

BAB III

STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA SOLO

DALAM PEMINDAHAN PEDAGANG KAKI LIMA

Kota Solo yang terletak di tengah pulau Jawa merupakan contoh dari konsep pembangunan yang melibatkan masyarakat dan memanusiakan rakyat di daerahnya. Jika dilihat dari kondisi pembangunan, kota Solo tidak hanya memberikan ruang untuk kepentingan investasi namun juga mewadahi hak-hak sosial dan lingkungan secara terpadu. Taman yang dahulu menjadi tempat yang rawan penuh prostitusi bisa disulap menjadi ruang bagi pedagang kaki lima dan taman terbuka yang hijau.

Solo memang berubah pernyataan itu tidak sekedar ungkapan belaka. Faktanya, kota Solo memang menyediakan ruang bagi aktivitas ekonomi warganya. Pembangunan Solo berpihak pada ekonomi rakyat. Pelaku ekonomi lokal dilindungi dari gilasan investor bermodal besar. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah pasar rakyat yang sampai saat ini telah mencapai kurang lebih 15 titik di kota Solo. Kota yang memiliki jargon “*The Spirit of Java*” ini mendahulukan visi pengembangan ekonomi lokal guna menciptakan kesejahteraan bagi warganya.

Solo mengalami perubahan yang pesat. Langkah-langkah yang dilakukan Walikota Solo, Joko Widodo cukup progresif untuk ukuran kota-kota di Jawa. Jokowi

mampu merelokasi pedagang barang bekas di Monumen Banjarsari untuk merevitalisasi fungsi lahan hijau terbuka hampir tanpa gejolak. Jokowi memberi syarat pada investor agar mau memikirkan kepentingan publik dan tak segan menolak investor yang tidak setuju dengan prinsip kepemimpinannya.

Walikota dan Wakil Walikota Jokowi-Rudy, juga melakukan komunikasi langsung secara rutin dan terbuka dengan masyarakat. Selain menata fisik bangunan pasar tradisional, juga mengubah pola pelayanan dan perilaku pedagang sehingga harga kebutuhan pokok di pasar tradisional lebih murah dibandingkan dengan supermarket.

Keberhasilan ini bisa berasal dari inisiatif satu orang, namun dalam pelaksanaannya melibatkan semua sektor baik itu Pemkot, Legislatif, Muspida dan masyarakat Solo, sehingga mewujudkan dalam kebersamaan dan dapat dirasakan oleh seluruh anggota masyarakat Solo.

3.1. Perencanaan Komunikasi

Walikota Jokowi, merupakan pemimpin yang menekankan pada suatu perubahan. Saat pertama kali menjabat banyak hal yang dirubah di kota Solo, salah satunya adalah kemampuan Jokowi saat mampu memindahkan para pedagang kaki lima di Monumen Banjarsari ke tempat barunya yang dikenal dengan nama Pasar Klithikan Notoharjo, Semanggi dengan cara yang manusiawi tanpa menimbulkan

perlawanan oleh para pedagang tersebut, bahkan ada spanduk yang menyatakan kesediaan berpindah. Cara yang dilakukan oleh Jokowi melalui pendekatan kemanusiaan dan persuasif, dua pendekatan yang sejalan, disamping pendekatan-pendekatan lain yang tetap bisa diterima, sehingga tidak menimbulkan protes. Dalam perencanaan relokasi ini Jokowi tidak membuat rencana tertentu. Dia hanya berkunjung, mengundang makan, dan mendengarkan keinginan para PKL. Jokowi mengistilahkan proposal yang dibuatnya adalah proposal lapangan, bukan proposal yang dibuat diatas meja, jadi benar-benar sesuai keinginan para PKL.

Pedagang kaki lima bukan momok, itulah pegangan Jokowi ketika menata 5.817 pedagang kaki lima atau PKL di kota Solo. Bagi Jokowi PKL adalah potensi yang tidak perlu disingkirkan bahkan bisa membantu meningkatkan PAD. Maka, jika di kota-kota lain PKL dikejar-kejar dan menjadi objek pengusuran Satuan Polisi Pamong Praja, di Solo yang terjadi sebaliknya. Sebelum direlokasi para pedagang diajak berdialog, Walikota Jokowi dan Wakil Walikota FX Hadi Rudyatmo tak hanya satu-dua kali berdialog, tapi sampai puluhan kali bertemu para PKL.

Pendekatan komunikasi terhadap PKL di kawasan Monumen'45 Banjarsari, perlu proses dialog yang panjang, hingga 54 kali pertemuan selama kurang lebih 7 bulan, sebelum para pedagang barang bekas ini bersedia direlokasi. Kata Jokowi, tugas pemerintah memberi ruang kepada pedagang kecil untuk maju, bukan mengusur mereka. "Pemimpin yang baik adalah yang mengikuti keinginan orang yang dipimpinya," katanya.

Pendekatan komunikasi yang dilakukannya menggunakan model dialogis dengan tatap muka yang mengusung misi *nguwongke wong cilik* atau dalam bahasa Indonesia artinya memberi martabat pada orang kecil. “*Diuwongke*”, atau dimanusiakan, diperlakukan sebagai manusia terhormat, walau hanya pedagang kaki lima, walau dianggap biang keruwetan dan kesemrawutan. *Diuwongke*, dan dipermudah cara mencari makan.

Jokowi memilih pendekatan lewat dialog. “Pendekatan budaya”, ia mengistilahkan. Dialog ini dilakukan secara langsung kepada perwakilan PKL yang terdiri dari kelompok-kelompok atau paguyuban berdasarkan jenis dagangan atau lokasi berdagang, dan bahkan pendekatan secara personal kepada individu-individu anggota kelompok tadi yang termasuk sulit didekati. Khusus kepada individu yang sulit ini Jokowi bersedia melakukan pendekatan yang lebih serius lagi yang dia sebut intervensi sosial.

Tabel 1: Pengaruh Komunikator dalam Komunikasi

Faktor Komunikasi	Pengaruh			Keterangan
	Sikap	Pendapat	Perilaku	
<i>Source attractiveness</i> (daya tarik sumber)	√	√	√	Ada kesamaan antara komunikator dan komunikan dengan <i>diuwongke</i>

<i>Source credibility</i> (kredibilitas sumber)	√	√	√	Menganggap pkl sebagai asset
--	---	---	---	------------------------------

Sumber : Olahan Peneliti

3.2. Pelaksanaan Komunikasi

Pada awal pemerintahannya tahun 2005, Joko Widodo yang baru dilantik menjadi Walikota Solo, membentuk tim kecil untuk mensurvey keinginan warga kota. Hasilnya, kebanyakan orang Solo ingin pedagang kaki lima yang memenuhi jalan dan taman di pusat kota disingkirkan. Dia tidak ingin memakai cara-cara represif dengan menempuh cara gampang seperti memanggil Satpol PP, agar mengusir pedagang pergi. “Dagangan itu hidup mereka. Bukan cuma perut sendiri, tapi juga keluarga, anak-anak,” katanya.

Tabel 2 : Pengaruh Bentuk Komunikasi Persuasif

Bentuk persuasi	Perubahan terhadap komunikan			Keterangan
	<i>To secure understanding</i> (sikap)	<i>To establish acceptance</i> (pendapat)	<i>To motivate action</i> (perilaku)	
Pendekatan budaya <i>nguwongke</i>	√	√	√	Dilaksanakan spontan di lapangan

Pendekatan kelompok	√	√	√	Dilaksanakan dengan undangan makan
Pendekatan personal	√	√	√	Dilaksanakan dengan undangan makan dan pertemuan empat mata
Intervensi sosial	√	√	√	Pertemuan empat mata

Sumber : Olahan Peneliti

Awalnya rencana relokasi sempat mendapat penolakan keras dari para PKL, tapi Jokowi tidak mundur. Para pedagang kaki lima mengancam akan membakar kantor walikota kalau digusur. Di Solo, ancaman bakar bukan omong kosong. Sejak dibangun kantor walikota sudah dua kali, yaitu tahun 1998 dan 1999, dihanguskan massa.

Kemudian muncul ide untuk meluluhkan hati para pedagang, mereka harus diajak makan bersama. Latar belakang sebagai pengusaha membuat cara pandang dia terhadap pedagang berbeda. Dalam bisnis, jamuan makan yang sukses biasanya berakhir dengan kontrak yang bagus. Sebagai seorang eksportir mebel selama 18 tahun, Jokowi mengetahui betul kemampuan "*lobi meja makan*".

Di samping itu untuk mengetahui langsung problem pada masyarakat, Jokowi, Rudy, dan para kepala dinas setiap Jumat pagi, dua minggu sekali bersepeda keliling

kampung, *mider praja* dalam bahasa Jawa. Jokowi bahkan tidak segan berkunjung langsung ke rumah atau lapak PKL, yang dia istilahkan sebagai intervensi sosial.

Tetapi menurut Jokowi, proses itu tidaklah gampang. Jokowi harus menjalin komunikasi dan negosiasi berbulan-bulan dengan perwakilan pedagang kaki lima tersebut, sehingga akhirnya mereka mau pindah ke lokasi yang baru, tanpa ada protes.

Pada saat rencana disusun, target pertama adalah pedagang kaki lima di daerah Banjarsari, yaitu kawasan elit dan bersejarah di Solo. Di sana saat itu ada 989 pedagang yang bergabung dalam 11 paguyuban. Para koordinator paguyuban diajak makan siang di Loji Gandrung, rumah dinas walikota. Ketika tahu hendak dipindahkan, para PKL datang membawa pengurus lembaga swadaya masyarakat. Jokowi menahan diri. Seusai makan, dia mempersilahkan mereka pulang. Para pedagang kecele. “Enggak ada dialog pak?” tanya mereka. “Enggak. Cuma makan siang kok,” jawab Jokowi.

Tiga hari kemudian, mereka kembali diundang. Dan lagi-lagi cuma SMP-sudah makan pulang. “Setelah makan, ya saya suruh pulang lagi,” kata Jokowi. Selain itu tempat untuk dialog ini juga bisa dimana saja, mulai dari warung kecil, sebutannya *hik* atau *wedangan* di kota Solo, pinggir jalan, lokasi PKL Banjarsari, balaikota, hingga di Loji Gandrung rumah dinas walikota.

Ketika komunikasi sudah terjalin, konsep penataan PKL disusun Pemerintah Kota Solo dan disosialisasikan kepada para PKL. Proses berlanjut dengan perencanaan pembangunan, pelaksanaan, baru relokasi.

Pada saat jamuan ke-54 yang saat itu dihadiri semua PKL yang hendak dipindahkan, barulah Jokowi yakin PKL siap direlokasi. Jokowi menyampaikan niatnya. “Bapak-bapak hendak saya pindahkan,” katanya. Dan tak ada yang membantah.

Tetapi para PKL minta jaminan, bahwa di tempat yang baru, mereka tidak akan kehilangan pembeli. Jokowi tidak berani. Dia cuma berjanji akan mengiklankan pasar Klithikan Notoharjo Semanggi, lokasi relokasi, selama 6 bulan di televisi dan media cetak lokal. Janji itu dia tepati. Bahkan pemerintah kota juga memperlebar jalan ke sana dan membuat satu trayek angkutan kota.

Terakhir, para PKL minta kios diberikan gratis. “Ini berat. Saya sempat tarik ulur dengan Dewan,” kata Jokowi. Untungnya, Dewan bisa diyakinkan dan menyetujui hal ini. Maka para PKL tidak mengeluarkan uang untuk kios barunya. Sebagai gantinya, para PKL harus membayar retribusi Rp.2.600,- per hari. Jokowi yakin dalam delapan setengah tahun modal pemerintah Rp.9,8 milyar bisa kembali.

Tabel 3: Jumlah & komposisi PKL Banjarsari Menurut jenis Dagangan

Jumlah & Komposisi PKL Monjari Menurut Jenis Dagangan	
1. Alat mobil	: 100
2. Alat motor	: 222
3. Aki	: 9
4. Ban	: 20
5. Sandal/sepatu	: 78
6. Helm	: 25
7. Elektronik	: 148
8. Makanan/minuman	: 66
9. Alat pertanian/diesel	: 15
10. Pakaian	: 81
11. Handphone	: 20
12. Alat bangunan	: 35
13. Barang antik	: 11
14. Las	: 11
15. Cat	: 8
16. Barang bekas	: 64
17. Kaset/CD	: 29
18. Lain-lain	: 47
Jumlah	: 989

Sumber : Dinas Pengelolaan Pedagang Kaki Lima Surakarta Desember 2005

Prinsip mengedepankan empati dan saling menghargai melekat pada diri Jokowi. Lunak namun tetap tegas, memecahkan masalah dengan memberikan solusi. Cara ini terbukti efektif. Jokowi dianggap mampu mematahkan mitos pemindahan PKL harus berujung pada bentrokan antara aparat dan pedagang, seperti yang terjadi di daerah lain.

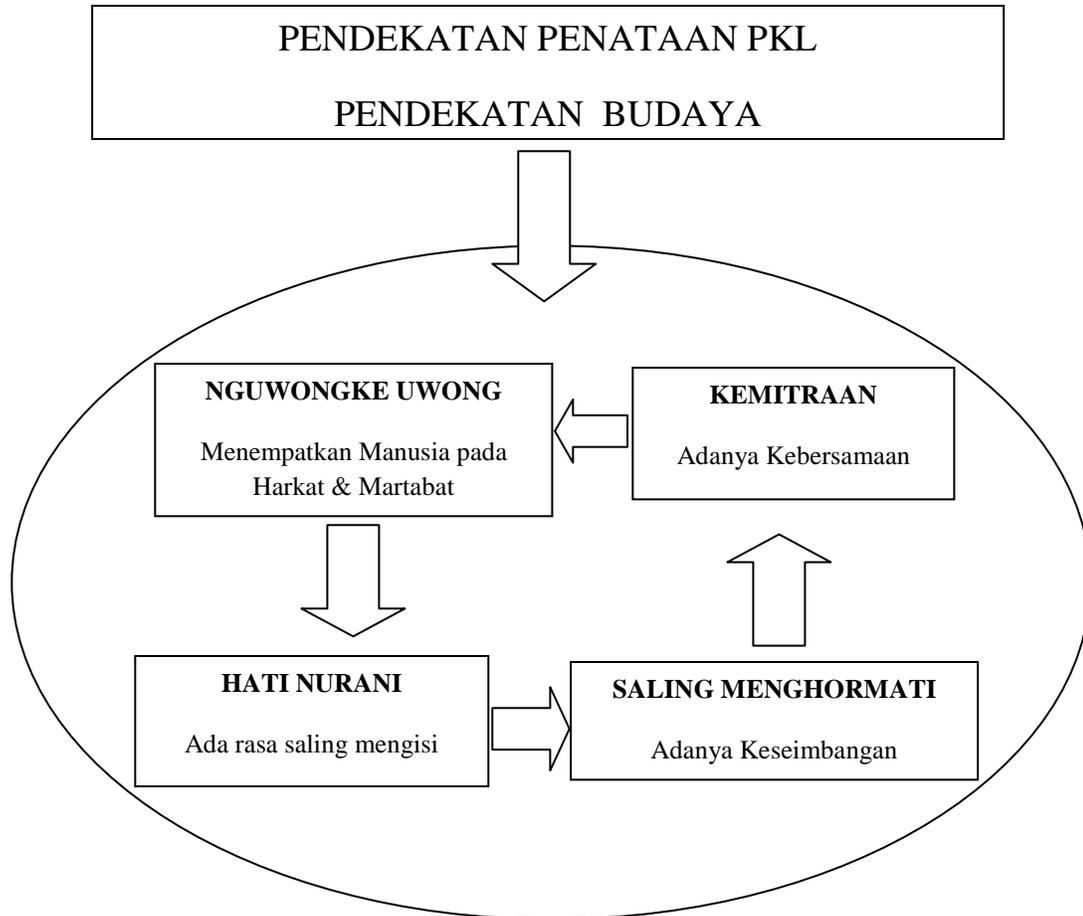
Tabel 4: Daftar Paguyuban & Jumlah PKL Banjarsari

Daftar Paguyuban & Jumlah PKL Kawasan Monumen '45 Banjarsari		
No	Nama Paguyuban	Jumlah PKL
1.	Masyarakat Mandiri	319
2.	Masyarakat Mandiri Jl Bali	27
3.	Pengin Maju	50
4.	Roda-2	77
5.	PKL 2000	90
6.	PKL Sumber Urip	160
7.	PKL Sumber Rejeki	90
8.	PKL Guyub Rukun A	60
9.	PKL Guyub Rukun B	16
10.	PKL Non Paguyuban	100
Jumlah Total		989

Sumber : Dinas Pengelolaan Pedagang Kaki Lima Surakarta Desember 2005

Akhirnya boyongan PKL dari Monumen'45 Banjarsari ke pasar klithikan Notoharjo yang berlangsung tanggal 23 Juli 2006 berlangsung meriah. Bukannya dikejar-kejar seperti di kota lain, mereka pindah dengan senyum dan rasa bangga. Semua pedagang mengenakan pakaian adat Solo dan *nyunggi tumpeng*, simbol kemakmuran. Para pedagang juga dikawal sendiri oleh Jokowi-Rudy dan aparatnya, juga oleh prajurit kraton, dan disaksikan ribuan masyarakat Solo di sepanjang jalan yang mereka lalui.

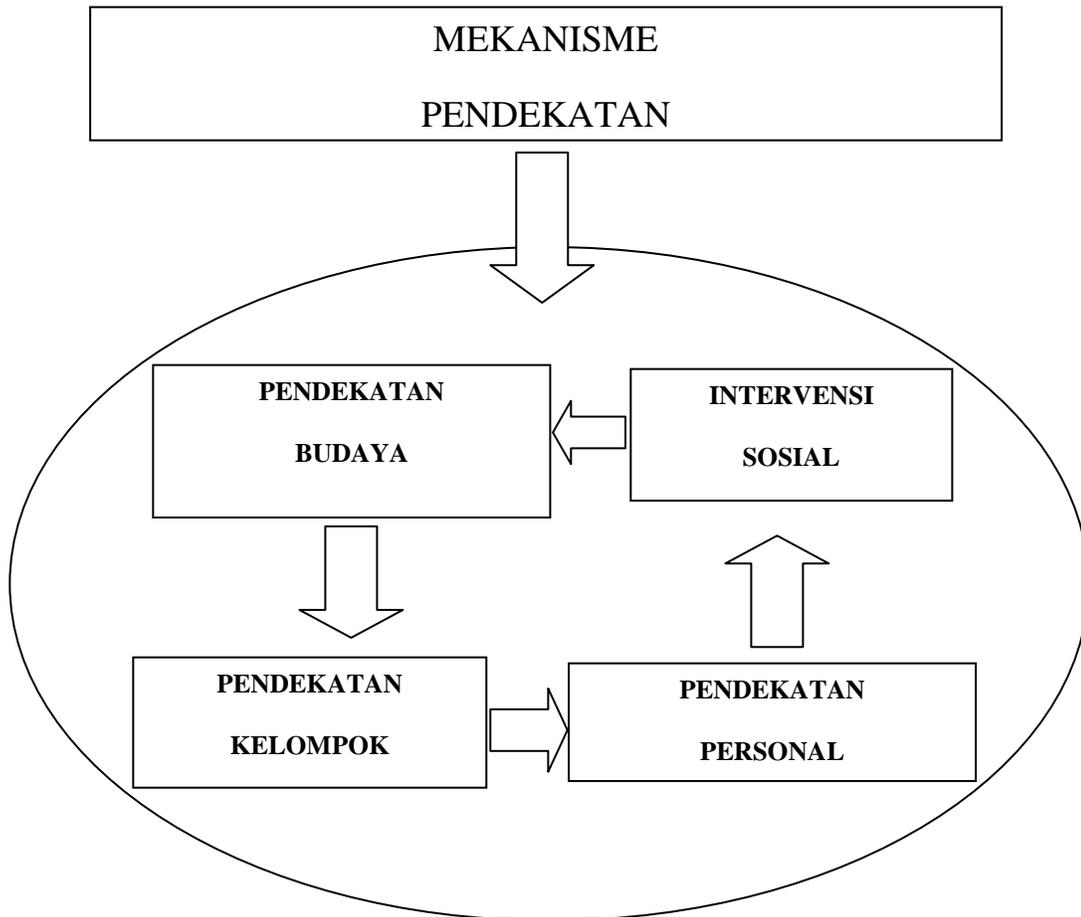
Gambar 1: Penataan PKL dengan Pendekatan Budaya



Sumber : Olahan Peneliti

Bagi para PKL bahkan sekarang ada kebanggaan lain, kini statusnya bukan lagi PKL tapi saudagar, karena memiliki kios sendiri juga memiliki anak buah. Status saudagar, dalam kosa kata masyarakat Solo memang memiliki status terhormat. Memang sebagai walikota salah satu obsesinya adalah mengangkat status PKL menjadi saudagar. Dan itu yang dirasakan bersama para saudagar klithikan pasar Notoharjo, hari ini.

Gambar 2: Mekanisme Pendekatan



Sumber : Olahan Peneliti

3.3 Pengendalian / Monitoring

Pak Marsudi, pak Rudi, bu Sri dan pak Daryadi sebagai pedagang klithikan mereka termasuk yang ikut *kirab* dari tempat lama di Banjarsari, sekarang bisa *berseri*. “Lima atau sepuluh tahun lagi akan ada perubahan dahsyat di pasar ini,” kata pak Marsudi. Optimisme mereka punya dasar karena selama ini jual beli barang

bekas, dan barang baru dengan harga miring, juga mereka jalani bersama ribuan pedagang lain di pasar Notoharjo. Pak Marsudi pedagang pakaian bekas dan pak Rudi pedagang onderdil sepeda motor, sekarang bahkan masing-masing mengelola 3 kios, yang ditunggu istri dan anak buah, bu Sri pedagang elektronik mengelola 4 kios bersama suami, keluarga, dan anak buah. Juga pak Daryadi pedagang onderdil mobil yang juga mengelola lebih dari satu kios bersama keluarga dan anak buahnya.

Jika suasana terus berlangsung seperti saat perpindahan maka akan aman dan kondusif. Para pembeli dari luar kota bahkan mulai banyak berdatangan lagi seperti dulu. Perlu peneliti tambahkan pasar ini cukup unik karena disini pengunjung bisa menemukan barang-barang bekas yang dengan kreativitas para pedagang maka barang-barang tersebut bisa dimanfaatkan kembali.

Kepala Dinas Pengelolaan PKL menjelaskan intinya bahwa pemindahan PKL dari Banjarsari ke pasar Notoharjo ini adalah pemindahan yang berkelanjutan, dalam arti saat ini pindah besok tidak dipikir lagi, tapi setelah dipindah, bagaimana di tempat baru diberdayakan agar tetap di sana tidak keluar lagi, dan di tempat yang lama juga dijaga agar tidak ada PKL baru yang masuk.

Selain janji yang sudah dilaksanakan Jokowi yaitu pelebaran jalan ke arah pasar Notoharjo dan penambahan satu trayek angkutan lengkap dengan petunjuk arah dari seluruh kota, Pemkot saat itu juga terus melakukan promosi, baik melalui media massa (di media cetak dan elektronik), baliho, spanduk ataupun *event-event* khusus

selama 6 bulan agar lokasi baru ini cepat dikenal. Bahkan saat itu setiap minggu ada hiburan di pasar klithikan Notoharjo untuk menarik pengunjung yang pada akhirnya akan belanja. Yang terbaru adalah ulang tahun pasar Notoharjo tanggal 23 Juli 2011 kemarin dengan acara Sepeda Santai Napak Tilas, dari Banjarsari ke Notoharjo yang ramai diikuti masyarakat Solo.

Di pasar Notoharjo ini juga telah dibentuk paguyuban pedagang klithikan yang cukup mandiri untuk menyelesaikan masalah-masalah internal pasar Notoharjo.

Sedangkan untuk monitoring di lokasi-lokasi yang sudah dibersihkan dari PKL yaitu dengan dijaga Satpol PP selama satu tahun, agar PKL lama atau PKL baru tidak kembali lagi ke lokasi tersebut.