

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia perdagangan. Era digital telah menghadirkan berbagai platform dan peluang baru bagi para pelaku usaha, termasuk pedagang kaki lima (PKL). Di tengah gempuran era digital, PKL dihadapkan pada tantangan untuk tetap eksis dan bersaing dengan berbagai usaha lain.

Kota Bandung merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi dan daya saing yang kuat melalui produk industri kreatif terbaiknya. Hal ini didukung oleh sumber daya manusia yang inovatif sebagai modal pembangunan ekonomi penduduk Kota Bandung. Produk utama terbaik adalah masakan, kerajinan tangan, dan fashion. Berbagai kebutuhan masyarakat semakin berkembang, terutama dalam kaitannya dengan penerapan berbagai fungsi ruang, hingga saat ini Kota Bandung terus berkembang menjadi kota yang modern dan dinamis.

Secara geografis Kota Bandung diuntungkan dengan potensi keindahan alamnya karena diapit oleh dataran rendah dan dikelilingi pegunungan. Apalagi Kota Bandung merupakan ibu kota Provinsi Jawa Barat, sehingga selain potensi keindahan alamnya, potensi lain Kota Bandung adalah menjadi pusat pemerintahan dan perekonomian Provinsi Jawa Barat. Oleh karena itu, tidak heran jika industri

kreatif di Kota Bandung berkembang pesat, salah satunya di bidang kuliner. Hal ini dibuktikan dengan bertambahnya pilihan yang tersedia, mulai dari makanan local yang disajikan di restoran hingga makanan asing yang disajikan di kafe dan *street food* di berbagai tempat di sekitar kota Bandung.

*Street Food* Lengkong Kecil Bandung merupakan salah satu kawasan kuliner favorit di kota Bandung yang terkenal dengan berbagai jajanan kaki lima. Kawasan ini menjadi tempat berkumpulnya para PKL yang menawarkan beragam hidangan lezat dengan harga terjangkau. Keberadaan PKL di *Street Food* Lengkong Kecil Bandung tidak hanya menjadi sumber penghasilan bagi para pedagang, tetapi juga menjadi bagian penting dari budaya dan identitas kota Bandung. Lengkong *Street Food* terletak di Jl. Lengkong Kecil yang berada tak jauh dari pusat kota Bandung ini buka mulai pukul 18.00 hingga 00.00 WIB. Di sini tersedia berbagai makanan dan minuman atau jajanan yang unik dan berbeda, mulai dari makanan khas kota Bandung hingga makanan dari luar daerah.

Komunitas PKL memiliki peran penting dalam masyarakat, yaitu sebagai Penyedia Lapangan Kerja. Komunitas PKL menyediakan lapangan kerja bagi banyak orang, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan pendidikan dan keterampilan. Komunitas PKL berkontribusi pada perekonomian lokal dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Komunitas PKL sering kali menjual makanan, minuman, dan kerajinan tangan tradisional yang mencerminkan budaya lokal. Penghasilan para PKL menjadi sumber kehidupan bagi diri mereka dan keluarga mereka.

Di era digital, komunitas PKL menghadapi beberapa tantangan, PKL harus bersaing dengan usaha online yang semakin mudah diakses oleh pelanggan. Keterbatasan Akses Teknologi sangat mempengaruhi juga karena Tidak semua PKL memiliki akses yang mudah terhadap teknologi digital, seperti smartphone dan internet. Keterampilan Digital Rendah, Beberapa PKL memiliki keterampilan digital yang rendah sehingga sulit untuk menggunakan teknologi digital secara efektif. Di satu sisi, TikTok dapat membantu pedagang kaki lima memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak konsumen dengan cara yang kreatif dan inovatif. Di sisi lain, kecemasan dan ketidakpastian muncul karena kurangnya pengetahuan tentang teknologi, ketakutan akan perubahan, serta persaingan yang semakin ketat di dunia digital.

Komunikasi merupakan aspek penting dalam menjalankan usaha, termasuk bagi PKL. Para PKL perlu berkomunikasi dengan berbagai pihak, seperti pelanggan, sesama pedagang, dan pemerintah. Di era digital, komunikasi PKL tidak hanya terbatas pada komunikasi tatap muka, tetapi juga melalui berbagai platform digital.

Dinamika komunikasi pedagang kaki lima di era digital menjadi subjek penelitian yang menarik, mengingat dampak teknologi informasi dan komunikasi (TIK) terhadap pola interaksi sosial dan bisnis mereka. Dengan semakin meluasnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone di Indonesia, banyak pedagang kaki lima juga mulai mengadopsi teknologi untuk meningkatkan efisiensi usaha mereka, berinteraksi dengan pelanggan, dan mengelola operasional harian. Transformasi digital juga memberikan dampak signifikan pada PKL di Lengkong Kecil. Adopsi

teknologi seperti pemesanan online, media sosial untuk promosi, atau aplikasi pembayaran digital telah mempengaruhi cara PKL beroperasi dan berkomunikasi. Beberapa PKL mungkin telah menyesuaikan diri dengan tren ini untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Komunikasi Melalui Media Sosial, PKL memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk mempromosikan usaha mereka, berinteraksi dengan pelanggan, dan membangun citra merek. Media sosial memungkinkan PKL untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan awareness terhadap usaha mereka.

Komunikasi Melalui Platform Online, PKL menggunakan platform online seperti GoFood dan GrabFood untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan mempermudah proses pemesanan. Platform online memungkinkan PKL untuk melayani pelanggan di luar lokasi mereka dan meningkatkan pendapatan mereka.

Komunikasi dengan Komunitas PKL saling berkomunikasi dan bertukar informasi dengan sesama PKL untuk saling membantu dan mendukung. Komunitas PKL dapat menjadi sumber informasi dan inspirasi bagi para PKL dalam menjalankan usaha mereka.

Namun, Para pedagang kaki lima di Lengkong Kecil, yang sebagian besar tidak memiliki latar belakang teknologi yang memadai, merasakan tekanan untuk mengikuti tren digital agar dapat bersaing dan tetap eksis. Perubahan ini tidak hanya menuntut adaptasi dalam cara berkomunikasi dengan konsumen, tetapi juga mempengaruhi cara mereka mengelola usaha sehari-hari. Dinamika komunikasi

dalam komunitas ini menjadi sangat kompleks, melibatkan interaksi antara pedagang, konsumen, dan teknologi digital.

Kecemasan yang dirasakan oleh para pedagang kaki lima ini berakar dari ketidakpastian tentang bagaimana menggunakan TikTok secara efektif untuk mempromosikan produk mereka, serta kekhawatiran akan dampak negatif yang mungkin timbul. Mereka harus belajar dan beradaptasi dengan cepat untuk menghindari tertinggal dari kompetitor yang lebih maju dalam memanfaatkan media sosial. Selain itu, ketidakpastian tentang keberlanjutan usaha mereka dalam menghadapi perubahan yang cepat ini menambah beban psikologis yang harus mereka tanggung.

Dengan latar belakang ini, penelitian tentang dinamika komunikasi pada komunitas pedagang kaki lima di Lengkong Kecil dalam mempertahankan usaha di era digital menjadi sangat relevan. Studi ini akan mengkaji bagaimana para pedagang menghadapi kecemasan dan ketidakpastian, serta bagaimana mereka memanfaatkan TikTok sebagai media promosi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan tentang strategi komunikasi yang efektif untuk membantu pedagang kaki lima mengatasi tantangan digital dan mempertahankan keberlangsungan usaha mereka.

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan di atas, maka peneliti menentukan yang akan menjadi fokus penelitian ini yakni mengenai

dinamika komunikasi yang terjadi di antara komunitas pedagang kaki lima di Lengkong Kecil dalam upaya mereka mempertahankan usaha di era digital. Fokus utama akan diarahkan pada bagaimana kecemasan dan ketidakpastian mempengaruhi komunikasi antar pedagang, interaksi dengan pelanggan, serta strategi yang mereka kembangkan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana pedagang kaki lima mengelola kecemasan dan ketidakpastian saat dalam mempromosi usaha mereka di era digital?
2. Bagaimana Dinamika Komunikasi Pada komunitas terhadap Interaksi dengan sesama pedagang kaki lima membantu dalam berbagi informasi dan strategi penggunaan media sosial?
3. Keterampilan komunikasi antar anggota komunitas dalam mengurangi kecemasan dan ketidakpastian pedagang pada era digital ?
4. Efektivitas media sosial TikTok dalam membantu pedagang kaki lima mengelola kecemasan dan ketidakpastian terkait usaha mereka ?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kecemasan dan ketidakpastian saat mempromosikan usaha mereka di kawasan Lengkong Kecil seiring dengan penetrasi teknologi digital.

2. Untuk mengetahui interaksi dengan sesama pedagang kaki lima membantu dalam berbagi informasi dan strategi penggunaan media sosial dalam membentuk pola komunikasi dan jaringan komunitas PKL di era digital.
3. Untuk mengetahui Keterampilan komunikasi antar anggota komunitas dalam mengurangi kecemasan dan ketidakpastian pedagang pada era digital.
4. Untuk mengetahui Efektivitas media sosial TikTok dalam membantu pedagang kaki lima mengelola kecemasan dan ketidakpastian terkait adopsi teknologi membantu PKL meningkatkan akses pasar dan menjalin kemitraan bisnis yang lebih efektif, ataukah ada hambatan atau masalah yang muncul seiring dengan transformasi ini.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik secara akademis maupun praktis, antara lain :

### **1.3.3 Kegunaan Akademis**

1. Menjadi manfaat untuk kemajuan ilmu pengetahuan dan penelitian yang mendukung perkembangan Ilmu Komunikasi
2. Menjadi wawasan baru bagi tentang platform media social dalam membantu pedagang kaki lima mengelola kecemasan dan ketidakpastian terkait adopsi teknologi PKL di era digital.

3. Menjadi Referensi yang akan digunakan dalam penelitian selanjutnya.

#### **1.3.4 Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penulis dalam mengimplementasikan ilmu tentang pola komunikasi.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi para pedagang agar bisa lebih berkembang dalam mempertahankan usahanya dalam setiap kondisi khususnya di era digital pada jaman ini.
3. Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi tentang ilmu komunikasi dan menjadi wawasan baru bagi peneliti selanjutnya