

BAB I

A. Latar Belakang

Kontra di dalam masyarakat tentang fungsi Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP), menjadi topik yang hangat untuk dibicarakan, banyak yang menginginkan satuan ini untuk di bubarkan, satpol PP di nilai melakukan tindakan-tindakan yang tidak bekemanusiaan dan tidak memihak kepada rakyat kecil khususnya, yang seharusnya melayani masyarakat, memang tidak ada larangan bagi satpol PP untuk melakukan tindakan yang represif terhadap masa. Namun, alangkah lebih baik jika melakukan dialog untuk mencari alternatif dalam penyelesaian masalah agar mengurangi terjadinya bentrokan atau hal-hal yang tidak diinginkan lainnya.

Sebagai contoh bentrokan berdarah antara Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dan warga Koja, Jakarta Utara yang disebabkan sengketa lahan makam Mbah Priok seharusnya tidak terjadi. Keberadaan Satpol PP telah diatur dalam UU No.32/2004 tentang Pemerintahan Daerah, pada pasal 148 dan 149 yang fungsinya untuk mewujudkan ketertiban dan ketenteraman serta menegakkan Perda.

Sangat jauh berbeda ketika melihat apa yang dilakukan oleh Satpol PP kota Surakarta, relokasi-relokasi pedagang kaki lima ataupun pemugaran-pemugaran pasar tradisional, berjalan dengan baik dan tanpa konflik yang berarti, Ir Joko Widodo, adalah salah satu aktor dibalik kesuksesan tersebut, Ir Joko Widodo adalah walikota Surakarta, beliau lebih mengedepankan proses negosiasi untuk mencapai tujuannya.

Mengangkut gerobak dan membongkar lapak pedagang kaki lima (PKL) adalah pilihan terakhir yang ditempuh Satpol PP Surakarta. Bernegosiasi merupakan

harga mati dan tidak bisa ditawar. Tak heran saat penataan PKL, Satpol PP sering dipercayakan memimpin proses negosiasi dengan PKL.

Seiring dengan kemajuan pembangunan di Kota Surakarta, Pemkot Surakarta memulai dengan pemugaran-pemugaran pasar-pasar tradisional, agar terlihat lebih bersih dan enak di pandang, selain itu dengan di bangunya pasar-pasar tradisional agar lebih menarik pengunjung atau pembeli, yang tadinya enggan ke pasar dikarenakan kotor dan tidak sehat. Kini tidak ada alasan lagi bagi masyarakat untuk tidak berbelanja ke pasar tradisional.

Pembangunan pasar juga bertujuan untuk mengembangkan perekonomian masyarakat lapisan bawah, agar tidak tergerus oleh pasar-pasar swalayan atau pasar *modern*. Perekonomian adalah tahap selanjutnya dalam pengembangan kota Surakarta, terutama pengembangan perekonomian masyarakat menengah ke bawah.

Pemerintah kota merasa sangat perlu memperhatikan pasar tradisional yang telah menyumbang pendapatan asli daerah yang cukup besar. Lebih dari Rp 14 miliar setahun.

Sehingga pada tahun 2008 akhir, Pemkot Surakarta mulai membangun *pasar gading* setelah sebelumnya berhasil merenovasi banyak pasar tradisional di Kota Surakarta. Pasar gading merupakan konsep pasar percontohan bersih dan higienis, konsepnya meniru dari pasar tradisional di Sigapura. Sebelum pasar ini dibangun, pasar gading terlihat sangat kumuh dan mengganggu pemandangan mata, apalagi letaknya yang berdekatan dengan Kraton Kasunannan, yang di khawatirkan dapat merusak dari keindahan kraton tersebut.

Proses pembangunan pasar gading melalui 3 tahapan proses. disinilah peran dari strategi komunikasi pembangunan Pemkot Surakarta dan perangkatnya termasuk Satpol PP di uji. *Pertama*, melakukan pendekatan untuk merelokasi sementara pedagang pasar gading ke alun-alun selatan, selama proses pembangunan berlangsung, *kedua*, adalah pembangunan pasar yang tadinya kumuh menjadi pasar yang bersih dan sehat, yang *ketiga*, melakukan proses penyeleksian ulang untuk memasukan pedagang yang layak mendapatkan kios atau yang di dalam area pasar, mengingat pasar ini akan menjadi pasar percontohan.

Dinas Pengelola Pasar (DPP) Kota Surakarta melakukan pembinaan dan penertiban kepada para pedagang Pasar Gading yang dagangannya dinilai melampaui batas los dan kiosnya. Hal ini dilakukan lantaran pasar tersebut menjadi wakil Kota Surakarta dalam lomba pasar se-Jawa Tengah. Sekitar 225 pedagang *oprokan*, 172 pedagang kios dan 98 los dirapikan oleh pihak DPP.

“Pasar Gading terpilih mewakili Surakarta karena mendekati persyaratan yang telah ditetapkan. Pasar Gading adalah wujud pasar tradisional yang bersih, aman, sehat, dan nyaman. Itulah yang menjadi alasan kenapa PEMKOT memilih Pasar Gading menjadi wakil Solo dalam lomba pasar se-Jawa Tengah. Pemerintah Kota Surakarta akan menjadikan Pasar Gading sebagai proyek percontohan pasar yang higienis. Pasar itu sedang direnovasi dengan biaya Rp 7,071,928,000.00” (Sumber: Dinas Pengolahan dan Penataan Pasar Gading, Data diolah, 2010)

Namun di balik kesuksesan Pemerintah Kota (Pemkot) Surakarta dengan segala kebijakannya, terutama di sektor relokasi dan peremajaan pasar, terdapat pedagang yang masih mengeluhkan dengan bangunan pasar gading yang baru, banyak dari pedagang pasar gading khususnya tidak mau menempati bangunan di lantai dua. Mereka beralasan bahwa bangunan di lantai dua tidak seramai di lantai satu dan pembeli umumnya malas untuk naik ke lantai atas.

Dari beberapa penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa suatu kebijakan sebaik apapun, pasti akan terdapat pro dan kontra di dalam kebijakan, di sinilah peran dari strategi komunikasi dan komunikasi pembangunan, untuk mengurangi dampak pro dan kontra tersebut, untuk itu penulis ingin mengetahui bagaimana cara Pemerintah Kota (Pemkot) Surakarta menerapkan strategi komunikasi pembangunan dalam kasus Pra dan Pasca relokasi pasar gading.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana strategi komunikasi pembangunan yang diterapkan Pemkot Surakarta pada Pra & Pasca Relokasi Pasar Gading ?”.

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

Untuk mendeskripsikan, mempelajari, dan memahami strategi komunikasi pembangunan yang diterapkan oleh PEMKOT Surakarta pada program pra & pasca relokasi.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut;

1. Praktis; Dari penelitian ini menjadi pertimbangan langsung oleh masyarakat, pedagang Pasar Gading dan Pemkot Surakarta dalam penataan Pasar Gading.
2. Akademis; Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan dalam keilmuan kajian komunikasi pembangunan.