

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam sebuah instansi maupun komunitas tentu membutuhkan nilai positif dari semua pihak, utamanya masyarakat luas. Hal ini akan menjadi tolak ukur sejauh mana peran organisasi atau komunitas tersebut bermanfaat bagi lingkungannya. Karena itu, citra positif sangatlah perlu ditampilkan. Komunikasi publik yang harus dilakukan oleh sebuah organisasi akan beradaptasi dengan lingkungan tempat berkembangnya sebuah organisasi. Sebab dukungan dan partisipasi sekitar dalam eksistensi sebuah organisasi.

Menurut F. Rachmadi, dalam tulisan Elvinaro,¹ pengertian “publik” dalam *public relations* tidak sama dengan pengertian publik dalam ilmu Psikologi Sosial maupun Sosiologi, yaitu orang-orang yang sama-sama menaruh perhatian terhadap suatu masalah atau kepentingan tanpa harus ada kedekatan tempat.

Karena berkenaan dengan pemecahan masalah, masyarakat butuh kaum intelektual yang mampu menyelesaikan masalah dan mampu untuk menginterpretasikan ke dalam bahasa lisan maupun tulisan.² Berdasarkan hal tersebut, hubungan masyarakat bagi sebuah institusi memiliki pengaruh penting terhadap perkembangan institusi disamping kemampuan komunikasi dalam menghadapi berbagai permasalahan yang terjadi.

¹ Elvinaro Ardiyanto, Teori dan Metodologi Penelitian Public Relation, “*jurnal mediator*” vol. 5, no. 2, thn. 2004, 232.

² Fatia Fatimah, Kemampuan Komunikasi Matematis dan Pemecahan Masalah melalui Problem Based-Learning “*Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*” vol, 16, no. 1, 2012.

Citra dapat dipahami sebagai suatu pesan, gambaran, dan sesuatu yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu objek (benda, orang, organisasi/ perusahaan) baik kesan tersebut muncul dengan sendirinya ataupun sengaja dibentuk oleh seseorang atau perusahaan yang bersangkutan.³

Dengan citra, bisa menumbuhkan kepercayaan tersendiri bagi komunitas atau instansi tersebut dan juga dapat menjalin hubungan baik antar semua pihak. Karenanya, perlu komitmen bersama dalam menjaga citra suatu instansi atau komunitas agar nilai-nilai di dalamnya tetap terjaga dengan baik.

Maka dari itu, untuk tetap menjaga nama baik komunitas atau instansi perlu kiranya memiliki jiwa sosial atau berhubungan langsung dengan masyarakat, karena disadari atau tidak masyarakat yang akan menilai suatu komunitas atau instansi itu sendiri, maka dari itulah perlu kiranya harus cerdas menggunakan *public relations* di tengah kehidupan masyarakat. Karena itu dalam hal ini membutuhkan konstruksi citra positif dalam lingkup yang kecil maupun besar agar keberadaan sebuah organisasi atau kelompok dapat diperhitungkan.

Citra merupakan tujuan utama sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dicapai dalam hubungan masyarakat (kehumasan) atau dalam *public relations*. Pengertian citra itu sendiri masih abstrak (intangible) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik dan buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.⁴

³ Roping El Ishaq, *Publik Relations Teori dan Praktik* (Malang: Intrans Publishing, 2017), 161.

⁴ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi* (Jakarta: Raha Grafindo Persada, 2005), 74.

Inilah yang kemudian menjadi barometer sukses atau tidaknya sebuah komunitas yang sudah dibangun ditengah-tengah kehidupan masyarakat, maka perlu citra menjadi poin penting di dalam sebuah komunitas atau organisasi. karena dengan pencitraan, komunitas atau organisasi bisa hidup dan masyarakat bisa menilai baik terhadap suatu komunitas.

Dalam tulisan yang ditulis oleh Dio Alif Pratama⁵ menunjukkan bahwa salah satu pembentukan citra yang dilakukan oleh sebuah organisasi baik dari organisasi profit ataupun non profit akan memberikan dampak positif bagi sebuah lembaga. Dicontohkan dalam tulisan tersebut, strategi humas yang dilakukan Pemerintah kota Palembang. Melalui tulisannya, ia memaparkan bahwa keberhasilan dalam memperoleh berbagai penghargaan nasional tidak lepas dari pembentukan citra serta komunikasi publik yang dilakukan.

Seperti halnya yang terjadi di komunitas Gerakan Muda Pantura (Gempa) di Desa Sana Laok. Gempa merupakan salah satu komunitas pecinta motor yang ada di Desa Sana Laok, berbagai macam merk motor yang ada di dalam komunitas gempa seperti, Jupiter, Vega, Vixion, Honda, dan motor Satria FU. Kebanyakan motor yang di gunakan oleh komunitas gempa rata-rata motor satria FU, tidak hanya sebatas suka, tetapi juga bergerak dibidang modifikasi motor, agar motor terlihat beda dan menarik, eksis dan keren.

Tidak jauh dengan Komunitas GEMPA, berdirinya komunitas gempa ini merupakan inisiatif dari seorang pemuda bernama Makki Tripel S komunitas yang

⁵Dio Alif Utama, strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra pemerintah kota Palembang”, (Skripsi UIN Raden Fatah Palembang, 2018), 76.

dilatar belakangi sebab adanya tradisi atau kebiasaan kaum pemuda, dan juga adanya keresahan dari seorang Makki Tripel S melihat banyaknya pemuda Sana Laok tidak memiliki tujuan yang jelas dan tidak terarah. sehingga dari itu, ia mempunyai niat untuk membangun sebuah komunitas yang diberi nama komunitas Gempa dengan alasan supaya pemuda di Desa Sana Laok terakomodir. Karena jika di biarkan begitu saja akan semakin liar, maka perlu mempersiapkan sebuah wadah untuk menampung kaum muda. Terbentuknya wadah tersebut, mendapat tanggapan beragam dari masyarakat Sana Laok.

Masyarakat menilai Komunitas Gempa sebagai komunitas motor yang negatif, walaupun ada pula yang menilai sisi positif dengan berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan yang mampu memberikan kesadaran terhadap masyarakat bahwa penilaian buruk tersebut mampu tersingkirkan, misal dengan adanya kegiatan baksos yang dilakukan oleh komunitas tersebut. Tidak hanya itu, Terdapat berbagai profesi dalam komunitas gempa antara lain: mahasiswa, siswa dan pengangguran.

Walaupun di komunitas Gempa ini dianggap jelek dalam pandangan masyarakat Sana Laok akan tetapi pemudanya tidak pernah putus asa dalam menjalani hobinya sehari –hari meskipun hobinya cuman jalan jalan dan trek-trekan,kebiasaan pemuda dalam dunia trek-trekan itu ada jadwal tersendiri dalam satu minggu sekali, yaitu berketepatan pada malam minggu pada jam 01 dini hari sampai jam 03 pagi di jalan simpang tiga Sana Laok Dusun Lanpelan. Kebiasaan itu tidak cukup memakai sepeda motor yang ukuran standar melainkan memodifikasi dengan memakai kenalpot telo atau blong. Sehingga demikian secara otomatis menjadi salah satu keresahan masyarakat sekitar terutama masyarakat Sana

Laok. Oleh karena itu masyarakat Sana Laok menganggap komunitas Gempa sebagai komunitas yang merusak etika pemuda dan para pelajar di Desa Sana Laok.

Di samping itu masyarakat juga menilai komunitas Gempa tidak memiliki sikap (*attitude*) yang baik. Seperti halnya dari segi komunikasi, etika, rambut dan pakaian, sehingga kemudian citra positifnya tidak tampak sama sekali malah yang lebih menonjol citra negatif. Meskipun kebiasaan pemuda komunitas Gempa sudah dianggap keluar dari etika dan moral akan tetapi disisi yang lain masih ada citra positifnya dalam menjalani hal hal yang menyangkut kemanusiaan seperti halnya, membangun kerukunan, kebersamaan, dan saling tolong menolong diantara sesama khususnya dalam kepentingan masyarakat sekitar serta ikut andil dalam melestarikan lingkungan seperti halnya, bakti sosial yang ada di Desa Sana Laok. Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (*respek*), kesan –kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra komunitas atau lembaga.⁶

Solomon menyatakan semua sikap bersumber pada organisasi kognitif-pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Tidak akan nada teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitif. efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang, citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi–informasi yang diterima oleh seseorang.⁷

⁶ Ibid.,74.

⁷ Soleh Soemirat, *Dasar-Dasar Public Relarion* (Bandung: PT. Ramaja Rosdakarya, 2010), 114.

Berangkat dari fenomena diatas diperlukan sebuah strategi khusus melalui pendekatan komunikasi agar bias membentuk opini positif terhadap masyarakat, dan juga pendampingan secara utuh agar supaya organisasi Gempa tetap harum di tengah masyarakat. Hal ini tidak lain untuk mengubah pola pikir masyarakat mengenai komunitas tersebut, juga membangun opini publik yang baik.⁸Opini publik merupakan suatu ungkapan keyakinan yang menjadi pegangan bersama di antara para anggota, para kelompok atau publik, mengenai suatu masalah kontroversial yang menyangkut kepentingan umum.⁹ Karenanya, dengan demikian dibutuhkan peran dari seorang humas (hubungan masyarakat) atau yang kerap kali dikenal *public relations* untuk mengubah persepsi masyarakat. *Public relations* atau humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.¹⁰

Pendekatan komunikasi merupakan poin penting bagi setiap individu maupun kelompok, karena dengan melakukan suatu komunikasi maka manusia dapat memahami apa yang akan di sampaikan oleh manusia lainnya. Dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, komunitas sebagai komunikator melakukan pendekatan komunikasi dengan bahasa verbal dan non verbal. Sebab

⁸ Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), 2.

⁹ Betty Wahyu Nilla Sari, *Humas Pemerintah*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2012), 14.

¹⁰ Ibid., 2.

keberhasilan komunitas dapat dilihat dari efek komunikasi komunikator kepada komunikan baik secara verbal maupun non verbal.¹¹

Untuk menunjang pendampingan, pihak selalu memotivasi dengan binaan dan bermaksud mendorong keinginan untuk memperbaiki taraf hidupnya. Kegiatan pendampingan berfokus untuk mengubah kebiasaan hidup komunitas saat dijalankan dengan kebiasaan hidup baru yang sesuai dengan norma di masyarakat, perubahan itu terlihat dari perilaku yang dilakukan.¹²

Dengan demikian peneliti ingin mengetahui bagaimana bentuk komunikasi terhadap pembentukan citra positif oleh komunitas Gerakan Muda Pantura (Gempa) terhadap masyarakat di Desa Sana Laok Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan.

B. Rumusan Masalah

Dari pemaparan konteks penelitian diatas, peneliti dapat menguraikan beberapa fokus penelitian yang akan diteliti. Fokus penelitiannya adalah :

- Bentuk komunikasi apa saja yang digunakan oleh komunitas Gempa dalam membentuk citra positif terhadap masyarakat di Desa Sana Laok?

¹¹ Yudi Firmansyah, Femi Oktaviani “ *Strategi Komunikasi Komunitas Pungklung Dalam Membangun Citra Postif Di Masyarakat*”, Jurnal Signal Unswagati Cirebon, 8.

¹² Aniyatul, Muhadjir, Nurhadi, “*Strategi Pendampingan Anak Jalanan*”, Jurnal Pendidikan Nonformal Volume 11, No. 1, Maret 2016, 5.

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian diatas, maka peneliti dapat menguraikan tujuan penelitian ini adalah :

- Untuk mengetahui dan memahami bentuk komunikasi yang digunakan oleh komunitas Gempa dalam menerapkan citra positif terhadap masyarakat di Desa Sana Laok.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara teori

Adapun kegiatan penelitian secara teoritik ini, dapat di jelaskan sebagai berikut:

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan maampu memberikan konstribusi yang baik demi kemajuan ilmu komunikasi mengenai citra positif komunitas pencinta motor gerakan muda pantura (Gempa) dalam membangun sebuah citra di masyarakat. Selain itu juga dijadikan landasan untuk memperkaya wawasan tentang komunikasi.

b. Bagi perpustakaan Iain Madura

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai tambahan refrensi keilmuan (kajian pustaka) bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, terkait strategi pencitraan suatu komunitas atau organisasi.

c. Bagi komunitas Gempa

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan baru bagi komunitas gempa secara umum, khususnya kepada pengurus dan anggota untuk menjaga citra baik di tengah tengah masyarakat

2. Kegunaan secara praktek

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pelajaran baik untuk diterapkan dalam kehidupan nyata agar bisa memberikan kebermanfaatn nilai keberlanjutan terhadap keberlngsungan hidup peneliti di masa yang akan datang.

b. Bagi Iain Madura

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai tambahan refrensi dencerminan untuk setiap kegiatan soisial yang dilakukan, sehingga gan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas GEMPA agar bisa menjadi instansi yang dibaca positif oleh masyarakat.

c. Bagi komunitas Gempa

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan semangat baru untuk terus bisa berada di tengah-tengah masyarakat dalam meningkatkan berbagai program yang akan dilakukan untuk masyarakat luas.

E. Definisi istilah

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

1. Bentuk komunikasi

Dalam pengertian yang dirangkum dari beberapa literatur, bentuk komunikasi merupakan frasa yang digunakan untuk menjelaskan tentang berbagai jenis komunikasi yang biasa dilakukan. Dalam penelitian ini, bentuk komunikasi dideskripsikan untuk menguraikan bentuk komunikasi seperti apa yang digunakan oleh Komunitas GEMPA.

2. Citra

Dalam KBBI, citra merupakan proses, atau cara membentuk gambaran sesuatu. Dalam penelitian ini, pencitraan diartikan sebagai proses yang dilakukan oleh Komunitas GEMPA agar orang lain melihat Komunitas tersebut sebagai sesuatu yang positif dengan berbagai kegiatan sebagai pendekatan terhadap masyarakat. Sehingga orang-orang akan menganggap bahwa Komunitas GEMPA adalah sesuatu yang bermanfaat.

3. Komunitas gempu merupakan kelompok organisme (orang dan sebagainya) yang hidup dan saling berinteraksi didalam daerah tertentu. Terbentuknya komunitas Gempu karena adanya tradisi atau kebiasaan kaum pemuda, dan juga adanya keresahan dari seorang Makki Tripel S melihat banyaknya pemuda Sana Laok tidak memiliki tujuan yang jelas dan tidak terarah.

4. Masyarakat

Masyarakat merupakan suatu kelompok orang-orang yang bertempat tinggal di sebuah wilayah. Dalam penelitian ini, masyarakat diartikan sebagai orang-orang yang bertempat tinggal di Desa Sana Laok Kecamatan Waru Kabupaten Pamekasan.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

- a. Skripsi karya Diana Setyawati yang berjudul “Strategi *Public Relations* dalam Mempertahankan Citra *Halal Tourism* di Syariah Hotel Solo”. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa Strategi yang dilakukan Syariah Hotel Solo meliputi strategi *human relations*, strategi *community relations* serta strategi *media relations*. Semua strategi tersebut mempunyai peranan dan tujuannya masing-masing. *Human relations*, memelihara hubungan khusus antara sesama warga dalam perusahaan secara informal, sebagai manusia (secara manusiawi). Hal ini sama halnya dengan menjaga hubungan baik antara sesama manusia.

Hubungan tersebut meliputi hubungan internal maupun eksternal. Hubungan internal yang dimaksud disini yaitu hubungan antara sesama karyawan, hubungan dengan atasan dan bawahan serta sebaliknya. Hubungan eksternal yaitu menjalin hubungan baik dengan anggota masyarakat sekitar Syariah Hotel Solo. Tanpa adanya hubungan yang baik dari mereka, keberadaan Syariah Hotel Solo tidak akan diterima oleh masyarakat. *Community relations*, yang dilakukan di Syariah Hotel Solo yaitu menjaga hubungan dengan masyarakat yang ada disekitar perusahaan maupun menjaga

hubungan dengan para komunitas.¹³ Akan tetapi, peneliti belum menjelaskan lebih jauh komunikasi yang dilakukan secara detail untuk meningkatkan kebersamaan internal para pegawai hotel. Sehingga dalam penelitian ini, salah satu bentuk komunikasi dalam pencitraan yakni peningkatan kebersamaan menjadi bahasan penting.

- b. Skripsi yang ditulis oleh Dio Alif Utama yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Palembang,” menggunakan metode penelitian kualitatif, hasil dari penelitian tersebut yakni, Strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra Pemerintah Kota Palembang yaitu humas sebagai jembatan atau penghubung antara pemerintah dengan mediacetak, elektronik dan *online*. Kemudian dengan membangun komunikasi yang baik dengan publiknya seperti dengan mengadakan pendekatan secara personal, institusi, jumpa *pers*, konferensi *pers*, media *gathering*. Jadisemua itu semata-mata untuk membangun komunikasi yang baik antarpemerintah dengan media. Sehingga pada akhirnya akan meningkatkan citra Pemerintah Kota Palembang.¹⁴ Dallah penelitian tersebut, strategi pencitraan ditekankan pada pemanfaatan media terhadap segala kegiatan Pemerintah untuk meningkatkan citra. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menekankan pada satu aspek semata, melainkan strategi yang diterapkan oleh Komunitas Gempa.

¹³Diana Setyawati, “Strategi *Public Relations* dalam Mempertahankan Citra *Halal Tourism* di Syariah Hotel Solo”, (Skripsi IAIN Surakarta, 2017), 98.

¹⁴Dio Alif Utama, strategi komunikasi humas dalam meningkatkan sitra pemerintah kota palembang”, (Skripsi UIN Raden Fatah Palembang, 2018), 76.

Jadi perbedaan Penelitian ini dengan Penelitian Tetrdahulu tersebut adalah terletak pada Objek Penelitian. Sedangkan persamaannya adalah strategi dalam membentuk citra positif kepada masyarakat agar organisasi/instransi tersebut tetap dipercaya masyarakat luas.