

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu destinasi wisata yang menjadi tujuan wisata di Indonesia. Yogyakarta sering disebut sebagai kota Pelajar dan kota Wisata. Banyaknya Universitas di Yogyakarta yang menjadikan kota ini disebut kota Pelajar. Tiap tahunnya pendatang untuk bersekolah di Yogyakarta selalu berdatangan dari tahun ke tahun untuk menuntut ilmu.

Begitu banyak pula destinasi wisata yang beragam ada disini. Dari wisata pantai, wisata budaya hingga wisata belanja. Mulai wisata pantai di Gunung Kidul dan Bantul yang memiliki pantai yang indah, ada pula wisata budaya seperti Candi Prambanan, Candi Ratu Boko, Candi Sambisari dan banyak candi yang lain yang bisa dinikmati keunikannya. Adapula Kraton Yogyakarta yang memiliki daya tarik tersendiri untuk selalu ingin dikunjungi. Banyak sekali destinasi wisata yang tidak bisa dijabarkan untuk wisata dikota ini. Akan dirasa kurang bila hanya berlibur satu atau dua hari saja.

Berbicara Yogyakarta, akan terasa kurang bila tidak membahas tentang Malioboro. Sebuah kawasan yang sangat terkenal didunia wisata sebagai surganya wisata belanja dan wisata budaya. Kawasan ini dimulai dari Stasiun Tugu Yogyakarta

hingga ke perempatan Kantor Pos Yogyakarta, kira-kira 1 KM panjangnya. Dan disepanjang jalan ini, banyak hal yang menarik untuk dilihat dan didatangi.

Diibaratkan, Malioboro adalah jantung dari kota Yogyakarta. Pusat keramaian kota Yogyakarta ada disini. Sekarang, kawasan Malioboro menjadi kawasan yang terkenal sebagai kawasan wisata perbelanjaan dan wisata budaya di Yogyakarta yang akan sayang dilewatkan oleh para turis domestik maupun mancanegara.

Berbagai cinderamata hingga kerajinan khas kota Yogyakarta dapat ditemukan tempat ini, bila kita pintar menawar kita dapat membeli barang-barang yang bagus di pedagang kaki lima dengan harga yang murah. Tidak hanya menjual berbagai cinderamata, Malioboro juga menyuguhkan kuliner malam yang tidak kalah baik rasanya dengan di restoran-restoran sekitar.

Berkembangnya kawasan ini, menjadikan destinasi wisata di Yogyakarta sebagai magnet para pedagang kaki lima dimana mereka mulai makin berdatangan untuk melengkapi kebutuhan wisata ditempat tersebut. Malioboro pun berkembang menjadi tempat pertemuan aktifitas sosial dan ekonomi. Berkembangnya dari waktu ke waktu karena pedagang kaki lima membuat perekonomian disekitar itu pun meningkat. Kawasan ini perlahan-lahan menjadi tempat yang kuat dalam kegiatan ekonominya dan berbagai aktifitas yang mengundang banyak pengunjung.

Pedagang kaki lima dikawasan ini sebenarnya juga menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang berkunjung ketempat tersebut. Dengan adanya pedagang kaki lima juga, tempat menjadi memiliki ke unikan tersendiri. Pedagang kaki lima menjadi alternatif berbelanja barang oleh-oleh dengan harga yang lebih masuk akal dibandingkan bila masuk ke pertokoan sekitar, dan harga yang diberikan pun masih bisa ditawar bila kita pintar memilih dan memilah. Keberagaman barang dagangan membuat para konsumen senang untuk memilih barang yang diinginkan oleh pelanggan.

Namun sayangnya, ada hal yang membuat kurang nyaman yaitu lapak yang ditempati oleh para pedagang kaki lima adalah jalur pedestrian yang ada disekitar jalan dan itu sedikit mengganggu para pejalan kaki disana. Harusnya jalur pedestrian digunakan sebagai tempat untuk berjalan kaki para pengunjung. Maka ketika disaat *high season* akan menjadi terasa penuh jalannya. Ingin berjalan cepat dan memilih barang pun semakin membuat tidak nyaman bagi para pelanggan dan juga beberapa pengunjung yang sedang berjalan disitu. Makin lama, persoalan ini pun makin membuat resah.

Para pedagang kaki lima bertambah dari waktu kewaktu namun tempat yang ada tidak ada penambahan. Malioboro semakin terlihat sedikit kumuh dengan keadaan yang seperti ini. Pedagang kuliner yang semakin menjadi juga yang memberikan harga yang kata orang jawa "*hargane nuthuk*" juga menjadi persoalan yang mencemaskan.

Pelanggan yang datang mulai takut ingin berbelanja makanan disitu karena takut “*over budget.*”

Kurang nyamannya para wisatawan yang jalan di area pedestrian juga menjadi persoalan tersendiri. Terlalu sesak untuk berjalan hingga kurang nyamannya jalan di area pedestrian ini membuat celah para pencopet jalanan untuk beraksi. Jalan yang penuh sesak ini memberi ruang para pencopet untuk mencuri barang-barang para wisatawan. Keresahan para wisata ini pun mulai didengarkan oleh pemerintah setempat. Kemudian hal tersebut mulai dikelola menjadi sebuah kebijakan baru dengan membangun wajah baru Malioboro. Kebijakan baru pun tidak semena-mena dengan mudah diterima oleh para pelaku ekonomi di Malioboro. Kebijakan pun bisa membangun keresahan baru pada sisi pelaku ekonomi yang lain. Kebijakan dibuat untuk menyelesaikan beberapa keresahan yang terjadi.

Wacana perubahan Malioboro dimuat pada Perda Kota Yogyakarta No.2 tahun 2010 Tentang Rencana Ruang Wilayah Kota Yogyakarta membahas perihal pembangunan Malioboro <sup>1</sup>, seperti :

- a. Pasal 31 ayat 1 tentang Malioboro merupakan salah satu jaringan jalan kolektor sekunder yang menghubungkan antar kawasan di Kota
- b. Pasal 65 ayat a, tentang Malioboro sebagai rencana penanganan kawasan peruntukan pariwisata

---

<sup>1</sup> Sumber : Perda Kota Yogyakarta No. 2 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Yogyakarta

- c. Pasal 73 ayat 1 point a, tentang Malioboro merupakan salah satu Inti pelestarian Citra Kota dari 13 lokasi.
- d. Pasal 75 ayat 1 point d, tentang Malioboro sebagai salah satu Pengaturan Inti pelestarian Citra Kota.
- e. Pasal 79 tentang Malioboro sebagai salah satu ruang terbuka non hijau.
- f. Dan pasal 80 tentang Malioboro diarahkan untuk area khusus pejalan kaki (pedestrian).

Berdasarkan perda yang telah dibuat, pemerintah mulai dari menata kawasan ini dengan mempercantik Malioboro menjadi kawasan pedestrian agar menjadi kawasan wisata yang nyaman, kemudian menertibkan para pedagang kaki lima. Dimulai dari tata letak dan peraturan untuk para pedagang kaki lima. Kebijakan ini pun menuai pro dan kontra yang lumayan membuat memanas antara pihak pemerintah dan para pelaku ekonomi disekitar area tersebut.

Langkah awal kebijakan pemerintah memindahkan lahan parkir yang harusnya adalah tempat untuk berjalan kaki ke area Abu Bakar Ali. Kemudian dilanjutkan dengan pembangunan secara bertahap jalan pedestrian di kawasan Malioboro. Pemindahan ini awalnya membuat keresahan para pelaku ekonomi disana, dimana ada beberapa pelaku ekonomi disana mungkin tidak sejalan pendapatnya dengan keinginan pemerintah dalam membangun Malioboro. Namun pemerintah Yogyakarta mencoba

mensosialisasikan kebijakan tentang pembangunan ini lewat koperasi yang menaungi para pedagang kaki lima di area Malioboro.

Wacana-wacana perubahan awalnya simpang siur yang didengar oleh para pedagang kaki lima, lewat pemberitaan-pemberitaan yang belum tentu benar adanya tentang adanya penggusuran ataupun pemindahan pernah ada dibenak mereka. Pedagang kaki lima pun merasa resah sebelum mengetahui kebijakan tersebut secara jelas. Namun dengan adanya sosialisasi akhirnya mereka mulai melihat titik terang akan pembangunan Malioboro tersebut.

Wacana perubahan yang diinginkan oleh pemerintah adalah menjadikan kawasan Malioboro menjadi salah satu citra pelestarian kota yang akan dijadikan kawasan pariwisata dimana bila ingin mendatangkan para turis harus menata ulang kawasan ini agar lebih menarik dan membuat nyaman para turis yang datang. Kawasan wisata yang baik, seharusnya menjadi kawasan ramah pejalan kaki. Seperti bisa kita lihat pada kawasan di Orchard Road Singapore, kawasan ini sangat ramah pejalan kaki, dari segi kebersihan, keluasan jalan dan kenyamanan jalan yang membuat para pejalan kaki nyaman melewati Orchard Road Singapore tersebut.

Adanya perubahan penataan wajah baru Malioboro mungkin awalnya belum disertai dengan pengetahuan yang cukup pada pedagang yang ada disana. Disatu sisi ditengah perubahan wajah baru Malioboro yang tertuang pada kebijakan Perda Kota Yogyakarta No. 2 Tahun 2010 tentang tata ruang wilayah Kota Yogyakarta ini berimbas pada penataan pedagang kaki lima di area Malioboro. Setelah adanya Perda

tersebut maka peneliti tertarik untuk melihat sejauh mana kebijakan tersebut terkomunikasikan kepada pedagang kaki lima yang ada di Malioboro dan bagaimana respon para pedagang mendengar kebijakan tersebut dengan menggunakan analisis resepsi.

Peneliti ingin meneliti respon penerimaan terhadap kebijakan wajah baru Malioboro oleh para pedagang kaki lima. Karena setiap penerimaan individu lain dan lainnya berbeda. Dengan meneliti hal ini, peneliti ingin melihat bagaimana para pedagang kaki lima memaknai kebijakan baru tersebut. Pemaknaan pesan yang ingin disampaikan oleh pemerintah apakah diterima dan dimaknai yang sama oleh para pedagang kaki lima. Proses pemaknaan suatu hal dari seorang individu dilatarbelakangi oleh hal tertentu juga. Maka setiap individu bisa berbeda dalam menyikapi hal-hal tersebut. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui hal-hal bagaimana seorang pedagang kaki lima memaknai pesan dari kebijakan yang dibuat pada wajah baru Malioboro.

## **1.2 FOKUS PENELITIAN**

### **a. Fokus Masalah Penelitian**

Dalam kebijakan publik yang dibuat pemerintah pada revitalisasi wajah baru Malioboro terdapat banyak kebijakan yang dibuat untuk menertibkan dan mengindahkan kawasan ini. Setiap perubahan pasti menghasilkan respon yang berbeda

dari satu orang ke orang lain. Mereka memiliki pendapat dalam memaknai kebijakan tersebut.

Pada penelitian ini, penulis akan berfokus pada respon penerimaan kebijakan pemerintah yang dibuat terhadap para pedagang kaki lima. Pembatasan rumusan masalah pada penelitian ini berkisar pada respon pemaknaan kebijakan pada para pedagang kaki lima dikawasan Jalan Malioboro

#### **b. Rumusan Masalah Penelitian**

Dari latar belakang yang sudah dikemukakan, disimpulkan rumusan masalah yang akan dicari adalah sebagai berikut :

“Bagaimana penerimaan pedagang kaki lima terhadap kebijakan wajah baru Malioboro ?”

### **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

Mengetahui respon penerimaan pedagang kaki lima terhadap kebijakan wajah baru di Malioboro apakah kebijakan tersebut sudah terkomunikasikan dengan baik oleh para pedagang kaki lima dan apakah sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pedagang kaki lima.

## **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

### **a. Manfaat Akademis**

Hasil penelitian ini diharap mampu menjadi sebuah referensi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti tentang studi penerimaan khalayak terhadap pesan media. Hasil penelitian juga diharap mampu memberikan peluang baru terhadap teori analisis resepsi.

### **b. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap publik dalam mempelajari mengenai penerimaan respon pesan terhadap kebijakan publik.

### **c. Manfaat Sosial**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyelesaikan masalah-masalah sosial dalam menghadapi respon-respon sosial terhadap kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pemerintah kepada khalayak ramai dan dapat digunakan sebagai referensi pemerintah dalam membuat kebijakan baru lainnya yang berdampak pada para pelaku ekonomi.

## **1.5 METODE PENELITIAN**

### **a. Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian adalah bagian dari penelitian yang menunjukkan tentang apa yang penting absah dan masuk akan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin mendapatkan pengembangan pemahaman yang membantu proses interpretasi suatu peristiwa. Sedangkan subjek penelitian menggunakan pedagang kaki lima merupakan sebuah kajian yang menarik untuk diteliti.

### **b. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara mencari kebenaran dengan menggunakan teori yang bersangkutan sesuai dengan penelitian yang ingin diteliti. Pada penelitian ini, menggunakan metode kualitatif. Dimana penelitian kualitatif digunakan untuk penelitian yang berhubungan dengan penelitian sosial yang meneliti fenomena sosial. Pada kerangka teori yang dibuat menggunakan teori analisis resepsi dimana analisis ini berfokus pada penerimaan pemaknaan khalayak terhadap suatu pesan media.

Jane Stokes menyebutkan penelitian kualitatif dalam penelitian kajian media dan budaya berkepentingan dengan makna dan penafsiran<sup>2</sup>. Oleh karena itu penelitian kualitatif menggunakan wawancara mendalam terhadap informan penelitian untuk

---

<sup>2</sup> Jane Stokes, "How To Do Media and Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya". Bentang Pustaka. Yogyakarta. 2006. Hal. xi.

memperoleh data yang dibutuhkan dan kemudian dianalisis<sup>3</sup>. Penelitian ini merupakan kajian analisis resepsi *audience* media baru, dimana *audience* memiliki interpretasi dan pemaknaan yang berbeda-beda terhadap suatu hal yang diamatinya. Kemudian direfleksikan berdasarkan pengetahuan dan pemikiran *audience* itu sendiri. Penelitian ini berada dalam paradigma konstruktivisme, bahwa kebenaran yang ingin dicari dalam penelitian ini adalah bagaimana penerimaan pedagang kaki lima terhadap kebijakan wajah baru Malioboro tidak bisa disalahkan atau pun dibenarkan.

### c. Subjek Penelitian

Peneliti menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan data. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Peneliti menggunakan teknik ini agar tujuan penelitian dapat diperoleh sedalam dan sebaik mungkin, sehingga informan dipilih berdasarkan kriteria yang ditentukan sebelumnya. Sehingga didapatkan subyek penelitian ini adalah pedagang kaki lima dikawasan Jalan Malioboro baik itu laki-laki ataupun perempuan. Peneliti menetapkan 5 (lima) orang informan yang terdiri dari beberapa kategori pedagang kaki lima berdasarkan barang dagangannya.

---

<sup>3</sup> Lexy J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi". Remaja Rosdakarya. Bandung. 2012. Hal.186

Adapun kriteria yang diperlukan untuk menjadi informan yaitu:

- a) Informan laki-laki atau perempuan yang berjualan di area kawasan Jalan Malioboro
- b) Pedagang kaki lima yang sudah beroperasi sebelum Malioboro di revitalisasi seperti sekarang.
- c) Pedagang kaki lima yang sudah menerima sosialisasi tentang kebijakan yang dimaksud.

**d. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini yang dianggap paling baik pada penelitian resepsi adalah menggunakan metode wawancara. Metode wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh peneliti dan narasumber. Peneliti adalah orang yang memberikan pertanyaan kepada informan. Sedangkan narasumber adalah yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.

Untuk memperoleh data yang lebih mendalam mengenai resepsi kebijakan terhadap wajah baru Malioboro, maka peneliti melakukan teknik pengumpulan data primer dan sekunder. Proses pengumpulan data tentunya dilakukan di Yogyakarta yaitu kawasan Malioboro yang menjadi fokus objek penelitian terkait.

**a.) Data Primer**

**1. *In-depth interview* (Teknik wawancara mendalam) :**

Penelitian kualitatif menggunakan metode wawancara mendalam yang kemudian dianalisis<sup>4</sup>. Lebih lanjut lagi, disebutkan bahwa wawancara dianggap mampu memberikan gambaran penting mengenai pemikiran informan dan membantu peneliti memahami pandangan informan terkait suatu hal<sup>5</sup>.

Wawancara mendalam (*in-dept interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan yang diwawancarai menggunakan pedoman (*guide*) wawancara dimana pewawancara dengan informan terlibat kehidupan sosial yang relatif lama<sup>6</sup>.

Teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk mendapatkan informasi berupa keterangan lisan dari narasumber tertentu secara lebih mendalam dan sifatnya personal. Melalui *in-depth interview*, peneliti akan mendapatkan data yang bersifat lebih komperhensif terkait pengalaman seseorang terhadap obyek penelitian<sup>7</sup>. Dengan metode wawancara ini, peneliti diharuskan untuk bertemu langsung dengan informan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengulik

---

<sup>4</sup> Lexy J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi". Remaja Rosdakarya. Bandung. 2012. Hal.186

<sup>5</sup> Yin, Robert K. 2011. *Qualitative Search from Start to Finish*. The Guilford Press: New York

<sup>6</sup> Sutopo. "Metodologi Penelitian Kualitatif". UNS. Surakarta. 2006. Hal.72

<sup>7</sup> Richard West dan Lyn n H. Turner, "Pengantar teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi". Buku 1 edisi ke-3, Terjemahan, Maria Natalia Damayanti Maer, Salemba Humanika. Jakarta. 2008. Hal .98

informasi lebih dalam lagi terkait penelitian yang sedang dianalisis demi menghindari kesalahan penafsiran antar pewawancara dengan informan tersebut.

Hasil wawancara yang didapat dari penuturan informan nantinya akan dijadikan data. Demikian pula hubungannya dengan makna polisemi, maka penuturan informan yang berbeda-beda merupakan titik krusial dalam studi resepsi. Informasi yang beragam tidak terlepas dari stimulus memori informan. Dalam analisis resepsi, keberagaman data informasi bisa terjadi karena perbedaan *background*.

Semua data dari wawancara kemudian dikategorikan berdasarkan jenis informasi yang diperoleh. Melalui hal ini, data dan fakta penelitian adalah data empiris. Selanjutnya, data dan fakta yang sudah diperoleh diolah kembali dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang sifatnya umum. Proses ini membutuhkan peneliti untuk paham betul dengan yang berkaitan dengan pengumpulan data berdasarkan karakteristik dari teknik pengumpulan dan jenis penelitian yang akan dilakukan.

## **2. Studi Dokumentasi**

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah berupa kebijakan-kebijakan terkait, laporan penelitian sebelumnya, jurnal-jurnal terkait, buku-buku, serta bisa artikel dari media masa atau online sebagai tinjauan pustaka mengenai penelitian-penelitian sebelumnya seputar kebijakan, resepsi *audiens*, dan respon pedagang kaki lima

### **b.) Data Sekunder**

Demi mendukung pengumpulan data primer penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari data Observasi. Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek. Keunggulan dari metode ini adalah dapat melihat secara langsung perilaku nonverbal dan verbal<sup>8</sup>. Metode observasi dipilih karena dengan mengamati obyek penelitian, peneliti bisa lebih jauh atau lebih dekan mengamati tentang informasi-informasi yang dibutuhkan. Observasi dilakukan dengan melihat dan mengamati secara langsung pedagang kaki lima dikawasan Malioboro.

---

<sup>8</sup> Rachmat Kriyantono.2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Malang. Prenada Media Group. Hal.108-109