

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PERHUBUNGAN KOTA PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN RETRIBUSI PARKIR DI KOTA PEKANBARU

Oleh: Tri Wulandari
Triawulandari02@yahoo.com
Pembimbing: Ir. Rusmadi Awza, S.Sos, M.Si

Konsentrasi Manajemen Komunikasi – Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

ABSTRACT

The city of Pekanbaru is one of the fastest growing areas with a growing population every year. One of the great potentials that require special attention from the city government of Pekanbaru is the implementation of parking fees that are managed by the Transportation Office of Pekanbaru City based on the Regional Regulation of Pekanbaru City Number 3 of 2009. Within 3 years there has been an increase and decrease or instability in receipt of Parking Retribution. So that it can be concluded that there have been problems that have an impact on the unstable acceptance of parking fees annually. In this case the researcher focuses on the Communication Strategy of the Department of Transportation in increasing the receipt of parking fees. This study aims to determine the strategy of selecting communicators, audiences, messages and media from the Transportation Office of the City of Pekanbaru

This research was conducted at the Transportation Office of the City of Pekanbaru. This study used a qualitative descriptive method, with purposive and snowball techniques. In this study 1 informant was chosen from the Head of the Parking UPTD, 1 informant from the TU Head of Parking Unit UPTD, 1 informant from the Head of Supervisory Team I of the UPTD Parking, 6 informants from the parking attendant and the community selected using accidental sampling. Data collection techniques used are interviews, observation and documentation Data analysis techniques are data reduction, data presentation, and conclusion. The technique of checking the validity of the data includes the extension of participation and triangulation.

The results of the study indicate that the strategy of the Pekanbaru City Transportation Office in increasing the receipt of parking retribution is the communicator or resource person who conveyed the information is the integrated patrol member of the UPTD Parking who knows best and knows the conditions in the field and the behavior of illegal parking attendants. The target audience is the illegal parking attendant who was netted during the routine patrol of the Transportation Agency. The message delivered was persuasive and carried out directly. The media used are in the form of billboards, official websites and equipment from official parking attendants

Keyword: Communication Strategy, Departement Transportation, Parking Retribution

PENDAHULUAN

Kota Pekanbaru menjadi salah satu daerah yang berkembang pesat dengan jumlah penduduk yang terus bertambah setiap tahunnya. Sejalan dengan pertumbuhan penduduk yang meningkat, jumlah kendaraan pribadi yang dimiliki oleh warga Pekanbaru juga semakin meningkat pula, sehingga mengakibatkan tingginya arus kendaraan di jalan raya dan meningkatkan kebutuhan akan kawasan parkir. Kawasan parkir merupakan salah satu hal yang penting bagi setiap pengguna kendaraan, karena kendaraan yang digunakan akan berhenti ditempat tertentu sesuai kebutuhan pengguna jasa parkir. Selain penataan parkir, adanya parkir dapat mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Bagi masyarakat umum, pungutan pajak sering kali disamakan dengan retribusi daerah. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa keduanya merupakan sama – sama pembayaran yang diberikan kepada pemerintah. Hal ini tidaklah sepenuhnya benar karena terdapat perbedaan antara pajak dan retribusi. Adapun yang dimaksud dengan pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang sehingga dapat dipaksakan dengan tidak mendapat balas jasa secara langsung. Pajak dipungut penguasa berdasarkan norma-norma hukum. Sedangkan retribusi yaitu pembayaran wajib dari penduduk kepada Negara karena adanya jasa tertentu yang diberikan oleh Negara bagi penduduknya secara perorangan. Jasa tersebut dapat dikatakan lansung karena hanya yang membayar retribusi yang dapat menikmati balas jasa dari Negara.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 3 Tahun 2009 tentang Retribusi Pelayanan di Bidang Perhubungan Darat, bahwa Retribusi parkir merupakan pembayaran atas pemanfaatan jasa pengaturan dan penggunaan tempat parkir. Salah satu

potensi besar yang memerlukan perhatian khusus dari pemerintah Kota Pekanbaru adalah penyelenggaraan retribusi parkir yang dikelola oleh Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 3 Tahun 2009 menjelaskan bahwa penerimaan dan pembayaran retribusi salah satunya retribusi parkir dilaksanakan oleh Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru dan bertanggung jawab kepada Walikota Pekanbaru. Jika disepanjang jalan Kota Pekanbaru ada kegiatan perparkiran, otomatis pemerintah berhak memungut biaya retribusi parkir di lokasi tersebut. Hal ini juga harus diperhatikan, apakah tempat tersebut tidak melanggar peraturan atau undang – undang.

Bagian yang mengurus masalah perparkiran pada Dinas Perhubungan adalah Unit Pelayanan Teknis Dinas (UPTD) Parkir. Sebagai unit yang bertanggungjawab dalam pengelolaan dan pemungutan retribusi parkir di Kota Pekanbaru tentu memiliki target pencapaian tiap tahunnya. Berikut data target dan realisasi retribusi parkir di Kota Pekanbaru dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 :

Tabel 1.1. Target dan Realisasi Penerimaan Parkir Kota Pekanbaru

N o	Tahu n	Target (dalam rupiah)	Realisasi (dalam rupiah)
1	2015	14.273.310.00	7.202.855.00
2	2016	14.271.310.00	8.253.279.00
3	2017	8.100.000.00	8.800.000.00

(Sumber : Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru 2018)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dalam kurun watu 3 tahun tersebut, telah terjadi peningkatan dan penurunan ataupun ketidakstabilan penerimaan Retribusi Parkir dan Realisasi

yang diharapkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa telah terjadi permasalahan yang berdampak kepada tidak stabilnya penerimaan retribusi parkir setiap tahunnya, sedangkan jumlah kendaraan bermotor terus bertambah setiap harinya.

Melihat dari ketidakstabilan penerimaan Retribusi Parkir Kota Pekanbaru ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa ada suatu gejala yang menjadi faktor dalam permasalahan ini. Hal ini disebabkan oleh masih banyaknya terdapat oknum juru parkir liar di Kota Pekanbaru yang tidak menyetorkan hasil pendapatan parkir kepada Dinas Perhubungan. Selain itu adanya suatu jual beli lahan parkir secara illegal, padahal lahan potensi itu merupakan hak Pemerintah Daerah Kota Pekanbaru. Banyak preman yang menjadi pelaku dibalik itu semua.

Parkir liar merupakan lokasi parkir yang tidak memiliki izin resmi untuk menyelenggarakan kegiatan perparkiran dan biaya yang dibayarkan oleh pengguna jasa parkir kepada petugas parkir tidak disetorkan kepada pihak Pemerintah yaitu Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru, tetapi untuk kepentingan para oknum – oknum yang tidak bertanggung jawab. Selain mengganggu kelancaran lalu lintas, keberadaan parkir liar juga membuat keindahan tata kota berkurang. Hal ini disebabkan kegiatan parkir yang dilakukan memakan badan jalan bahkan trotoar, sehingga kerapian tata kota yang diharapkan terganggu

Program yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan didalam meningkatkan penerimaan retribusi parkir yakni melalui pemberantasan juru parkir liar. Pemberantasan parkir liar ini dilakukan melalui sosialisasi secara langsung yang mana bertujuan untuk merubah dan mengajak para pelaku parkir liar agar mau dibina dan mengikuti bimbingan dari pihak Dinas Perhubungan dan menjadi juru

parkir secara resmi. Sosialisasi tersebut dilakukan oleh pihak Dinas Perhubungan secara langsung di lapangan dan juga dengan melakukan diskusi bersama di Kantor Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru.

Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru telah menyediakan baliho – baliho yang tersebar di beberapa ruas jalan protokol Kota Pekanbaru, adapun pada baliho tersebut dicantumkan juga keterangan mengenai Peraturan Daerah yang mengatur tentang tarif retribusi parkir di Kota Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Menurut Andrew (dalam Bryson, 2005:27) berpendapat bahwa strategi adalah pola tujuan dan kebijakan yang menegaskan perusahaan dan bisnisnya. Seseorang melihat strategi dengan baik dengan menganalisis kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) internal perusahaan serta nilai-nilai manajemen, dalam mengenali ancaman (*threats*) dan peluang (*opportunities*) eksternal dalam lingkungan dan kewajiban sosial perusahaan.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang artinya “sama” dan jika kita mengadakan komunikasi dengan orang lain, berarti kita sedang mengadakan kesamaan dengan orang lain. Komunikasi pada hakikatnya adalah membuat komunikasi dan komunikator sama-sama sesuai untuk satu pesan. (Mulyana, 2012:46)

Everett M. Roger mengatakan bahwa, komunikasi adalah suatu proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. (dalam Mulyana, 2012:69). Sedangkan Carl I. Hovland mendefinisikan komunikasi “sebagai suatu proses yang memungkinkan

seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (*komunikate*)". (dalam Mulyana, 2012:68)

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu analisis pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor yang mendukung serta menghambat. Faktor-faktor tersebut digambarkan oleh Effendy (2005) sebagai hal yang penting dan diperlukan dalam penyusunan strategi komunikasi. Oleh sebab itu langkah-langkah tersebut dijadikan sebagai kerangka pemikiran dalam penelitian ini, dalam rangka untuk mencari bentuk strategi yang dilakukan oleh instansi yang dijadikan sampel penelitian. Seperti yang dijabarkan oleh Effendy (2005:39) sebagai berikut:

1. Mengenal Sasaran komunikasi
2. Pemilihan Media Komunikasi
3. Pesan Komunikasi
4. Komunikasi dalam Komunikasi

Model Komunikasi Strategis

Strategi komunikasi dalam penjelasannya harus didukung oleh konsep ataupun teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Pada penelitian ini, teori yang peneliti gunakan adalah model Komunikasi Strategis, dalam konteks ini sangat diperhitungkan dimensi-dimensi lingkungan internal dan lingkungan eksternal dalam penyampaian pesan kepada khalayak.

Pada model komunikasi strategis selalu ada hubungan timbal balik antara komunikator dan pesan, pesan dan khalayak, khalayak dan respon, respon dan komunikator, serta antara saluran komunikasi yang digunakan ada hubungan timbal balik dengan komunikator, pesan, khalayak, dan respon. Komunikasi itu berlangsung dalam kultur dalam konteks tertentu. (Iriantara, 2004:70).

Dalam model Komunikasi Strategis di atas terdapat 5 unsur yaitu:

1. Komunikator
2. Pesan
3. Komunikan
4. Respon
5. Saluran

Retribusi Daerah

Retribusi adalah pembayaran wajib dari penduduk kepada Negara karena adanya jasa tertentu yang diberikan oleh Negara bagi penduduknya secara perorangan (Siahaan, 2005:5)

Jasa tersebut dapat dikatakan bersifat langsung, yaitu hanya membayar retribusi yang menikmati balas jasa dari Negara. Hal ini berarti hak mendapat jasa dari pemerintah didasarkan pada pembayaran retribusi yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah dan dipenuhi oleh orang yang menginginkan jasa tersebut. Sesuai dengan peraturan perundang – undangan di Indonesia saat ini penarikan retribusi hanya dapat dipungut oleh pemerintah daerah.

Menurut Siahaan (2005:6), "Retribusi Daerah adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan atau diberikan oleh pemerintah daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan". Jasa adalah kegiatan pemerintah daerah berupa usaha dan pelayanan yang menyebabkan barang, fasilitas, atau kemanfaatan lainnya, dapat dinikmati oleh orang pribadi atau badan, dengan demikian bila seseorang ingin menikmati jasa yang disediakan oleh pemerintah daerah, ia harus membayar retribusi yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Ciri – ciri retribusi daerah :

1. Retribusi dipungut oleh pemerintah daerah
2. Dalam pemungutan terdapat paksaan secara ekonomis

3. Adanya kontraprestasi yang secara langsung dapat ditunjuk
4. Retribusi dikenakan pada setiap orang/badan yang menggunakan/mengenyam jasa – jasa yang disiapkan negara

Retribusi Parkir

Salah satu retribusi yang memberikan pengaruh bagi Pendapatan Asli Daerah yaitu retribusi parkir, yang dimaksud dengan retribusi parkir ialah pembayaran atas jasa pelayanan penyediaan tempat parkir yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah daerah. Retribusi parkir adalah sumber Pendapatan Asli Daerah yang bersumber dari masyarakat.

Pemungutan retribusi parkir adalah keseluruhan aktifitas untuk menarik atau memungut retribusi parkir sesuai dengan yang digariskan dalam rangka usaha untuk memperoleh pemasukan balas jasa dari sarana atau fasilitas yang telah disediakan oleh pemerintah Kota Pekanbaru. Retribusi parkir dipungut terhadap orang pribadi atau Badan yang mendapatkan jasa pelayanan parkir di lahan parkir yang disediakan Pemerintah Kota Pekanbaru.

Besarnya pungutan retribusi parkir selanjutnya ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Tarif retribusi parkir sendiri ditetapkan berdasarkan kebijakan daerah dengan mempertimbangkan biaya penyediaan lahan parkir, kemampuan masyarakat, dan aspek keadilan. Besarnya retribusi yang harus dibayar dihitung dari perkalian antara tarif dan tingkat penggunaan jasa parkir. Subyek dari retribusi parkir adalah pemakai jasa atau masyarakat yang memarkirkan kendaraan di tepi jalan umum atau tempat-tempat khusus, misalnya pusat perbelanjaan dan pertokoan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah pemetaan (*mind mapping*) yang dibuat dalam sebuah penelitian untuk menggambarkan alur pemikiran peneliti. Penyusunan kerangka pemikiran dalam penelitian ini berguna untuk memperjelas jalannya penelitian yang dilaksanakan. Kerangka pemikiran disusun berdasarkan konsep dari tahapan-tahapan penulis secara teoritis.

Untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru dalam Meningkatkan Penerimaan Retribusi Parkir di Kota Pekanbaru, maka peneliti menggunakan Model Komunikasi Strategis.

Dalam model komunikasi strategis dapat dilihat bagaimana panah itu bermata dua. Artinya selalu ada hubungan timbal balik antara komunikator, serta antara saluran komunikasi yang digunakan ada hubungan timbal balik dengan komunikator, pesan, khalayak, dan respon. Komunikasi itu berlangsung dalam kultur dan konteks tertentu (Iriantara, 2008:70).

Model komunikasi strategis yang dirumuskan oleh Iriantara selanjutnya diolah sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian. Komunikator dalam penelitian ini adalah bagian dari tim patroli rutin unit UPTD Parkir Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru. Pesan yang diberikan oleh pihak Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru ini adalah untuk mengubah sekaligus mempengaruhi kepercayaan maupun sikap dengan memberikan arahan / bujukan secara langsung dan intensif kepada oknum juru parkir liar agar mengikuti arahan Dinas Perhubungan untuk dibina. Selain itu, untuk mendukung proses penyampaian pesan tentunya dibarengi dengan pemilihan saluran media yang efektif

. Dengan pembahasan tersebut penulis akan melihat bagaimana strategi komunikasi Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru Dalam Meningkatkan

Penerimaan Retribusi Parkir di Kota Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Hardiansyah, 2010:9). Penelitian ini menggambarkan dan melukiskan keadaan subjek dan objek penelitian, pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak, kualitatif mencoba mendalami gejalanya dengan menginterpretasikan masalah dan mengumpulkan kombinasi dari berbagai permasalahan sebagaimana disajikan situasinya.

Penelitian ini dilaksanakan di kantor Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru. Subjek penelitian berjumlah 11 orang yang terdiri sebagai berikut :

1. Kepala UPTD Perparkiran Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru
2. Kasubbag TU UPTD Perparkiran Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru
3. Pengawas Regu I patroli UPTD Perparkiran Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru
4. Juru parkir resmi sebanyak 2 orang
5. Juru parkir tidak resmi sebanyak 4 orang
6. Masyarakat pengguna jasa parkir sebanyak 2 orang .

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisa data dalam penelitian ini mengacu pada Model Miler dan Huberman dengan melalui reduksi data, display atau penyajian data dan terakhir pengambilan kesimpulan atau verifikasi (Kriyantono, 2014:139).

Penulis memeriksa keabsahan data yang diperoleh dengan membandingkan data dari hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dengan isi dokumen dokumen kegiatan yang berkaitan. Selain

itu teknik keabsahan data juga menggunakan perpanjangan keikutsertaan dan dalam waktu yang panjang guna mendeteksi dan memperhitungkan distorsi yang mungkin mengotori data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Pemilihan Komunikator Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru dalam Meningkatkan Penerimaan Retribusi Parkir di Kota Pekanbaru

Hal pertama yang dilakukan dalam menyusun strategi komunikasi melalui model Komunikasi Strategis adalah perencanaan memilih komunikator untuk menyampaikan informasi mengenai sosialisasi dalam pengelolaan juru parkir liar guna meningkatkan penerimaan retribusi parkir Kota Pekanbaru.

Dalam menyampaikan informasi dan pesan yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran, strategi pemilihan komunikator memang harus dilakukan dengan tepat agar khalayak sasaran tersebut dapat yakin mengenai pesan dan informasi yang disampaikan.

Adapun komunikator yang bertugas untuk menyampaikan pesan pada saat sosialisasi tidak hanya satu orang sebagai komunikator, melainkan anggota yang ada di unit UPTD Perparkiran khususnya anggota dari tim patroli tersebut secara pasti sudah dapat menjadi komunikator/pembicara dari sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru. Alasannya yakni merekalah yang paling mengetahui dan mengenal bagaimana kondisi di lapangan serta perilaku dari juru parkir tersebut. Sehingga dapat lebih mudah bagi mereka untuk menyusun pesan yang akan disampaikan agar dapat diterima oleh juru parkir liar tersebut.

2. Strategi Penentuan Khalayak Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru dalam Meningkatkan Penerimaan Retribusi Parkir di Kota Pekanbaru

Strategi komunikator didukung dengan adanya penentuan khalayak sasaran komunikasi yang matang. Melakukan analisis terhadap khalayak sasaran komunikasi tentunya akan mempermudah sebuah lembaga untuk menentukan siapa komunikator yang nantinya akan menjalankan proses penyampaian pesan yang informative dan persuasif.

Khalayak yang menjadi sasaran Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru dalam menjalankan program pengelolaan parkir liar guna meningkatkan penerimaan retribusi parkir adalah Dalam melakukan sosialisasi, adalah para Juru parkir liar yang berada di ruas jalan Kota Pekanbaru. Alasannya ialah karena dengan banyaknya praktik juru parkir liar ini menyebabkan berkurangnya penerimaan retribusi parkir di kota Pekanbaru.

Tidak hanya juru parkir liar saja yang menjadi khalayak sasaran Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru, tetapi juga dari Juru Parkir resmi. Adapun yang menjadi criteria dari juru parkir resmi yakni yang tidak menggunakan atribut dengan lengkap dan juga oknum juru parkir resmi yang meminta tarif parkir lebih dari yang sudah ditetapkan.

Adanya pemilihan khalayak diatas, akan berkaitan dengan konsep komunikasi strategis. Khalayak akan berhubungan timbale balik dengan langkah Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru selanjutnya yakni menentukan strategi pengelolaan pesan. Hubungan khalayak dan pesan dalam komunikasi strategis sudah memiliki tanda panah bermata dua yang mengartikan adanya hubungan

atau sama lain. Maka dari itu tentu saja komunikasi strategis akan berjalan dengan baik ketika Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru menentukan khalayak seperti yang telah dijelaskan di pembahasan sebelumnya dengan tujuan untuk mengatur bagaimana pesan akan dibuat di tahap selanjutnya

3. Strategi Pesan Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru dalam Meningkatkan Penerimaan Retribusi Parkir di Kota Pekanbaru

Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru dalam merumuskan pesan yang akan disampaikan memiliki 3 hal yang harus diperhatikan dalam perencanaannya. Pertama, Inti pokok pesan. Pada bagian ini Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru ketika melakukan sosialisasi dengan menjabarkan pokok – pokok utama dari informasi yang disajikan.

Adapun strategi perencanaan pesan dengan menyampaikan inti pokok pesan ini berupa keuntungan bagi mereka jika mau mengikuti binaan untuk menjadi juru parkir resmi dari Dinas Perhubungan dan juga agar mereka menyadari dampak kerugian dari kegiatan yang mereka lakukan terhadap retribusi parkir di Kota Pekanbaru.

Kedua, Pengorganisasian Pesan. Pada bagian ini terdapat beberapa format yang digunakan yaitu format topical kemudian format spasial dan format pemecahan masalah. Pada format topical diangkat hal – hal yang dianggap penting. Adapun topic pentingnya yakni untuk mengurangi jumlah parkir liar dan meningkatkan penerimaan retribusi parkir. Selanjutnya, format spasial dan format pemecahan masalah, Pada bagian ini disusun berdasarkan ukuran masalah

dan pemecahannya. Dapat digambarkan permasalahan yang cukup besar dihadapi oleh Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru yakni kurangnya penerimaan retribusi parkir, oleh karena itu dilakukan razia dan sosialisasi langsung terhadap juru parkir liar guna meningkatkan retribusi parkir.

Ketiga, Gaya pesan. Yakni mengolah kata – kata dalam artian memilih dan menggunakan kata – kata secara tepat agar pesan dapat diterima oleh komunikan dengan baik. Adapun gaya penyampaian pesan secara verbal (face to face), karena sosialisasi dilakukan secara langsung disaat patrol sedang berjalan. Dari hasil wawancara dengan juru parkir didapati hasil bahwa masih terdapat penolakan dan keragu – raguan dari pelaku parkir liar terhadap system pembinaan yang dilakukan. Akan tetapi, terdapat juga beberapa oknum juru parkir liar yang mau dibina / dinaungi oleh Dinas Perhubungan tanpa harus adanya paksaan. Kemauan para pelaku parkir liar ini tidak lepas dari bentuk komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan secara intensif dan tepat sasaran.

4. Strategi Pemilihan Media Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru dalam Meningkatkan Penerimaan Retribusi Parkir di Kota Pekanbaru

Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru menggunakan media-media berupa website, baliho dan juga perlengkapan dari juru parkir resmi . Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru memiliki website resmi <https://dishub.riau.go.id/>. Website ini memiliki fungsi sebagai media berbagi informasi kegiatan dari Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru. Hal ini bertujuan agar media massa juga dapat membantu Dinas Perhubungan Kota

Pekanbaru dalam mensosialisasikan kegiatan pengelolaan parkir liar guna meningkatkan retribusi parkir kepada masyarakat.

Selain website resmi, Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru juga telah menyediakan baliho – baliho yang tersebar disepanjang ruas jalan Kota Pekanbaru. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui Peraturan Daerah yang mengatur tentang retribusi parkir dan tarif parkir yang sudah ditetapkan. Dengan bertambahnya pengetahuan masyarakat, diharapkan dapat membantu pemerintah dalam menanggulangi parkir liar dengan melaporkan dan tidak memberikan retribusi parkir kepada juru parkir liar.

KESIMPULAN

Dari penelitian yang dilakukan penulis terhadap Strategi Komunikasi Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru Dalam Meningkatkan Penerimaan Retribusi Parkir di Kota Pekanbaru , maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam menyampaikan informasi dan pesan yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran, strategi pemilihan komunikator memang harus dilakukan dengan tepat agar khalayak sasaran tersebut dapat yakin mengenai pesan dan informasi yang disampaikan. Adapun komunikator yang bertugas untuk menyampaikan pesan pada saat sosialisasi tidak hanya satu orang sebagai komunikator, melainkan anggota yang ada di unit UPTD Perparkiran khususnya anggota dari tim patroli tersebut secara pasti sudah dapat menjadi komunikator/pembicara dari sosialisasi yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru. Alasannya yakni merekalah yang paling mengetahui dan mengenal bagaimana kondisi di lapangan serta perilaku dari juru parkir tersebut. Sehingga dapat

- lebih mudah bagi mereka untuk menyusun pesan yang akan disampaikan agar dapat diterima oleh juru parkir liar tersebut
2. Khalayak yang menjadi sasaran Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru dalam menjalankan program pengelolaan parkir liar guna meningkatkan penerimaan retribusi parkir adalah Dalam melakukan sosialisasi, adalah para Juru parkir liar yang berada di ruas jalan Kota pekanbaru. Alasannya ialah karena dengan banyaknya praktik juru parkir liar ini menyebabkan berkurangnya penerimaan retribusi parkir di kota Pekanbaru. Tidak hanya juru parkir liar saja yang menjadi khalayak sasaran Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru, tetapi juga dari Juru Parkir resmi. Adapun yang menjadi criteria dari juru parkir resmi yakni yang tidak menggunakan atribut dengan lengkap dan juga oknum juru parkir resmi yang meminta tarif parkir lebih dari yang sudah ditetapkan.
 3. Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru dalam merumuskan pesan yang akan disampaikan memiliki 3 hal yang harus diperhatikan dalam perencanaannya. Pertama, Inti pokok pesan. Kedua, Pengorganisasian Pesan. Selanjutnya, format spasial dan format pemecahan masalah. Ketiga, Gaya pesan. Dari hasil wawancara dengan juru parkir didapati hasil bahwa masih terdapat penolakan dan keragu – raguan dari pelaku parkir liar terhadap system pembinaan yang dilakukan. Akan tetapi, terdapat juga beberapa oknum juru parkir liar yang mau dibina / dinaungi oleh Dinas Perhubungan tanpa harus adanya paksaan. Kemauan para pelaku parkir liar ini tidak lepas dari bentuk komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan secara intensif dan tepat sasaran.
 4. Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru menggunakan media-media berupa

website dan baliho. Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru memiliki website resmi <https://dishub.riau.go.id/>. Website ini memiliki fungsi sebagai media berbagi informasi kegiatan dari Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru. Hal ini bertujuan agar media massa juga dapat membantu Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru dalam mensosialisasikan kegiatan pengelolaan parkir liar guna meningkatkan retribusi parkir kepada masyarakat. Selain website resmi, Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru juga telah menyediakan baliho – baliho yang tersebar disepanjang ruas jalan Kota Pekanbaru. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat mengetahui Peraturan Daerah yang mengatur tentang retribusi parkir dan tarif parkir yang sudah ditetapkan. Dengan bertambahnya pengetahuan masyarakat, diharapkan dapat membantu pemerintah dalam menanggulangi parkir liar dengan melaporkan dan tidak memberikan retribusi parkir kepada juru parkir liar.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi acuan untuk mengembangkan lebih lanjut tentang strategi komunikasi pada pengelolaan juru parkir liar dalam proses meningkatkan penerimaan retribusi parkir di Kota Pekanbaru.
2. Bagi Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru, sebaiknya lebih meningkatkan tindakan sosialisasi untuk penertiban juru parkir liar di kota Pekanbaru, dan juga melakukan sosialisasi secara terus menerus secara insentif agar kegiatan parkir liar dapat ditertibkan dengan baik dan dapat membangun kepercayaan dari juru parkir liar sehingga permasalahan

- tidak tercapainya retribusi sesuai yang ditargetkan dapat teratasi .
3. Bagi Dinas Perhubungan agar dapat memberikan sistem pengawasan yang lebih baik lagi, seperti meningkatkan jumlah petugas/pengawas yang mendata kehadiran juru parkir liar di lapangan, dan juga meningkatkan kedisiplinan dari petugas pemungut retribusi dari kegiatan parkir di tepi jalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*, Bandung : CV. ARMICO
- Arsyad, Azhar. 2005. *Media Pembelajaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Bungin, Burhan. 2007. *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafield, 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Ghalia Indonesia
- _____ 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Depok: PT. Raja Grafindo
- Cutlip, Center & Broom. 2009. *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana
- Cutlip Scott M, et al, 2006. *Effective Public Relations*, Jakarta : Kencana
- David, Fred R, 2002. *Manajemen Strategi*, Edisi ke 7, Jakarta : PT. Prenhallindo
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Rosdakarya
- _____ 2003. *Hubungan Masyarakat Study Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- _____ 2011. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Husein, Umar. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Iriantara, Yosol. 2008. *Media Relations; Konsep Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Symbiosa Rekatama Media
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexsi J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Salusu, 2004. *Pengambilan Keputusan Strategik*, edisi 7. Jakarta : Grasindo
- Siahaan, Marihot P, S.E. 2005. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Sudjarwo, Basrowi. 2005. *Manajemen Penelitian Sosial*. Bandung: Mandar Maju
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukandar, Rumidi. 2012. *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Gadjah Mada University Press
- Syam, Nina Winang sih. 2001. *Perencanaan Pesan dan Media*. Universitas terbuka: Jakarta

Skripsi:

- Lestari, Nurcahyani Putri. 2016. Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Ketertiban Lalu Lintas Pada Satlantas Polresta Kota Palembang.
- Mulyana, Arif. 2012. Strategi Komunikasi Dalam Penataan Pedagang Kaki Lima di Shelter Guyub Rukun Manahan Kota Surakarta.
- Sari, Mega Purnama. 2017. Strategi Komunikasi Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Riau Dalam Pencapaian Riau Sebagai Pusat Kebudayaan Melayu DI Asia Tenggara Tahun 2020