

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah Komunikasi Politik Walikota Surakarta Joko Widodo dalam Relokasi PKL di Kota Solo (Studi pada Area Monumen Juang 45' Kawasan Banjarsari Kota Solo). Penelitian ini didasarkan atas keberhasilan Ir. Joko Widodo dalam merelokasi sebanyak 989 PKL tanpa keributan. Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran komunikasi politik Ir. Joko Widodo dalam menyampaikan pesannya yaitu merelokasi sebanyak 989 PKL dan efek yang dihasilkan dalam proses komunikasi politik tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi lapangan yang terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di Instansi Pemerintahan Kota Surakarta, Dinas Pengelolaan Pasar Kota Surakarta, dan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surakarta. Untuk melengkapi data dalam penelitian ini juga melibatkan elemen masyarakat seperti Pedagang Kaki Lima (PKL) yang dulu berada di Area Monumen Juang'45 Kawasan Banjarsari.

Pada penelitian ini Ir. Joko Widodo menggunakan penyampaian pesan melalui saluran-saluran komunikasi politik yaitu saluran komunikasi organisasi, komunikasi interpersonal, dan komunikasi massa. Dari ketiga saluran komunikasi politik yang digunakan dalam penyampaian pesan Ir. Joko Widodo sebagai komunikator kepada Pedagang Kaki Lima yang merupakan komunikan akan menghasilkan efek yaitu efek afektif, efek kognitif, dan efek behavioral/konatif. Berdasarkan hasil penelitian, dalam proses komunikasi politiknya, Ir. Joko Widodo menggunakan saluran komunikasi organisasi terlebih dahulu sebagai awal dari proses pendekatan kepada para PKL, baru setelah itu Ir. Joko Widodo menggunakan saluran komunikasi Interpersonal dan saluran komunikasi massa. Dalam setiap penggunaan saluran komunikasi politiknya selalu Walikota Ir. Joko Widodo selalu menggunakan pendekatan sosial budaya atau adat istiadat yang sudah menjadi filosofi masyarakat Kota Surakarta. Ir. Joko Widodo dapat memproyeksikan dirinya kepada apa yang dirasakan oleh para pedagang kaki lima jika mereka kehilangan mata pencahariannya dengan memberikan kebijakan yang menunjukan keberpihakannya terhadap masyarakat khususnya para pedagang kaki lima.

Kata Kunci: Komunikasi, Politik, Relokasi

ABSTRACT

The title of this research is Political Communication of Mayor Joko Widodo in the relocation of street vendors in Surakarta (Studies at Monument Juang '45 Area Banjarsari Region Surakarta). The study was based on the success of Ir. Joko Widodo to relocate as many as 989 vendors without a fuss. The purpose of this study was to determine the channels of political communication Ir. Joko Widodo in conveying the message that is to relocate as many as 989 vendors and the resulting effect on the process of political communication.

This study uses descriptive qualitative approach. Data collection techniques were used through field study consisted of observations, interviews, and documentation. The research was conducted in Surakarta City Government Agencies, Surakarta City Market Management Office and Civil Service Police Unit of Surakarta. To complement the data in this study also involves elements of society such as the street vendors that was at the Monument Juang'45 Area Banjarsari Region.

In this study, Ir. Joko Widodo using message delivery channels channeled through the channel of political communication organizational communication, interpersonal communication and mass communication. Of the three channels of political communication that are used in the delivery of the message Ir Joko Widodo as communicators to street vendors which is a communicant would produce an effect that is the affective effects, cognitive effects, and behavioral effects. Based on this research, the process of political communication, Ir. Joko Widodo used organization communication channels in advance as the beginning of a process approach to the street vendors, only then Ir Joko Widodo used interpersonal communication channels and channels of mass communication. In every political communication channel usage always Mayor Ir. Joko Widodo always use a socio-cultural approach or customs that have become the philosophy of the people of Surakarta. Ir. Joko Widodo can project himself to what is perceived by the vendors if they lose their livelihoods by providing policies that addressed alignments to the public, but in this case especially the street vendors.

Keywords: Communication, Politics, Relocation