

ABSTRAK

Pedagang kaki lima adalah bagian dari aktivitas ekonomi yang merupakan kegiatan pada sektor informal. Kegiatan ini timbul karena tidak terpenuhinya kebutuhan pelayanan oleh kegiatan formal yang mana kegiatan mereka sering menimbulkan gangguan terhadap lingkungannya dan sering dipojokan sebagai penyebab timbulnya berbagai permasalahan. Pertumbuhan kegiatan pedagang kaki lima yang cukup pesat tanpa adanya penanganan yang baik dapat mengakibatkan ketidakaturan tata kota. Selain itu banyak pedagang kaki lima yang menjalankan aktifitasnya ditempat-tempat yang seharusnya menjadi ruang publik sehingga menyebabkan alih fungsi menjadi ruang komersil. Revitalisasi sebagai upaya untuk meningkatkan nilai dan menghidupkan kembali pkl cicadas market melalui perbaikan sarana dan prasarana, serta intervensi sosial dan budaya yang dilakukan oleh pemerintah Kota Bandung. Dengan tujuan untuk mewujudkan estetika, keindahan, dan kebersihan di Kota Bandung serta mengembalikan fungsi fasilitas umum sebagaimana fungsinya serta meningkatkan kualitas pkl agar dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern..

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemerintah terhadap revitalisasi yang diterapkan oleh Dinas Koprasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Bandung menggunakan sampel penelitian pada tahun 2019, serta mengetahui faktor - faktor pendukung maupun penghambatnya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi penelitian di dinas koprasi usaha mikro kecil dan menengah kota Bandung serta di kawasan Cicadas Market (Jalan Ahmad Yani Cicadas Bandung).

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik menguji keabsahan data yang digunakan yaitu uji kredibilitas (credibility), uji transferabilitas (transferability), uji dependabilitas (dependability) dan terakhir uji obyektivitas (confirmability). triangulasi mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis data dari Miles dan Huberman yaitu reduksi data, display data, penarikan kesimpulan dan verifikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa srategi komunikasi yang dilakukan Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Bandung melalui tahapan (1) riset, (2) perencanaan aksi, (3) tahapan komunikasi, (4) evaluasi, adapun faktor (1) terdapat dukungan dan kerjasama yang terjalin dari beberapa instansi terkait Sedangkan (2) Faktor penghambat: adanya Covid-19 ,pemurangan pedagang kaki lima, pengurangan pembeli

Saran untuk pemerintah adanya pengawasan dan perhatian lebih dari pemerintah agar PKL memiliki peningkatan kualitas serta perlu di adakan lagi pelatihan-pelatiham untuk pkl.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Revitalisasi, Pedagang Kaki Lima

ABSTRACT

Street vendors are part of economic activities which are activities in the informal sector. This activity arises because formal activities do not meet service needs, where these activities often cause disruption to the environment and are often blamed for causing various problems. The rapid growth of street vendor activities without proper handling can result in deviations from urban planning. Apart from that, many street vendors carry out their activities in places that should be public spaces, causing them to be converted into commercial spaces. Revitalization is an effort to increase the value and revive Cicadas Market traders through improving facilities and infrastructure, as well as socio-cultural interventions carried out by the Bandung City government. With the aim of realizing aesthetics, beauty and cleanliness in the city of Bandung as well as returning public facilities to their function and improving the quality of street vendors so they can compete with modern shopping centers and shops.

The aim of this research is to find out how the government communicates regarding revitalization implemented by the Bandung City Micro, Small and Medium Enterprises Cooperative Department using research samples in 2019, as well as knowing the supporting and inhibiting factors.

The type of research used is qualitative research with a descriptive approach. The research location is at the Bandung City Micro, Small and Medium Enterprises Cooperative Department and in the Cicadas Market area (Jl Ahmad Yani Cicadas, Bandung City

The data collection techniques used were observation, in-depth interviews, and documentation. The techniques for testing the validity of the data used are the credibility test, the transferability test, the dependability test and finally the objectivity test. Triangulation checks back the degree of trustworthiness of information obtained through different times and tools Data analysis techniques used are data analysis techniques from Miles and Huberman, namely data reduction, data display, drawing conclusions and verification

The results of the research show that the communication strategy carried out by the Bandung City Micro, Small and Medium Enterprises Cooperative Service goes through stages (1) research, (2) action planning, (3) communication stages, (4) evaluation, as for factor (1) there is support and cooperation which is intertwined with several related agencies. Meanwhile (2) Inhibiting factors: the presence of Covid-19, reduction in street vendors, reduction in buyers

Suggestions for the government are that there should be more supervision and attention from the government so that street vendors can improve their quality and there needs to be more training for street vendors.

Keywords: Communication Strategy, Revitalization, Street Vendors