

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi budaya, komunikasi, opini, dan konsensus dalam implementasi kebijakan relokasi PKL di Kota Yogyakarta antara tahun 2004 sampai 2010. Penelitian ini melibatkan sampel sebanyak 258 orang pedagang yang telah direlokasi di Pasar Buah dan Sayur Giwangan, Pasar Klithikan Pakuncen dan Pasar Satwa dan Tanaman Hias. Analisis data penelitian menggunakan pendekatan *mix method* dengan uji analisis *path analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi kebijakan relokasi PKL dilakukan secara kolaboratif antar elemen pemerintah melalui komunikasi interpersonal sebagai media utama, model sirkuler dan partisipatif sebagai pola komunikasi dominan dari pemerintah Kota Yogyakarta. Keberhasilan implementasi kebijakan relokasi PKL di Kota Yogyakarta dipengaruhi oleh dimensi budaya melalui proses komunikasi, pembentukan opini positif dan konsensus. Dengan keterlibatan dimensi-dimensi budaya dalam perilaku pemerintah dalam komunikasi kebijakan relokasi PKL di Kota Yogyakarta, maka dapat menciptakan kepatuhan, konformitas, melebur kekakuan sifat masyarakat yang *silent majority* dan *ewuh pakewuh* menjadi *vocal majority* serta tingkat asertivitas yang tinggi dari PKL. Oleh karena itu, tidak ada kebijakan relokasi PKL tanpa adaptasi budaya.

**Kata kunci:** *Dimensi budaya; komunikasi; opini; konsensus; kebijakan relokasi; PKL*

## **ABSTRACT**

*This research aims to prove the influence of the cultural dimension, communications, opinions and consensus in policy implementation of street vendors relocation in the Yogyakarta City from 2004 to 2010. The study involved a sample of 258 traders, who have been relocated at Giwangan Fruit and Vegetable Market, Klithikan Pakuncen Market, and Animal and Ornamental Market. Research data analysis using mixed method approach to test path analysis. The result of research shows that communication of street vendors relocation policy is done collaboratively between government element, through interpersonal communication media as main media and circular and participative model as dominant communication pattern from government of Yogyakarta city. The success of implementation of street vendors relocation policy in Yogyakarta City is influenced by accelerated cultural dimension through communication process, opinion and consensus formation. With the involvement of cultural dimensions in the behavior of the government in communications of street vendors relocation policy in the Yogyakarta City, it can create compliance, conformity, fused the stiffness of the nature of society silent majority and “ewuh pakewuh” become vocal majority and high level of assertiveness of street vendors. Therefore, there is no relocation policy of street vendors without cultural adaptation.*

**Keywords:** *Cultural dimensions; communication; opinion; relocation policy, street vendors*