Perdagangan Kota Dumai. Berdasarkan Peraturan Walikota Dumai Nomor 820/DISPERDAG/2017 tentang Pembentukan Tim Terpadu Penempatan Pedagang Yang Berada di Jalan M.H Thamrin ke Pasar*

Kelakap Tujuh Kota Dumai Tahun 20017, kembali melakukan / melaksanakan untuk kedua kalinya pemindahan / penempatan Padagang Jalan Dock Yard ke Pasar Kelakap Tujuh, pemindahan kali ini berhasil dengan situasi kondusif namun hanya bertahan cuma 2 (dua) bulan, pada bulan ke Dua para pedagang secara serentak kembali berjualan disepanjang jalan M.H. Thamrin sampai saat ini.

Selanjutnya penulis bertanya Kepada Narasumber Adakah keluhan dari pedagang terhadap kebijakan tersebut ?

Narasumber Menjawab semenjak relokasi pedagang yang pertama pada tanggal 14 Agustus 2014 dan Pemindahan ke dua pada tanggal 14 Januari 2018 para pedagang yang menempati Pasar Kelakap Tujuh mengeluhkan sepi nya pembeli yang datang untuk berbelanja, berkurangnya penghasilan mereka sehingga tidak dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, banyaknya dagangan yang tidak laku sehingga busuk dan terbuang begitu saja, kurangnya akses keluar masuk dari dan menuju Pasar Kelakap Tujuh dimana pada saat itu akses masuk dan keluar hanya satu jalur dan apabila ada kendaraan yang keluar maupun masuk secara bersamaan menjadi tidak lancar dan sedikit macet, selanjutnya adanya pasar tandingan (Pasar Gedang) yang membuat masyarakat enggan berbelanja di Pasar Kelakap Tujuh yang jauh dari pemukiman penduduk dan masyarakat / konsumen lebih senang berbelanja di Pasar Tandingan (Pasar Gedang) atau pasar-pasar lain yang berada di Pusat Kota Dumai.

Kemudian penulis bertanya kepada Narasumber Adakah keluhan dari konsumen Pasar Kelakap Tujuh?

Narasumber Menjawab pada prinsipnya para konsumen lebih senang berbelanja di pasar sepanjang Jalan M.H. Thamrin / Dock Yard yang didukung oleh letaknya yang strategis, berada dipinggir jalan besar, arus transportasi lancar, dan dekat dengan pemukiman penduduk, sedangkan diposisi lain Pasar Kelakap Tujuh letaknya tidak strategis, posisinya masuk kedalam / tidak dipinggir jalan, jauh dari pemukiman penduduk dan tidak ada jalur transportasi umum seperti Oplet, akses masuk dan keluar dari pasar hanya satu jalur, kondisi ini menurut kami yang menjadi keluhan bagi konsumen.

Selanjutnya penulis bertanya kepada narasumber Berapa Anggaran yang dikeluarkan Pemerintah Kota Dumai untuk melaksanakan Proses Relokasi Pasar Dock Dumai ?

Narasumber Menjawab Bahwa dalam suatu kegiatan atau Event yang melibatkan instansi lain baik instansi (OPD) yang berasal dari lingkungan Pemko Dumai sendiri, apa lagi melibatkan instansi Vertikal seperti pihak Keamanan (Polisi / TNI) serta memakan waktu atau proses yang cukup panjang dan meraton seperti mengadakan rapat-apat, sosialisasi melalui media cetak dan elektronik dan penyampaian surat secara tertulis haruslah mempunyai anggaran tersendiri yang terdapat di dalam RKA (Rencana Kerja Anggaran), dana ini harus ada demi untuk menunjang kelancaran suatu tugas yang besar. Menyangkut masalah pemindahan Pedagang Pasar Dock Yard ke

Pasar Kelakap Tujuh Pemerintah Kota Dumai melalui instansi terkait pada pemindahan pertama tanggal 14 Agustus tahun 2014 merupakan Tugas Fungsi Kantor Pelayanan Pasar telah menganggarkan dana pemindahan pedagang Sebesar Rp 35.250.000,- (Tiga Puluh Lima Juta Dua Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah), dan pada saat pemindahan yang kedua kalinya pada tanggal 14 Januari tahun 2017 Dinas Perdagangan Kota Dumai sesuai dengan Tugas Fungsi Bidang Pengelolaan Pasar menganggarkan Dana penempatan kembali Pedagang Jalan Dock Yard ke Pasar Kelakap Tujuh sebesar Rp. 22.175.500,- (Dua Puluh Dua Juta Seratus Tujuh Puluh Lima Ribu Lima Ratus Rupiah).

Selanjutnya penulis bertanya kepada narasumber Bagaimana langkah Pemerintah Kota Dumai selanjutnya dalam menertibkan pedagang yang masih berjualan di seputaran jalan M.H Thamrin (Dock Yard) pindah ke Pasar Kelakap Tujuh?

Narasumber menjawab Bahwa pada prinsipnya pedagang yang sampai saat ini masih berjualan dan penempati sepanjang Jalan M.H. Thamrin/Dock Yard secara Yuridis Formal statusnya adalah Pedagang Pasar Kelakap Tujuh sesuai dengan Surat Keputusan Walikota Dumai Nomor 360/KPP/2015 tanggal 2 Juli 2015 tentang Pembebasan Pembayaran Retribusi Pelayanan Pasar Bagi Wajib Retribusi di Pasar Kelapap Tujuh Kota Dumai. Dinas Perdagangan Kota Dumai melalui Bidang Pengelolaan Pasar setiap hari kerja tetap terus memantau, mengkoordinir dan melakukan pembinaan serta penyuluhan baik menyangkut keamanan, ketertiban maupun kebersihan dari segala aktivitas pedagang, untuk tahun 2019 Dinas

Perdagangan memprogramkan kegiatan prioritas apa yang menjadi tuntutan pedagang seperti membuka akses jalan masuk/keluar Pasar Kelakap Tujuh menjadi tiga akses yakni jalan dari Pasar tembus ke Jalan Kenari sepanjang lebih Kurang 500 M, Jalan tembus dari Pasar menuju Jalan Wan Kahar sekitar 350 M, dan jalan tembus dari Pasar Kelakap menuju Jalan Paus Ujung sepanjang 1 KM, selain masalah tiga ruas jalan tersebut Pemerintah Kota Dumai juga berupaya melakukan negosiasi agar Para Agen Ikan yang saat ini melakukan aktivitas di Pasar Bundaran Kelurahan Jaya Mukti Kecamatan Dumai Timur untuk bersedia pindah dan beraktivitas di Pasar Kelakap Tujuh, apabila hal ini dapat diwujudkan diharapkan berdasarkan masukan dan usulan dari seluruh pedagang, Pasar Kelakap Tujuh akan ramai, maju dan pedagang tidak lagi keluar meninggalkan pasar, karena menurut hemat/pandangan mereka daya tarik konsumen untuk mau berbelanja adalah adanya keberadaan Agen Ikan di pasar tersebut karena apabila agen Ikan berada disana nilai jual beli ikan murah berbeda harganya apabila sudah melalui pihak kedua atau pengecer. Tahapan-tahapan inilah yang kami upayakan agar Pasar Kelakap Tujuh menjadi Pasar yang maju, representative dan dapat memberikan kontribusi kepada Pembangunan Kota Dumai kedepannya. Kemudian selanjutnya langkah penertiban yang kami lakukan dimana Pedagang di sepanjang jalan Dock Yard akan dibentuk koordinator-koordinator yang dipilih dan diangkat oleh para Pedagang jadi mereka ini lah sebagai perpanjangan tangan dari Bidang Pelayanan Pasar apabila segala permasalahan yang timbul akibat

dari adanya aktifitas pedagang di jalan M.H. Thamrin baik berupa keamanan, ketertiban, kebersihan dan lain sebagainya.

Kemudian penulis bertanya kepada narasumber Target apa yang ingin dicapai Pemerintah Kota Dumai pasca relokasi Pasar Dock Yard Dumai?

Narasumber menjawab bahwa Pekerjaan Rumah yang cukup berat bagi Dinas Perdagangan Kota Dumai secara umum dan bagi Bidang Pengelolaan Pasar secara khusus adalah Pemandahan Pedagang Jalan Dock Yard ke Pasar Kelakap Tujuh, keberhasilan pemandahan pedagang adalah suatu tuntutan tugas bagi Pemerintah Kota Dumai sebagaimana yang telah tersirat dalam perubahan Renstra Dinas Perdagangan 2016 – 2021, keberhasilan pemandahan pedagang juga akan menjadi salah satu Barometer keberhasilan dari terlaksananya Misi ke 6 (Enam) Walikota terpilah yang terkait langsung dengan Tugas dan Fungsi Dinas Perdagangan yakni “Meningkatkan Produktivitas Sektor Jasa, Perdagangan, Industri dan Kemaritiman dalam Mendukung Perekonomian Daerah”. Berbagai upaya yang telah dikerahkan dan Puluhan Juta Rupiah dana yang telah digelontorkan serta berapa banyak puluh pikiran dan tenaga serta keringat yang telah terkuras untuk membangun sarana dan prasarana pasar dan pemandahan pedagang ke pasar Kelakap Tujuh, itu semua tidak lain adalah untuk menggapai target dari tujuan dan sasaran jangka menengah pelayanan Dinas Perdagangan Kota Dumai yang tergambar dalam table 4.1 Bab IV halaman 38 dari Revisi Rencana Strtegis Satuan Kerja Perangkat Daerah (Renstra SKPD) Dinas Perdagangan Tahun 2016 – 2021.

NO	Tujuan	Sasaran	Indikator	Target Capaian Setiap Tahun				
				2017	2018	2019	2020	2021
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Misi VI : Meningkatkan Produktifitas Sektor Jasa,Perdagangan, Industri dan Kemaritiman dalam Mendukung								
Perekonomian Daerah								
1	Meningkatnya Kontribusi sektor jasa, perdagangan sebagai unggulan dalam mendukung perekonomian daerah	Meningkatkan Nilai dan Volume Ekspor Sebagai Unggulan Sektor	Persentase Kontribusi Sektor Jasa dan Perdagangan pada PDRB	21,43%	21,44%	21,45%	21,46%	21,47%
			Ekspor Bersih Perdagangan	Rp.1.740,24 M	Rp.1.826,02 M	Rp.1.911,62 M	Rp.1.996,00 M	Rp.2.078,05 M
			Persentase Pasar Tradisional yang sesuai standar	15 %	23 %	23 %	23 %	31 %

Kemudian penulis bertanya kepada narasumber Apa harapan Pemerintah Kota Dumai kedepannya untuk perkembangan Pasar Kelakap Tujuh?

Narasumber menjawab Bahwa Kota Dumai merupakan Daerah penyangga dari Kabupaten tetangga seperti Kabupaten Siak, Kabupaten Bengkalis dan Kabupaten Rokan Hilir serta Daerah Interline atau jalur bagi wisatawan Luar Negeri yakni Warga Negara Malaysia (Melaka) menuju kawasan Wisata Sumatera Barat, dengan kondisi yang sedemikian sangatlah mungkin warga masyarakat kabupaten tetangga dan wisatawan luar negeri tersebut untuk mampir dan singgah sekaligus membelanjakan rupiah dan ringgitnya di Kota Dumai, maka untuk menarik minat wisatawan Domestik dan Manca Negara salah satunya perlulah didukung oleh sarana dan prasarana pasar yang rapi,

indah, tertib, bersih dan nyaman, maka dari itu harapan pemerintah Kota Dumai kedepannya dengan perkembangan Pasar Kelakap dapat dijadikan atau ditingkatkan bukan hanya menjadi pasar rakyat yang modern juga menjadi Pasar Grosir serta penyumbang PAD dari Sektor Retribusi Pasar sesuai dengan Perda Nomor 21 Tahun 2011 tentang Retribusi Pelayanan Pasar dan Peraturan Daerah Kota Dumai Nomor 23 Tahun 2011 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Dumai Nomor 21 Tahun 2011 tentang Retribusi Pelayanan Pasar.

b) Narasumber II

Penulis Bertanya Kepada Narasumber Kedua yaitu Bapak Anwar selaku pedagang yang berjualan di seputaran Jalan M.H Thamrin Dumai Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang kebijakan pemerintah untuk merelokasi pasar dock Dumai?

Narasumber menjawab menurut saya pemindahan kemarin sudah bagus, lokasi jualan yang besar serta gratis juga kan tidak bayar kemudian karena pasar ini illegal kan jadi pasti pemerintah akan memindahkan juga pasar ini.

Kemudian Penulis bertanya kepada Narasumber Mengapa bapak/ibu memilih untuk berjualan disini?

Narasumber menjawab karena pasar kelakap itu jauh, pembeli jarang datang jadinya omset turun gara-gara tidak ada yang beli dan lagi akses kesana payah apalagi kalo disini kami bisa jualan sampai sore karna di pinggir jalan kan, banyak orang lewat apalagi kalau sudah pulang kerja.

Selanjutnya Penulis bertanya kepada Narasumber Apa harapan bapak/ibu kedepannya?

Narasumber menjawab semoga jika memang di pindahkan juga yang perlu dilakukan pemerintah itu buat jalan motong dan sediakan transportasi kesana agar banyak pembeli kami di sana (pasar Kelakap Tujuh).

c) Narasumber III

Penulis Bertanya Kepada Narasumber Ketiga yaitu Ibu Sinta selaku pedagang yang berjualan di seputaran Jalan M.H Thamrin Dumai Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang kebijakan pemerintah untuk merelokasi pasar dock Dumai?

Narasumber menjawab bagi sebagian orang bilang bagus ada juga yang bilang tidak karna kurang pembeli disana.

Kemudian Penulis bertanya kepada Narasumber Mengapa bapak/ibu memilih untuk berjualan disini?

Narasumber Menjawab kalau disinikan orang masih ramai mondar mandir kalo di sana itu banyak pembeli yang bilang jauh dan juga banyak juga pedagang yang rumahnya jauh dari pasar kelakap itu.

Selanjutnya Penulis bertanya kepada Narasumber Apa harapan bapak/ibu kedepannya?

Narasumber Menjawab semoga pemerintah memperhatikan orang susah seperti kami ini jangan kami di pindahkan tapi pembeli jarang karna kan kalo di sana itu jauh jangkawannya pembeli pun jauh mau kesana, tentu

orang mencari yang dekat. Kemudian kalau bisa pasar itu tetap di tepi jalan aja karna banyak pembelinya.

d) Narasumber IV

Penulis Bertanya Kepada Narasumber Keempat yaitu Bapak Iwan selaku pedagang yang berjualan di seputaran Jalan M.H Thamrin Dumai Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang kebijakan pemerintah untuk merelokasi pasar dock Dumai?

Narasumber menjawab menurut saya bagus karna kan disini kita jualan di pinggir jalan jadi bikin macetkan terganggu kan orang mau pergi kerja kan orang mau jalan kan.

Kemudian Penulis bertanya kepada Narasumber Mengapa bapak/ibu memilih untuk berjualan disini?

Narasumber Menjawab Karena disana pembeli jauh kan kemudian omset turun karena transportasi susah jadi jarang yang beli.

Selanjutnya Penulis bertanya kepada Narasumber Apa harapan bapak/ibu kedepannya?

Narasumber Menjawab semoga kedepannya kami bisa bertambah rezekinya dan semoga pemerintah bisa mendengar keluh kesah kami karna apalagi kami orang susahkan semoga di bantu lah.

e) Narasumber V

Penulis Bertanya Kepada Narasumber Kelima yaitu Ibu Siti Rahayu selaku pedagang yang berjualan di seputaran Jalan M.H Thamrin Dumai Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang kebijakan pemerintah untuk merelokasi pasar dock Dumai?

Narasumber Menjawab yang pemindahan kemarin kurang bagus karna kemarin juga saya kan sudah disana jadi karna disanakan sunyi jadikan orang yang disana pindah ke sini lagi

Kemudian Penulis bertanya kepada Narasumber Mengapa bapak/ibu memilih untuk berjualan disini?

Narasumber Menjawab karna disini income nya bertambah kalo disanakan karena sunyi jadi income nya menurun mungkin karna transportasinya kurang ya apalagi angkot jarang kesana meskipun dekat terminal tapi transportasi kesananya susah.

Selanjutnya Penulis bertanya kepada Narasumber Apa harapan bapak/ibu kedepannya?

Narasumber Menjawab semoga kami bisa menjadi lebih baik lagi.

f) Narasumber VI

Penulis Bertanya Kepada Narasumber Keenam yaitu Bapak Abu Salim selaku pedagang yang berjualan di seputaran Jalan M.H Thamrin Dumai Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang kebijakan pemerintah untuk merelokasi pasar dock Dumai?

Narasumber Menjawab pemindahan kemarin kalau memang sesuai permintaan masyarakat sangat bagus artinya pemerintah memperhatikan masyarakat cuman kitalihat di sana kan jauh kemudian seperti saya ini butuh tempat yang luas jadi kalau memang di pindahkan itu sangat bagus sekali, cuman kalau mau memindahkan itu jangan pilih kasih karna kayak kemaren kayak di Gedang itu kan ga pindah tu, nah itu yang membuat itu terpisah jadi sebagian di sana sebagian di sini, tentu orang yang biasa beli di sini, ah disini aja ada ngapain kesana kan.

Kemudian Penulis bertanya kepada Narasumber Mengapa bapak/ibu memilih untuk berjualan disini?

Narasumber Menjawab karena banyak pembeli disini kemudian untuk akses kesana susah jadi pembeli malas mau kesana lagi karna di sana sunyi kan jadi omset menurun daripada disini.

Selanjutnya Penulis bertanya kepada Narasumber Apa harapan bapak/ibu kedepannya?

Narasumber menjawab Semoga pemerintah lebih memperhatikan pedagang lebih baik lagi.

4.2 Pembahasan

Hasil wawancara dari Komunikasi Pembangunan pemerintah Kota Dumai dalam penataan Ruang Publik pasca relokasi pasar Dock Dumai. Di analisis berdasarkan kategorisasi yang terdiri dari : Prosedur, Pendekatan, Media, Strategi, dan Hambatan

A. Prosedur

Dari hasil wawancara yang dilakukan prosedur dalam melakukan relokasi pasar Dock yang dilakukan pemerintah kota Dumai sudah sesuai dengan fungsi komunikasi dimana diharapkan masyarakat atau pedagang menerima dan mengerti terhadap gagasan yang disampaikan pemerintah dengan cara bernegosiasi kepada masyarakat dan pedagang dalam rangka mendapat dukungan atas kebijakan relokasi pasar Dock tersebut.

Kemudian dalam prosedur pelaksanaan relokasi pasar Dock pemerintah juga gencar melakukan interaksi melalui rapat intens dengan masyarakat, pemuka adat, perwakilan pedagang, pihak kecamatan dan keseluruhan serta Aparat keamanan.

B. Pendekatan

Dari hasil wawancara penulis pemerintah Kota Dumai melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan melakukan rapat intens. bernegosiasi langsung serta melakukan komunikasi tertulis dengan melampirkan surat-surat resmi terkait masalah relokasi pasar Dock Dumai.

Kemudian dari hasil observasi yang dilakukan penulis pemerintah Kota Dumai melalui Dinas Perdagangan juga melakukan pendekatan dengan cara terjun langsung kelapangan menemui para pedagang dan berkomunikasi langsung guna menasehati para pedagang untuk tidak berjualan di luar daerah teritori yang telah diberikan oleh pihak PT. Patra Niaga serta juga mendengarkan langsung keluhan para pedagang guna mencari solusi agar para pedagang mau pindah ke pasar kelapang tujuh.

C. Hambatan

Komunikasi pembangunan dalam arti sempit merupakan upaya dan cara serta teknik penyampaian gagasan dan keterampilan pembangunan yang disampaikan oleh pihak yang memprakarsai pembangunan yaitu Pemerintah Kota Dumai yang di tuju pada masyarakat luas agar masyarakat memahami, menerima dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan yang di sampaikan pemerintah Kota Dumai.

Dalam hal ini *Miss Comunication*/Mis komunikasi bukanlah faktor yang menjadi masalah dalam proses Relokasi tersebut melainkan adanya faktor lain yang memnyebabkan masyarakat tidak mau untuk berpartisipasi dalam gagasan yang di sampaikan pemerintah kota Dumai yaitu proses Relokasi Pasar Dock Dumai adapun faktor tersebut adalah :

- 1) Tidak adanya embrio pasar/pedagang saat pertamakali pasar kelakap tujuh dibangun.
- 2) Letak pasar yang tidak strategis.
- 3) Jauh dari pemukiman masyarakat.
- 4) Letak nya tidak di pinggir jalan umum.
- 5) Tidak adanya akses/trek/jalur transportasi umum (angkot) dari dan menuju pasar kelakap tujuh.
- 6) Adanya pasar tandingan atau lebih dikenal oleh masyarakat Kota Dumai dengan nama Pasar Gedang.
- 7) adanya pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab menghasut dan memprovokasi para pedagang untuk tidak ikut pindah ke pasar kelakap tujuh dan bergabung dengan pedagang pasar tandingan.

D. Strategi

Dalam proses penertiban pedagang yang kembali berjualan di seputaran ruas Jalan M.H Thamrin pemerintah melakukan pembenahan sesuai dengan keluhan yang di utarakan oleh pedagang yaitu sulitnya akses tercepat menuju Pasar Kelakap tujuh yaitu membuka akses jalan masuk/keluar pasar kelakap tujuh menjadi tiga akses.

Kemudian melakukan negosiasi kepada Agen Agen ikan yang melakukan aktivitas di pasar bundaran kelurahan Jaya Mukti Kecamatan Dumai Timur untuk bersedia berjualan di pasar kelakap tujuh Agar para konsumen tertarik berbelanja ke pasar kelakap tujuh menurut usulan dari pedagang kepada Dinas Perdagangan Kota Dumai.

Serta langkah penertiban yang dilakukan pemerintah kota Dumai adalah dengan membentuk Koordinator-Koordinator yang di pilih dan diangkat oleh pedagang itu sendiri untuk menjadi perpanjangan tangan dari bidang pelayanan pasar apabila ada permasalahan yang timbul akibat dari adanya aktifitas pedagang baik berupa keamanan, ketertiban, kebersihan dan lain sebagainya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan di atas mengenai Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kota Dumai dalam Penataan Ruang Publik Pasca Relokasi Pasar Dock Dumai maka penulis dapat mengambil kesimpulan Bahwa

1. Komunikasi memiliki peran penting dalam proses pembangunan dan penataan ruang publik, tanpa adanya komunikasi Pembangunan tidak akan berjalan dengan baik.
2. Kebijakan sebagus apapun pasti ada yang pro dan yang kontra
3. Komunikasi Pembangunan yang di lakukan pemerintah kota Dumai sudah baik.
4. Mis komunikasi bukan menjadi faktor pengambatan dalam proses relokasi pasar Dock Dumai ini.
5. Dalam proses sosialisasi kebijakan relokasi tersebut seluruh lapisan masyarakat ikut sarta guna mengambil keputusan bersama.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah di sebutkan di atas, maka Saran yang dapat disampaikan kepada Pemerintah Kota Dumai melalui Dinas Perdagangan terkait Relokasi Pasar Dock ini adalah

1. Dinas Perindustrian dan Perdagangan kota Dumai harus tetap membangun komunikasi yang baik kepada seluruh lapisan masyarakat yang berkaitan langsung dengan proses Relokasi Pasar Dock tersebut.

2. Agar dalam membuat kebijakan pemerintah harus lebih mengutamakan kemaslahatan masyarakat.
3. Pemerintah Kota Dumai melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan harus cepat mencari solusi agar pedagang mau berjualan di tempat yang sudah di sediakan agar penataan ruang publik di kota dumai berjalan dengan baik, serta kota Dumai menjadi bersih, asri, dan elok di pandang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bratakusumah, Deddy Supriady & Riyadi. 2005. *Perencanaan Pembangunan Daerah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Cangara, Hafied. 1998, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Carmona. dkk. 2003. *Public Space Urban Space : The Didimension of Urban Design*. London: Architectural Press
- Carmona, et al. 2008. *Public space : the management dimension*. New York : Routledge, Taylor & Francis group.
- Darmawan, E, 2009. *Ruang Publik dalam Arsitektur Kota*, Semarang : UNDIP.
- Dilla, Sumadi. 2007 *Komunikasi Pembangunan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong, 2006. *Ilmu Komunikasi ; Teori dan Praktek*. Bandung ; Penerbit Remaja Rosda Karya.
- Ghony, D. dan Almanshur. F. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar- Ruzz Media.

- Harun, Rochajat dan Elvinaro Ardianto. 2011. *Komunikasi Pembangunan Dan Perubahan Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Bandung : Graha Ilmu.
- Jamaludin, Adon. 2016. *Sosiologi Pembangunan*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Moeleong, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Remaja Karya.
- Mulyana, Deddy. 2015. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nanang, Martono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori & Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasution, Zulkarnaen. 2002, *Komunikasi Pembangunan : Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta. Penerbit : PT. Raja Grafindo Persada.
- Nasution, Zulkarimen. 2007. *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, Garin. 2005. *Republik Tanpa Ruang Publik*. Yogyakarta : IRE Pess.
- Nugroho, Iwan dan Dahuri. 2004. *Pembangunan Wilaya, Persektif Ekonomi, social dan Lingkungan*. Jakarta : Penerbit Pustaka Lp3es
- Nurrudin, 2017. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers

- Riyadi, Deddy Supriyadi. 2005. *Perencanaan Pembangunan Daerah*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rosady, 2002. *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsepsi, dan aplikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Siagian, Sondang, 1994. *Organisasi, Kepemimpinan, Prilaku Administrasi* . Jakarta : Penerbit CV. Haji Mas Agung.
- Tikson, Deddy, 2005. *Keterbelakangan dan Ketergantungan, Teori Pembangunan di Indonesia, Malaysia dan Thailand.*, Makassar. Penerbit : Ininnawa
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta CV.
- Tarigan, Robinson. 2005. *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta : Bumi Aksara
- Tjokrowinoto, Moeljarto. 2004. *Pembangunan Dilema dan Tantangan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Wahid, A.M. Yunus. 2014. *Pengantar Hukum Tata Ruang*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Internet :

<https://2011perikananb.wordpress.com/2014/03/25/kelompok-2-model-strategi-dan-proses-komunikasi/>

<https://mohanfelani.wordpress.com/2010/12/10/strategi-komunikasi/>

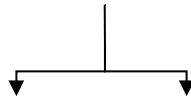
<https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-pasar.html>

<http://www.radarplanologi.com/2015/10/teori-keruangan-definisi-dan-fungsi.html>.

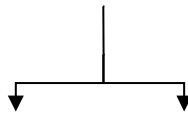
LAMPIRAN



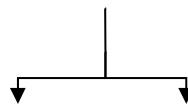
Gambar pasar dock Sebelum relokasi



Gambar pasca pemindahan pertama



Gambar pasca pemindahan kedua



Pasar Dock Saat ini



Wawancara dengan kepala bidang pengelolaan pasar Dinas Perdagangan Kota Dumai



Tinjau Lapangan Pasar Kelakap Tujuh Dumai



Tinjau Lapangan Pasar Kelakap Tujuh Dumai



Tinjau Lapangan Pasar Kelakap Tujuh Dumai



Tinjau Lapangan Pasar Dock Tujuh Dumai



Wawancara Dengan Pedagang Bapak abu salim



Wawancara Dengan Pedagang Bapak Anwar



Wawancara Dengan Pedagang Ibu Siti Rahayu



Wawancara Dengan Pedagang Bapak Iwan



Wawancara Dengan Pedagang Ibu Sinta

Pedowan Wawancara

- 1) Apa yang menjadi latar belakang untuk melakukan relokasi Pasar Dock Kota Dumai.
- 2) Prosedur apa saja yang harus dilakukan pemerintah dalam proses relokasi Pasar Dock Yard Dumai.
- 3) Komunikasi seperti apa yang dilakukan Pemerintah Kota Dumai dalam mensosialisasikan kebijakan relokasi Pasar Dock Yard Kota Dumai kepada para pedagang.
- 4) Apa saja kendala Pemerintah Kota Dumai dalam melakukan relokasi Pasar Dock Dumai.
- 5) Adakah keluhan dari pedagang terhadap kebijakan tersebut.
- 6) Adakah keluhan dari konsumen Pasar Kelakap Tujuh.
- 7) Berapa Anggaran yang dikeluarkan Pemerintah Kota Dumai untuk melaksanakan Proses Relokasi Pasar Dock Dumai.
- 8) Bagaimana langkah Pemerintah Kota Dumai selanjutnya dalam menertibkan pedagang yang masih berjualan di seputaran jalan M.H Thamrin (Dock Yard) pindah ke Pasar Kelakap Tujuh.
- 9) Target apa yang ingin dicapai Pemerintah Kota Dumai pasca relokasi Pasar Dock Yard Dumai.
- 10) Apa harapan Pemerintah Kota Dumai kedepannya untuk perkembangan Pasar Kelakap Tujuh.

Pedagang

- 1) Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang kebijakan pemerintah untuk merelokasi pasar dock Dumai.
- 2) Mengapa bapak/ibu memilih untuk berjualan disini.
- 3) Apa harapan bapak/ibu kedepannya.



Unggul, Cerdas & Terpercaya
menjawab surat ini agar disebutkan
or dan tanggalnya

152.11

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-1

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 18 Desember 2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Amri Nuar Ramadhan
N.P.M : 1503110131
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 123 sks, IP Kumulatif 3,92

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diajukan	Persetujuan
1	Komunikasi Pembangunan Pemerintahan Kota Dumai dalam Perataan Ruang Publik (Analisis Deskriptif Kualitatif Pasca Petokasi Pasar Pock Dumai).	Van 28-12-2018
2	Strategi Pengembangan Employee Relations Dalam Upaya meningkatkan motivasi kerja karyawan Pemerintahan Kota Dumai	
3	media Relations di instansi pemerintahan (studi Deskrip tif Kualitatif Aktuilizer media Relations Humas Pemerintahan Kota Dumai).	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

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

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

Pemohon,

Medan, tgl.20....

Ketua,

Amri Nuar Ramadhan
PB: Tenerman



Agak Cerdas & Terpercaya
apabila surat ini agar disebutkan
pada tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 11.152/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL.3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal : 28 Desember 2018 dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **AZMI NUARI RAMADHAN**
N P M : 1503110131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PEMERINTAH KOTA DUMAI
DALAM PENATAAN RUANG PUBLIK (ANALISIS DESKRIPTIF
KUALITATIF PASCA RELOKASI PASAR DOCK DUMAI)**

Pembimbing : TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom., H.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL.3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal : 28 Desember 2019.

Ditetapkan di Medan,
Medan, 21 Rabiul Akhir 1440 H
29 Desember 2018 M

Dekan



Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.



Unggul, Cerdas & Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 3 - Januari 2019.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Azmi Muari Ramadhan
N P M : 150311013
Jurusan : Ilmu Komunikasi (Humas)

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 975.../SK/II.3/UMSU-03/F/20.19.. tanggal 15 Rebul Awal 1440 H/ 23 Desember 2018 dengan judul sebagai berikut :

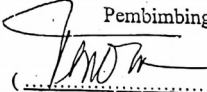
Komunikasi, Pemberitaan Pemerintah Kota Dumai Dalam Peraturan Ruang Publik
(Analisis Resepsi Kualitatif Pasca Penetapan Besar DKK Dumai).

Bersama permohonan ini saya lampirkan :


1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM 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 Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukan ke dalam MAP.

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

Menyetujui :
Pembimbing


(Tengman, S.Sos., M.Kom., H.)

Pemohon,


(Azmi Muari Ramadhan...)

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
Nomor : 011/UND/II.3-AU/UMSU-03/17ZUL19

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 08 Januari 2019
Waktu : 14.00 s.d. Selesai
Tempat : Ruang 208-C FISIP UMSU
Penyimpn Seminar : Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENGLUJ	PEMIMPING	JUDUL SKRIPSI
1	NOVIA RAHMAH	1503110024	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom. ✓	VIDEOGRAM SEBAGAI MEDIA LIFESTYLE HEDONISME (Studi Deskriptif Kualitatif Pengguna Instagram Sebagai Media Untuk Menunjukkan Lifestyle "Hedonisme" pada Masyarakat Gugur Darat II Medan)
2	IVANDA MAJUDIYAH	1503110018	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom. ✓	OPINI MASYARAKAT TERKAIT PEMANFAATAN SPOT FOTO MERCI BARNI
3	RIZKY SYAHPUTRI TANJUNG	1503110170	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom. ✓	MOTIVASI DAN PERILAKU PENGEMAR MUSIK KOREAN POP DI MEDAN
4	ANNISA MAJLAIKA	1503110019	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom. ✓	KOMPETENSI PRESENTER BERITA TV LOKAL DI MEDAN (Studi Kasus Kompas TV Medan)
5	AZMI NUARI RAMADHAN	1503110131	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom., H. ✓	KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PEMERINTAH KOTA DUMAI DALAM PENATAAN RUANG PUBLIK (ANALISIS DESKRIPTIIF KUALITATIF PASCA RELOKASI PASAR DOCK DUMAI)

Medan, 28 Rabul Akhir 1440 H
05 Januari 2019 M





UMSU

Agad | Cendasi | Terpercaya

Surat ini agar disebutkan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

Nomor : 299/KET/IL3-AU/UMSU-03/F/2019
Lampiran : -
Hal : *Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa*

Medan, 16 Jumadil Akhir 1440 H
21 Februari 2019 M

Kepada Yth : **Walikota Kota Dumai**
di-
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
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 penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : **AZMI NUARI RAMADHAN**
N P M : 1503110131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PEMERINTAH KOTA DUMAI
DALAM PENATAAN RUANG PUBLIK (ANALISIS DESKRIPTIF
KUALITATIF PASCA RELOKASI PASAR DOCK DUMAI)**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Delan



Dr. ARLEIN SALEH, S.Sos., MSP.



PEMERINTAH KOTA DUMAI
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK KOTA DUMAI

Jalan Tuanku Tambusai - Bagan Besar Telepon/Faximile : (0765) 4300035, 4300037
E-mail : kesbangpoldumai@gmail.com
DUMAI

REKOMENDASI

Nomor : 134.071/III/2019/69
Tentang

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Dumai, setelah membaca surat Rekomendasi dari Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor :299/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2019 Tanggal 21 Februari 2019.

Dengan ini memberikan Rekomendasi yang dimaksud kepada :

Nama : **AZMI NUARI RAMADHAN**
Nomor Mahasiswa : 1503110131
Program Study : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Puskesmas, Bumi Ayu, Dumai - Riau
Hp. 0812-7654-360

Untuk melakukan penelitian/pengumpulan data pada Dinas Perdagangan Kota Dumai, Bagian Hukum Kantor Walikota Dumai, Bappeda Kota Dumai, Dinas PUPR Kota Dumai, Patra Niaga, DISDUKAPIL Kota Dumai guna dijadikan pengumpulan data untuk Bahan Skripsi dengan Judul:

**" KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PEMERINTAH KOTA DUMAI DALAM PENATAAN
RUANG PUBLIK (ANALISIS DESKRIPTIF KUALITATIF PASCA RELOKASI PASAR DOCK
DUMAI. "**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungannya dengan kegiatan penelitian dan pengumpulan data ini.
2. Menjaga Tata Tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku di daerah setempat. Pelaksanaan penelitian dan pengambilan data ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal 11 Maret s/d 11 Juni 2019.
3. Setelah selesai penelitian agar menyampaikan hasilnya kepada kami sebanyak 1 (satu) exemplar.

Demikian surat Rekomendasi ini diberikan, agar digunakan sebagai mana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kegiatan Penelitian ini, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Dikeluarkan di Dumai
Pada 11 Maret 2019

A.n. KEPALA
Kasi Kesbang & Hanbang



Tembusan, disampaikan kepada Yth :

1. Walikota Dumai.
2. Ka. Dinas Perdagangan Kota Dumai .
3. Kepala Bagian Hukum Kantor Walikota Dumai.
4. Kepala BAPPEDA Kota Dumai



Agar Cerdas & Terpercaya
 Perhatikan surat ini agar disebutkan
 dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Azmi Nuri Ramadhan
 NPM : 1503110131
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Judul Skripsi : Komunikasi Pembangunan Persepsi Filsafat Dama di Dalam Persepsi Ruang Publik (Desain Filsafat Kualitatif PUSCA Persepsi Ruang Dama)

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	01-01-2019	Bimbingan Bab I & II	
2	01-01-2019	Bimbingan Bab III	
3	02-01-2019	Acc Seminar Proposal	
4	19-02-2019	Bimbingan DRAFT wawancara	
5	20-02-2019	Acc Draft wawancara	
6	24-04-2019	Bimbingan Skripsi	
7	17-05-2019	Acc Skripsi Bab I & III	
8	23-05-2019	Acc Skripsi Bab IV & V	

Medan, 23 Mei 2019

Dekan,

 (Anan Satri, S.Sos, M.P.)

Ketua Program Studi,

 (Nurhasanah Nasution S.Sos M.Kom)

Pembimbing ke : I.

 (Tanjung, S.Sos, M.I, Kom)



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 657/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 30 Agustus 2019
Waktu : 08.00 Wtb s.d. selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PEMBIMBING	
6	AZMI NUARI RAMADHAN	1503110131	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	TENERMAH, S.Sos, M.I.Kom	KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA DIWAJALAN PERALTAHAN RUANG PUBLIK (ANALISIS DEKRIPTEF KUALITATIF PASCA RELOKASI PASAR DOCK DUNIA)
7	DIAN ADI MULYA DAULAY	1403110235	Dr. YANI HENDRA, M.Si.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	ETIKA FOTO JURNALISTIK DALAM RUANG DAN GAMBAR DI HARIAN TRIBUN MEDAN (ANALISIS DEKRIPTEF FOTO HEAD LINE DI HARIAN TRIBUN MEDAN)
8	PAJUY WAKRUDI	1303110145	HURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	JUNADI, S.Pd, M.Si	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom	DAYA TARIK PEMBALAP MOTO GP VALENTINO ROSSY DALAM IKLAN YAMAHA ALL NEW R-15 UNTUK MENINGKATKAN DAYA PENJUALAN
9	WAFEDJALIA PUTRI	1503110229	HURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	TENERMAH, S.Sos, M.I.Kom	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP	STRATEGI HUMAS DALAM KEGIATAN CSR DI BIDANG SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT SEKITAR PERUSAHAAN PT. PERTAMINA (PERSERO) MEDAN
10	SUMANDA FITRA RIZZY	1503110152	Dr. ARIFIN SALEH, MSP	CORRY NOVIRICA SILAKA, S.Sos, MA	JUNADI, S.Pd, M.Si	KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI FILM 'KETIKA HATI INGIN HIRUP' DI CHANNEL YOUTUBE

Hopdis Sidang:

1.

Ditandatangani oleh:

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

Medan, 28 Desember 1440 H
27 Agustus 2019 M

Panitia Ujian

Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

