

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Public relations atau hubungan masyarakat (Humas) memiliki peran dan fungsi yang penting dalam pengembangan organisasi. Peran tersebut menuntut organisasi untuk membangun hubungan baik dengan *public*, sehingga diperlukan humas yang menangani masalah tersebut agar organisasi atau lembaga tidak mengecewakan *public*. Humas mempunyai tugas menciptakan, memelihara, meningkatkan dan memperbaiki citra organisasi atau lembaga di mata *public*.

Kata *public relations* sendiri berasal dari bahasa Inggris yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi hubungan masyarakat atau humas. Seperti yang disampaikan oleh Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul “Hubungan Masyarakat”, bahwa kurang tepatnya terjemahan *public relations* menjadi hubungan masyarakat, menyangkut makna istilah *public*. Terjemahan *relations* menjadi “hubungan” dapat dinilai tepat, tetapi terjemahan *public* menjadi “masyarakat” tampaknya kurang kena, sebab “masyarakat” mengarah ke pengertian *society*, sedangkan sasaran kegiatan *public relations* bukanlah seluruh manusia yang menghuni suatu wilayah di sebuah Negara.¹

Public relations memuat seperangkat keterampilan dan strategi praktis yang didesain untuk meningkatkan reputasi sebuah organisasi, membantu

¹Ropingi El Ishaq, *Public Relations* (STAIN Kediri press, 2015), hlm. 6

memperkuat hubungan dengan audiens penting, dan memungkinkan organisasi tersebut mengatasi berbagai krisis karena memiliki posisi yang kuat. Tujuan sebenarnya dari *pubic relations* adalah membangun reputasi yang bagus.²

Organisasi dengan lingkungan kehidupan organisasi ada dalam suatu lingkungan yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap kerja organisasi. Lingkungan tersebut merupakan suatu situasi atau kondisi fisik maupun nonfisik yang mempunyai pengaruh terhadap pelaksanaan tugas dan fungsi organisasi demi mencapai tujuan organisasi. Efektivitas dan efisien kerja suatu organisasi dapat berhasil ketika organisasi beradaptasi atau berintegrasi dengan lingkungan tersebut.³ Peran praktisi *public relations* yang bekerja untuk organisasi adalah mengidentifikasi kategori dari berbagai publik mereka dan kemudian mengorganisasi program komunikasi untuk menghadapi permasalahan yang ada. Peran praktisi *pubic relations* untuk organisasi adalah mengidentifikasi kategori *public* dan kemudian mengorganisasi program komunikasi untuk menghadapi permasalahan yang ada⁴

Sebelum melakukan kegiatan *public relations*, pejabat *public relations* harus memperhitungkan sasaran dan strategi, perencanaan dan anggaran, serta penelitian dan evaluasi. Lingkungan sekitar yang menjadi cakupan

²Ibid., 29

³Prof. Dr. Alo Liliweri, M.S., *Sosiologi Dan Komunikasi*. PT Bumi Aksara, hlm. 238

⁴Kith Butterick, *Pengantar Public Relation*. PT Raja Grafindo Persada, hlm. 29

organisasi atau perusahaan harus mencerminkan seluruh tujuan-tujuan bisnis. Dalam hal ini pula sudah tercermin strategi dan sasaran.⁵

Wisata sendiri adalah ilmu atau seni dan bisnis yang dapat menarik dan menghimpun pengunjung, termasuk didalamnya berbagai akomodasi dan catering yang dibutuhkan dan diminati oleh pengunjung. Pengkajian yang lebih menekankan pada aspek fisik dan ekonomis. Dalam perkembangan berikutnya, kajian pariwisata dari aspek sosial budaya semakin mendapat perhatian. Hal ini terutama disebabkan semakin meningkatnya kesadaran bahwa pembangun kepariwisataan tanpa mempertimbangkan aspek sosial budaya secara matang justru akan mendatangkan malapetaka bagi masyarakat. Kepariwisataan mempunyai dampak yang sangat besar terhadap mobilitas *social vertical*. Perkembangan ekonomi yang disebabkan oleh pengembangan sector pariwisata telah menyebabkan tumbuhnya kelas-kelas baru, yang senantiasa berada dalam situasi kompetitif dengan kelas menengah yang telah ada sebelumnya.⁶

Pamekasan tempat wisata yang sangat lumayan lengkap. Dari mulai wisata pantai, wisata pegunungan alam, sampai dengan air terjun, semua dapat ditemukan dengan sangat mudah di Kabupaten Pamekasan. Pamekasan adalah salah satunya wilayahnya di Kabupaten provinsi Jawa timur, tepatnya di pulau Madura,. Kabupaten ini berbatasan dengan secara langsung dengan laut jawa di bagian utara, dengan selat pulau Madura di sebelah selatan, Kabupaten Sumenep dan Kabupaten Pamekasan. Walaupun

⁵Prof. Dr. Soleh Soemirat, M.S., *Dasar-Dasar Public Relation* (PT Remaja Rosdakarya), hlm. 95
⁶Suryo Sakti Haiwijoyo, *Desa Wisata Berbasis Masyarakat* (Yogyakarta : Suluh Media, 2018), hlm. 14

Kabupaten Pamekasan ini tidak berstatus sebagai kabupaten wisata, tapi daya tarik wisatanya sangat tergolong potensial.⁷

Beberapa wisata yang ada di Kabupaten Pamekasan Pantai Talang Siring adalah tempat penelitian yang tepat dari beberapa wisata yang ada di Kabupaten Pamekasan. Potensi Pantai Talang Siring ini memiliki jenis atraksi dan keunikan. Wisata Pantai Talang Siring yang mempunyai pemandangan indah dan ombaknya yang tenang dibanding dengan wisata pantai yang ada di pamekasan serta letak yang strategis berada di jalan arteri. Pantai Talang Siring sendiri mempunyai potensi seperti kebersihan yang selalu dijaga dan peraturan yang harus ditaati oleh pengunjung. Pertahunnya di Pantai Talang Siring selalu ada acara seperti petik laut, pengajian, sholawat, saronen untuk mensyukuri apa yang sudah di kasih laut untuk nelayan.⁸

Pantai Talang Siring adalah tempat pariwisata yang ada di desa Montok, Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan yang sekarang sudah banyak dikunjungi wisatawan, pantai Talang Siring yang dulunya kotor dan kumuh sekarang sudah menjadi tempat yang bersih. Bertambahnya fasilitas wisatanya seperti hutan mangrove, kolam renang anak kecil, taman bermain. Menurut Bapak Rahman selaku pengelola Pantai Talang Siring, menceritakan asal mula tempat Pantai Talang Siring sendiri adalah dimana dulu adalah tempat orang singgah untuk orang yang lewat di selat jawa tempat peristirahatannya dipantai Talang Siring. Disitulah Pantai Talang

⁷Alifiana Hafidian Rizkiyani, *Pengembangan Kawasan Pantai Talang Siring*. ITS Surabaya, . 2 .

⁸Ibid..3

Siring sekarang sudah menjadi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan luar Madura, bapak rahman itu sendiri sudah lama mengelola pantai talang siring, mulai dari tahun 2013 sampai sekarang sudah banyak yang diperbaiki dipantai talang siring.⁹Menurut bapak rahman banyaknya pengunjung yang datang ke Pantai Talang Siring dari Januari sampai Desember Tahun 2019. Dari tahun ketahun wisata Pantai Talang Siring banyak sekali peningkatan pengunjung, di Tahun 2018 pengunjung hanya sebanyak 7.321 dan Tahun 2019 pengunjung semakin banyak yaitu berjumlah 8.328. Peningkata ini yang membuat dinas Pariwisata Talang Siring menambah wisatanya dan memperbaiki pantai talang siring.¹⁰

Kepala disparbud pamekasan Achmad Sjaifuddin menuturkan pada hari-hari biasa wisatawan yang berkunjung ke pantai yang berlokasi di Desa Montok, bisa mencapai 2.500 wisatawan. Sehingga menurutnya, tidak salah kemudian pada momentum libur lebaran kali ini pihaknya menargetkan tiket masuk ditambah menjadi 8000. Untuk mencapai target itu, pelayanan prima dari petugas yang ada dilokasi tersebut ditingkatkan.¹¹

Tabel 1.1

Daftar Data Pengunjung Pantai Talang Siring 2019

Data Pengunjung 2019	Jumlah
Januari	654
Februari	576

⁹Rahman, Pengelola Pantai Talang Siring, Wawancara langsung, 18 Januari 2020.

¹⁰Ibid.

¹¹Achmad Sjaifuddin, Kepala Disparbud, Wawancara langsung, 3 desember 2021.

Maret	766
April	457
Mei	943
Juni	531
Juli	873
Agustus	689
September	629
Oktober	731
November	548
Desember	931
Jumlah	8.334

Data statistik di atas menunjukkan bahwa Pantai Talang Siring adalah tempat wisata yang banyak didatangi oleh pengunjung. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung, Pemkab Selaku pengelola pantai Talang Siring terus berinovasi. Misalnya, menambah sport dan melengkapi objek wisata yang terletak di desa Montok tersebut.

Dengan demikian peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi *public relations* dinas pariwisata Kabupaten Pamekasan dalam mengelola pantai talang siring.

B. Rumusan Masalah

Dari pemaparan konteks penelitian di atas, peneliti dapat menguraikan beberapa fokus penelitian yang akan diteliti. Fokus penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Apa peran *public relations* Dinas Pariwisata Kabupaten Pamekasan terhadap pantai Talang Siring?
2. Bagaimana strategi *public relations* Dinas Pariwisata Kabupaten Pamekasan dalam mengelola pantai Talang Siring?

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian di atas, maka peneliti dapat menguraikan tujuan penelitian yang akan dilakukan, yaitu mengetahui strategi *public relations* Dinas pariwisata Kabupaten Pamekasan dalam mengelola Pantai Talang Siring di desa Montok Kecamatan Larangan, dan mengetahui peran *public relations* Dinas pariwisata Kabupaten Pamekasan terhadap Pantai Talang Siring.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang baik demi kemajuan, selain untuk menambah wawasan, penelitian ini diharapkan juga mampu memberikan manfaat kepada masyarakat.

2. Bagi perpustakaan IAIN MADURA

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai tambahan referensi keilmuan (kajian pustaka) bagi mahasiswa komunikasi penyiaran islam, khususnya dalam aspek kehumasan dan *public relations*.

3. Bagi masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru bagi masyarakat secara umum, mahasiswa dan akademisi di lingkungan vasilitas akademika.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam menafsirkan arti pada penelitian, maka diperlukan penegasan istilah yang terdapat pada penelitian ini, yakni sebagai berikut.

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.¹² Artinya strategi yaitu segala tindakan ataupun kebijakan yang telah disepakati bersama dalam organisasi atau lembaga demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama.

2. Pengertian *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)

Public Relations adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan menjaga nilai baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.¹³ Dengan demikian *public relations* merupakan usaha terencana yang dilakukan secara terus menerus sehingga dapat menciptakan nilai baik antara organisasi dan publiknya.

¹²Diana Setyawati, *Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Halal Tourism Di Syariah Hotel Solo* (IAIN Surakarta: Skripsi, 2017), hlm. 17.

¹³Ropingi El Ishaq, *Kuliah Public Relations*, hlm. 5.

3. Pengertian Dinas Pariwisata

Dinas pariwisata adalah struktur pelaksanaan urusan pemerintahan dalam bidang pariwisata dan kebudayaan yang menjadi suatu kewenangan daerah. Sebagaimana dinas pariwisata dipimpin oleh kepala dinas dan jabatannya dibawah bupati dan bertanggung jawab melalui sekretaris daerah.¹⁴

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Adapun kajian terdahulu yang diteliti oleh Effid Laksana Putra yang berjudul “ *Aktivitas Public Relations Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata, Pendidikan Dan Budaya Di Museum Benteng Vredeborg Daerah Istimewa Yogyakarta*”, menjelaskan aktivitas *public relation* dalam memberikan informasi kepadamasyarakat akan pentingnya museum. Selain sebagai wahana liburan, museum juga menjadi media pembelajaran. Salah satu strategi yang digunakan oleh humas atau *public relations* di museum ini yakni dengan memperbaiki sumber daya manusia (SDM) dalam melayani pengunjung dan melengkapi fasilitas demi kenyamanan pengunjung.¹⁵

Penelitian dilakukan oleh Muhammad Khoirul Ariza skripsinya pada tahun 2017 berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu yang Objek Wisata Air Desa Sebagai Desa Wisata Mandiri Di Klaten”¹⁶. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerapan konsep strategi komunikasi

¹⁴<http://banyuwangi.go.id/skpd/unit/21601/dinas-kebudayaan-dan-pariwisata.html>

¹⁵Effid Laksana Putra, *Aktivitas Public Relation Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata, Pendidikan Dan Budaya Di Museum Benteng Vredeborg Daerah Istimewa Yogyakarta*, (UIN Yogyakarta: Skripsi, 2015), hlm. 4-5.

¹⁶Muhammad Khoirul Ariza, “Strategi Pemasaran Terpadu Objek Wisata Air Desa Ponggok Sebagai Desa Wisata Mandiri di Klaten” Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017.

pemasaran terpadu di Desa Wisata Ponggok. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara secara mendalam. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menghasilkan bahwa desa wisata ponggok menerapkan strategi komunikasi pemasaran terpadu dengan menggunakan *advertising, personal selling, sales promotion, direct marketing* dan *public relations* sebagai upaya menjadikan Desa Ponggok menjadi Desa wisata mandiri. Strategi komunikasi pemasaran antara lain berfokus pada image, daya tarik alam, dukungan masyarakat dan kemajuan teknologi informasi.

Penelitian dilakukan oleh Agus Ananto Widodo, Hesti Lestari. Judul jurnal “Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Semarang”¹⁷. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pariwisata Kabupaten Semarang memiliki beberapa faktor pendukung misalnya objek wisata yang beragam dan terus bertambah, lingkungan ekonomi, politik dan sosial budaya yang kondusif, kemampuan SDM yang mumpuni. Di sisi lain pengembangan pariwisata Kabupaten Semarang juga mempunyai faktor pendukung menjadi penghambat diantaranya adalah sector industri yang belum mendukung pariwisata, penyediaan informasi yang belum maksimal, penggunaan teknologi yang belum maksimal, kurangnya anggaran, kurangnya jumlah SDM, dan lain-lain.¹⁷

Sementara yang menjadi objek penelitian pada penelitian disini adalah mengkaji tentang strategi *Public Relations* Dinas Pariwisata

¹⁷Agus Ananto Widodo, Hesti Lestari, “Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Semarang”¹⁷ journal of Public Policy and Manajemen, 2016.

Kabupaten Pamekasan dalam Mengelola Pantai Talang Siring yang lebih menekankan kepada langkah-langkah yang digunakan *public relations* Dinas Pariwisata Kabupaten Pamekasan untuk menarik pengunjung lebih banyak.