

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Citra merupakan kesan atau penilaian yang diberikan oleh publik terhadap sebuah perusahaan, instansi, ataupun organisasi yang dilihat dari kondisi obyektif yang kemudian bisa berbentuk penilaian positif ataupun negatif dan akan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas publik terhadap instansi yang bersangkutan.

Himawan (2014) menjelaskan bahwa citra tidak hanya disematkan pada perusahaan saja, tetapi juga pada pariwisata suatu daerah. Citra pariwisata bisa saja berbentuk positif atau negatif, tergantung bagaimana pengelolaan dan pengemasan dari wajah pariwisata daerah itu sendiri. Citra tempat wisata yang berujung pada minat wisatawan untuk singgah lebih lama tak lepas dari kondisi obyek yang dijual dan kemasan obyek wisata tersebut.

Konteks citra pariwisata disini, Lombok memiliki kemampuan wisata yang besar. Kekuatan tersebut terletak pada destinasi wisata berupa laut, pantai, gunung, pulau, dan kebudayaan Lombok yang lain. Tahun 2017, Provinsi NTB khususnya di daerah Lombok, data pra penelitian yang ditemukan oleh peneliti dari laman [republika.co.id](http://republika.co.id) bahwa Pemerintah Provinsi NTB berhasil melampaui target kunjungan wisatawan sebanyak 3,5 juta wisatawan tepatnya 3.508.903 wisatawan yang terdiri dari 2.078.654 wisatawan nusantara (winus) dan 1.430.249 wisatawan mancanegara (wisman).

Data pra observasi pada bulan Juli 2018, terjadi gempa bumi yang merupakan salah satu bencana terbesar sepanjang sejarah Lombok. Bencana ini merupakan bencana yang paling banyak menelan korban dan kerugian. Gempa bumi Lombok tempo lalu tidak hanya menelan korban jiwa dan harta benda warga, tetapi juga diperkirakan sangat berdampak bagi pariwisata Lombok yang dibuktikan dengan turunnya jumlah kunjungan wisatawan secara drastis. Gempa bumi sejak tanggal 29 Juli 2018 berdampak serius terhadap sektor pariwisata yang diperkirakan menyebabkan kerugian yang cukup besar karena banyak penundaan bahkan pembatalan kunjungan wisata ke Lombok.

Data pra wawancara yang didapatkan peneliti ketika mewawancarai narasumber yang diambil secara acak di kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung sejumlah 40 orang mahasiswa aktif dari berbagai jurusan pada tanggal 19 September 2018 dan melakukan jajak pendapat di instagram pribadi peneliti pada 28 September 2018 dengan jumlah *followers* 1.109 dan respon sebanyak 36 orang, menghasilkan kesimpulan bahwa dari semua narasumber yang sudah diwawancarai secara langsung dan melalui jajak pendapat di instagram bahwa kepercayaan narasumber untuk berkunjung ke Lombok masih sangat kurang, hal itu diakibatkan bencana gempa bumi dalam kurun waktu 5 bulan terakhir terhitung dari bulan Juli sampai Desember masih terus terjadi di Lombok yang mengakibatkan citra pariwisata Lombok negatif di mata publik.

Citra negatif yang terbentuk di benak publik mengenai citra pariwisata Lombok terjadi karena gempa bumi yang terjadi secara terus menerus dengan intensitas kekuatan gempa yang cukup besar. Bahkan setelah BMKG menyatakan

Lombok sudah aman pun masih kerap terjadi gempa-gempa dengan magnitudo diatas 4,5 SR yang mengakibatkan wisatawan masih belum berani mengunjungi Lombok dan belum sepenuhnya percaya terhadap keamanan yang diberikan oleh pemerintah daerah setempat.

Bencana gempa bumi yang terjadi di beberapa daerah di NTB khususnya Pulau Lombok yang terkena dampak paling besar akhir bulan Juli 2018 lalu, pemerintah telah mencanangkan program pemulihan tempat-tempat wisata yang terkena bencana tersebut dengan tujuan kehidupan berpariwisata dapat berjalan kembali seperti sedia kala atau bahkan menjadi lebih baik dari sebelumnya untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya untuk melakukan perbaikan-perbaikan dan mampu menawarkan diri sebagai sebuah kawasan wisata yang layak dikunjungi wisatawan untuk meningkatkan citra dan reputasi positif destinasi wisata Lombok pasca bencana alam. Gempa bumi Lombok diperkirakan telah mempengaruhi tingkat kepercayaan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara khususnya di sektor pariwisata.

Data pra penelitian yang peneliti dapatkan melalui laman [radarlombok.com](http://radarlombok.com) dan [detik.com](http://detik.com) gempa bumi Lombok pada bulan Juli 2018 adalah sebuah gempa darat berkekuatan 6,4 SR yang melanda Pulau Lombok, Indonesia pada tanggal 29 Juli 2018, pukul 06.47 WITA. Pusat gempa berada di 47 km timur laut Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat dengan kedalaman 24 km. Guncangan gempa bumi dirasakan di seluruh wilayah pulau Lombok, Pulau Bali, dan Pulau Sumbawa. Gempa susulan serta gempa baru dengan magnitudo yang lebih besar juga banyak terjadi diantaranya yaitu 7,0 SR tanggal 5 Agustus, dan

6,2 SR tanggal 9 Agustus Total gempa yang terjadi sepanjang 29 Juli hingga 9 September kemarin mencapai 2.036 kejadian.

Data pra penelitian yang juga didapatkan peneliti dari laman resmi Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) menyebut total kerugian bencana gempa Lombok mencapai Rp12,15 triliun. Angka itu mencakup kerusakan bangunan sebesar Rp10,15 triliun dan kerugian ekonomi sebesar Rp2 triliun. Kerusakan ini berdampak ke pemukiman warga, di mana 167.961 rumah terbilang rusak. Jumlah tersebut, sebanyak 32.968 rumah sudah diverifikasi dan 25.588 rumah sudah mendapatkan SK Bupati untuk kemudian diberikan bantuan. Kerusakan juga berdampak pada 214 infrastruktur, terutama irigasi. 1.154 sekolah juga tak luput dari kerusakan, di mana 53 persennya merupakan Sekolah Dasar (SD). Jumlah total kerugian Rp 12,15 triliun, ternyata lebih dari setengahnya adalah kerugian yang menimpa sektor pariwisata di Lombok yaitu sebesar Rp 7 triliun rupiah, yang memang pariwisata lah menjadi tumpuan utama pemasukan daerah.

BNPB juga menyebutkan sejumlah 259 orang meninggal dunia. 1.033 luka berat dan 270.168 warga mengungsi. Korban jiwa berasal dari Kabupaten Lombok Utara 212 orang, Lombok Barat 26 orang, Lombok Tengah 2 orang, Kota Mataram 6 orang, Lombok Timur 11 orang, di Bali 2 orang dilaporkan meninggal yaitu 1 warga Denpasar dan 1 lainnya merupakan wisatawan asal Bandung, sedangkan di Kabupaten Karangasem sebanyak 20 warga alami luka-luka.

Data pra penelitian yang ditemukan peneliti bahwa Menteri Pariwisata melalui Pemerintah Daerah khususnya Dinas Pariwisata NTB sedang melaksanakan program tiga langkah percepatan yang akan dilakukan dalam program pemulihan NTB Bangkit. Penjelasan program itu adalah, pertama, manusianya untuk kembali bangkit dari trauma, salah satunya dengan cara spiritual. Kedua, pemulihan destinasi. Pelabuhan Teluk Nara, segera diusulkan untuk perbaikan. Ketiga, promosi wisata menggunakan berbagai program melalui Dinas Pariwisata NTB. Program promosi wisata tersebut diantaranya adalah *recovery* pantai Senggigi, *world halal tourism*, pameran, *travel mart*, *video streaming* dan pemanfaatan media sosial lainnya.

Peneliti melakukan penelitian mengenai pemulihan citra pariwisata NTB melalui Dinas Pariwisata NTB dalam program percepatan pemulihan NTB Bangkit melalui berbagai media dan program-program lain untuk membangun dan memulihkan kembali citra dan reputasi pariwisata NTB untuk tingkat lokal, regional, nasional, sampai internasional pasca gempa yang menimpa NTB akhir bulan Juli lalu.

Proses pemulihan citra positif sangat membutuhkan peran *public relations officer* dalam melakukan suatu strategi manajemen yang dapat mendukung terlaksananya tiga program percepatan pemulihan NTB Bangkit sebagai suatu bentuk usaha pemulihan citra terhadap pariwisata NTB.

Pemulihan citra pariwisata melalui tiga program percepatan NTB Bangkit yang dilakukan Dinas Pariwisata NTB yang bekerjasama dengan berbagai pihak terkait menjadi sebuah konsep yang digunakan oleh Dinas Pariwisata NTB untuk

mencapai tujuannya dalam melakukan sebuah program sehingga dapat memberikan sebuah kesan yang mendalam dalam hal pemulihan citra positif terhadap pariwisata NTB bagi wisatawan, yang tentu saja hal tersebut akan menjadi poin penting dalam pemulihan NTB Bangkit dan menarik minat wisatawan dan mengembalikan kerugian yang telah terjadi akibat gempa bumi.

Akbar (2012) menjelaskan bahwa pemerintah memiliki program pemulihan dan pengembangan yang berbeda-beda sesuai dengan kapasitas masing-masing instansi namun memiliki kebijakan yang sama dengan menekankan pada aspek lingkungan dan kebencanaan di obyek pariwisata. Pemerintah Daerah NTB melalui Dinas Pariwisata NTB juga sedang menjalankan program *Recovery* NTB Bangkit dengan pemulihan pada aspek lingkungan yang terkena dan terdampak bencana khususnya pada obyek wisata untuk memulihkan citra pariwisata NTB yang sempat negatif di mata publik pasca gempa bumi melalui berbagai strategi pemulihan dengan memanfaatkan berbagai elemen dan sektor terkait yang menangani pariwisata NTB.

Kriyantono (2006:158) dalam bukunya yang berjudul *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal* menjelaskan bahwa strategi yang baik harus terdapat kerjasama yang baik dan juga harus mempunyai perencanaan yang matang, sehingga target-target yang dicapai bisa terwujud dengan sempurna. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan

gagasan, perencanaan, dan eksekusi, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

Perencanaan yang strategis adalah proses yang dilakukan suatu organisasi untuk menentukan strategi atau arahan serta mengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber dayanya (termasuk modal dan sumber daya manusia) untuk mencapai strategi ini. Perencanaan strategis (*strategic planning*) adalah sebuah alat manajemen yang digunakan untuk mengelola kondisi saat ini untuk melakukan proyeksi di masa depan.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivistik dan menggunakan pendekatan interpretif, serta menggunakan metode studi kasus untuk mengetahui bahwa dengan adanya bencana alam berupa gempa bumi yang terjadi di NTB, masyarakat hari ini mengkonstruksikan bahwa NTB adalah daerah yang rawan terjadi bencana sehingga ada ketakutan dan ketidakpercayaan masyarakat untuk berkunjung ke NTB. Tentunya hal ini menjadi tugas yang cukup berat bagi Pemerintah Daerah NTB khususnya Dinas Pariwisata NTB untuk memulihkan citra daerah sehingga muncul kepercayaan dari masyarakat untuk kembali mengunjungi destinasi pariwisata NTB.

## **1. 2 Fokus Penelitian**

Program yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah NTB melalui Dinas Pariwisata NTB untuk memulihkan citra pariwisata setelah terjadi gempa bumi sesuai dengan uraian latar belakang penelitian diatas, maka fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi pemulihan citra pariwisata NTB yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata NTB melalui program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi

untuk mengembalikan dan meningkatkan minat wisatawan mengunjungi kembali destinasi wisata NTB. Sesuai dengan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengidentifikasi opini dalam pelaksanaan program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi?
2. Bagaimana *public awareness* pada program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi?
3. Bagaimana mengidentifikasi isu yang diketahui publik dalam pelaksanaan program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi?
4. Bagaimana evaluasi terhadap program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui identifikasi opini dalam pelaksanaan program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi
2. Untuk mengetahui *public awareness* pada program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi
3. Untuk mengetahui identifikasi isu yang diketahui publik dalam pelaksanaan program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi
4. Untuk mengetahui evaluasi terhadap program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu literatur yang dapat menambah khazanah teori-teori yang berkaitan dengan pemulihan citra (*image*



*restoration*) untuk memulihkan dan mempertahankan citra dan reputasi positif pariwisata suatu daerah pasca bencana alam melalui identifikasi opini, *public awareness*, isu yang diketahui publik, dan evaluasi terhadap program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi praktisi Humas di berbagai instansi pemerintahan untuk mengembalikan dan membangun kembali citra pariwisata atau sektor lain pasca bencana alam yang terjadi di suatu daerah.

#### **1.5 Landasan Pemikiran**

Bagian ini menguraikan penelitian mendalam peneliti yang didasarkan pada hasil penelitian serupa dan relevan yang telah dilakukan sebelumnya, serta uraian teori yang dipandang relevan dan akan dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

##### **1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya**

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterikatan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai, sehingga penelitian ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta mengenai cara pandang terhadap objek-objek tertentu, sehingga kendati terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah hal yang lumrah dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Agustina Sari Wijayanti yang berjudul Perencanaan Kampanye “Ayo ke Jogja” (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Perencanaan Kampanye dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Jogja untuk Memulihkan Citra Jogja Pasca Bencana Merapi 2010). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan kampanye “Ayo ke Jogja” dalam mengembalikan citra Jogja sebagai salah satu tujuan wisata pasca bencana Merapi tahun 2010. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan interpretif dan bersifat deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Data yang dikumpulkan dalam penelitian tersebut menggunakan dokumentasi, studi pustaka, dan wawancara mendalam, serta menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan kegiatan kampanye “Ayo ke Jogja” cukup efektif dilaksanakan, terlebih lagi dengan menggunakan strategi komunikasi persuasif penyampaian pesan melalui media yang masif sehingga menciptakan iklim baik bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Jogja untuk menarik kembali minat wisatawan berkunjung ke Jogja khususnya Merapi.

*Kedua*, penelitian yang berjudul Strategi *Public Relations* dalam Meningkatkan Citra Positif Desa Wisata oleh mahasiswa Institut Pertanian Bogor Cynda Adissa Lianita tahun 2014. Tujuan penelitian tersebut adalah bagaimana peran dan strategi seorang PR dalam meningkatkan citra positif desa wisata. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, serta pengumpulan data menggunakan studi pustaka, dokumentasi, observasi non partisipan dan wawancara mendalam, serta menggunakan analisis deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan seorang PR menjadi penghubung

antara desa wisata dengan publik melalui komunikasi dua arah untuk memperoleh opini, citra positif, pengertian, kepercayaan, dan dukungan dari masyarakat.

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Taupik Akbar tahun 2012 yang berjudul Persepsi dan Harapan untuk Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran Pasca Tsunami. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya pemulihan pengembangan pantai Pangandaran pasca tsunami melalui pengembangan lingkungan, infrastruktur, serta pelaku usaha dan pariwisata untuk meningkatkan minat pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode analisa survei yang diperoleh dengan menggunakan alat kuesioner, dan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui studi pustaka, observasi lapangan, dan wawancara langsung dengan responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemulihan pengembangan obyek pariwisata pantai Pangandaran dilakukan oleh pelaku pariwisata dan pemerintah daerah yang memunculkan persepsi dan harapan negatif terhadap kondisi obyek wisata pasca tsunami yakni tidak terbukti.

*Keempat*, penelitian yang dilakukan oleh Angga Sonia Eko Putra dan dan W.E Tinambunan tahun 2012 yang berjudul Analisis Strategi Kebijakan Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kebijakan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam meningkatkan minat calon wisatawan terhadap pariwisata Sumatera Barat, dan untuk mengetahui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Barat untuk meningkatkan kerjasama memajukan objek-objek wisata dalam upaya mendukung kegiatan promosi pariwisata. Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif dengan metode yang

digunakan adalah fenomenologi, dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Barat beberapa tahun terakhir cukup berhasil dengan semakin meningkatnya jumlah wisatawan ke Sumatera Barat setiap tahunnya. Walaupun peningkatan yang terjadi tidak terlalu tinggi, tetapi dengan peningkatan setiap tahun tersebut menandakan semakin besarnya ketertarikan wisatawan terhadap Provinsi Sumatera Barat.

*Kelima*, penelitian ini dilakukan oleh Willy Himawan tahun 2014 yang berjudul Citra Budaya melalui Kajian Historis dan Identitas: Perubahan Budaya Pariwisata Bali melalui Karya Seni Lukis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra yang berpengaruh terhadap visual karya seni kontemporer khususnya pada karya seni lukis di Bali. Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif dengan metode yang digunakan adalah fenomenologi dengan teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seiring dengan diterimanya modernitas sebagai sistem yang dapat diterapkan dalam kehidupan manusia, seni kontemporer juga ternyata dapat menjadi salah satu media pencitraan budaya Bali untuk menarik wisatawan berkunjung ke Bali.

**Tabel 1.1**

**Penelitian Terdahulu**

N o	Nama Peneliti	Judul	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Teknik Pengumpulan Data	Hasil Penelitian
1	Agustina Sari	Perencanaan Kampanye “Ayo ke Jogja”	Menganalisis perencanaan kampanye “Ayo	Studi Kasus	Wawancara mendalam, dokumentasi,	Perencanaan kegiatan kampanye “Ayo ke Jogja” cukup efektif dilaksanakan,

	Wijayanti (2011) Skripsi	(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Perencanaan Kampanye dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Jogja untuk Memulihkan Citra Jogja Pasca Bencana Merapi 2010)	ke Jogja” dalam mengembalikan citra Jogja sebagai salah satu tujuan wisata pasca bencana Merapi tahun 2010		dan studi pustaka	terlebih lagi dengan menggunakan strategi komunikasi persuasif penyampaian pesan melalui media yang masif sehingga menciptakan iklim baik bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Jogja untuk menarik kembali minat wisatawan berkunjung ke Jogja khususnya Merapi.
2	Cynda Adissa Lianita (2014) Skripsi	Strategi <i>Public Relations</i> dalam Meningkatkan Citra Positif Desa Wisata	Bagaimana peran dan strategi seorang PR dalam meningkatkan citra positif desa wisata	Studi Kasus	Wawancara mendalam, dokumentasi, observasi non partisipan, dan studi pustaka	Seorang PR menjadi penghubung antara desa wisata dengan publik melalui komunikasi dua arah untuk memperoleh opini, citra positif, pengertian, kepercayaan, dan dukungan dari masyarakat
3	Taupik Akbar (2012) Jurnal	Persepsi dan Harapan untuk Pengembangan Pariwisata Pantai Pangandaran Pasca Tsunami	Mengetahui upaya pemulihan pengembangan pantai Pangandaran pasca tsunami melalui pengembangan lingkungan, infrastruktur,	Metode analisa survei yang diperoleh dengan menggunakan alat kuesioner	Studi pustaka, observasi lapangan, dan wawancara langsung dengan responden	Pemulihan pengembangan obyek pariwisata pantai Pangandaran dilakukan oleh pelaku pariwisata dan pemerintah daerah yang memunculkan persepsi dan harapan negatif terhadap kondisi obyek wisata pasca tsunami yakni tidak terbukti.

			serta pelaku usaha dan pariwisata untuk meningkatkan minat pengunjung			
4	Angga Sonia Eko Putra dan W.E Tinambunan (2012) Jurnal	Analisis Strategi Kebijakan Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Barat	Mengetahui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Barat untuk meningkatkan kerjasama memajukan objek-objek wisata dalam upaya mendukung kegiatan promosi pariwisata.	Fenomenologi	Wawancara, observasi, dan studi pustaka	Peran dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Barat beberapa tahun terakhir cukup berhasil dengan semakin meningkatnya jumlah wisatawan ke Sumatera Barat setiap tahunnya.
5	Willy Himawan (2014) Jurnal	Citra Budaya melalui Kajian Historis dan Identitas: Perubahan Budaya Pariwisata Bali melalui Karya Seni Lukis	mengetahui citra yang berpengaruh terhadap visual karya seni kontemporer khususnya pada karya seni lukis di Bali	Fenomenologi	Dokumentasi dan studi pustaka	Seiring dengan diterimanya modernitas sebagai sistem yang dapat diterapkan dalam kehidupan manusia, seni kontemporer juga ternyata dapat menjadi salah satu media pencitraan budaya Bali untuk menarik wisatawan berkunjung ke Bali.

### 1.5.2 Landasan Teoritis

Strategi pemulihan citra yang digunakan oleh Pemda NTB melalui Dinas Pariwisata NTB adalah melalui pemanfaatan program *Recovery* NTB Bangkit untuk menarik minat wisatawan lokal dan mancanegara untuk kembali mengunjungi destinasi wisata yang ada di NTB, khususnya di Lombok.

Penelitian ini mendeskripsikan apa yang terjadi hari ini, hanya berisikan situasi atau peristiwa dan tidak menjelaskan hubungan suatu variabel, serta tidak menguji hipotesis. Pendeskripsian ini berupaya mencatat dan meninterpretasikan kondisi-kondisi yang terjadi pada objek penelitian.

Teori yang ada dalam penelitian ini bermaksud memberikan panduan, gambaran kesinambungan antara satu teori dengan teori yang lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Pengambilan teori menurut pertimbangan peneliti sangat relevan dengan konteks dan fokus penelitian tentang strategi humas dalam memulihkan, mengembalikan, dan mempertahankan citra positif pariwisata pasca gempa bumi. Teori yang menunjang penelitian ini diantaranya adalah:

#### a. Teori Image Restoration (TIR)

Kriyantono (2014: 227- 232) dalam bukunya yang berjudul *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal* menjelaskan bahwa teori *image restoration* (TIR) yang digagas oleh William Benoit pada tahun 1995 telah melakukan berbagai studi aplikasi TIR dalam berbagai konteks termasuk *public relations*. TIR dapat diterapkan dalam konteks individu dan kelompok atau organisasi, yaitu membahas respons individu atau organisasi saat citra positif dan reputasinya terancam. Inti bahasan TIR ini yaitu menyajikan seperangkat strategi merestorasi citra, sebagai bagian dari strategi mengatasi krisis (*crisis response*). Teori ini tidak fokus pada

deskripsi tahapan perkembangan krisis, tetapi fokus pada pilihan-pilihan pesan komunikasi untuk memperbaiki citra. Strategi mengatasi krisis yaitu *entry-point* bagi berhasilnya menjaga citra dan reputasi, atau sebaliknya, gagal, membuat citra, dan reputasi hancur.

Teori *image restoration* (TIR) juga disebut sebagai teori *image repair*, karena membahas upaya memperbaiki atau merestorasi citra dan reputasi yang buruk. TIR sendiri berangkat dari dua asumsi: komunikasi, yaitu aktivitas yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu (*a goal-oriented activity*) dan tujuan pokok komunikasi, yaitu memelihara citra dan reputasi positif. Kedua asumsi ini mendasari setiap strategi komunikasi yang digunakan mengatasi krisis, khususnya saat organisasi berupaya memperbaiki citra positifnya.

### **1.5.3 Kerangka Konseptual**

#### **a. Strategi**

Quin (1999:10) mengartikan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki instansi menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Strategi yang baik dapat disusun berdasarkan kemampuan internal dan kelemahan instansi, antisipasi perubahan dalam lingkungan, serta kesatuan pergerakan yang dilakukan oleh mata-mata musuh.



Ohmae (1999:10) juga menjelaskan bahwa strategis bisnis, dalam suatu kata, adalah mengenai keunggulan kompetitif. Satu-satunya tujuan dari kedua pendapat di atas, maka strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama instansi atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif, perencanaan strategis adalah memungkinkan perusahaan memperoleh, seefisien mungkin keunggulan yang dapat mempertahankan atas saingan mereka. Strategi koorperasi dengan demikian mencerminkan usaha untuk mengubah kekuatan perusahaan relatif terhadap saingan dengan seefisien mungkin.

#### **b. Humas**

Kamus terbitan *Institute of Public Relations* (IPR), yakni sebuah lembaga humas terkemuka di Inggris dan Eropa menjelaskan bahwa 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. Hubungan masyarakat pemerintah atau humas pemerintah adalah lembaga humas dan atau praktisi humas pemerintah yang melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi persuasif, efektif, dan efisien untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui berbagai sarana kehumasan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif instansi pemerintah. Organisasi pemerintah (daerah), humas sering diposisikan sebagai corong atau suara dari pimpinan pemerintah daerah dalam hubungannya dengan publik, sehingga menjadi posisi yang terhormat, tinggi,

strategis, dan sekali melekat kemampuan dan tanggungjawab. Humas sebagai profesi, tentunya menjadi seni tersendiri yang dapat digunakan secara praktis.

Ardianto (2014: 2-5) dalam bukunya menjelaskan bahwa humas adalah padanan dari kata PR, yang banyak digunakan intitusi-institusi pemerintah di Indonesia, seperti Biro Humas Kementrian Dalam Negeri, Bagian Humas Provinsi, dan lain-lain. Sederhananya, PR adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, menetapkan, dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi dengan segala lapisan masyarakat yang menentukan keberhasilan atau kegagalan *public relations*. Intinya, PR berbicara tentang *good image* (citra baik), *good will* (itikad baik), *mutual understanding* (saling pengertian), *mutual confidence* (saling mempercayai), *mutual appreciation* (saling menghargai), dan *tolerance* (toleransi).

### **c. Citra**

Ardianto (2014: 62-65) dalam bukunya menjelaskan bahwa citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi pedagang dan publik lainnya yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan. Tugas perusahaan dalam membentuk citranya adalah dengan mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk di mata publik atau masyarakatnya. Citra juga dapat diartikan sebagai kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan.

Keberhasilan perusahaan membangun citra dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, yakni: citra dibangun berdasarkan orientasi terhadap manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan kelompok sasaran; manfaat yang ditonjolkan cukup realistis; citra yang ditonjolkan sesuai dengan kemampuan perusahaan; citra yang ditonjolkan mudah dimengerti oleh kelompok sasaran; citra yang ditonjolkan merupakan sarana, bukan tujuan usaha.

## **1.6 Langkah-langkah Penelitian**

Peneliti menghimpun, menyusun, dan mengemukakan data-data penelitian yang diperlukan, oleh karena itu penelitian ini menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Dinas Pariwisata NTB, Jalan Langko No.70, Pejeruk, Ampenan, Kota Mataram, NTB, 83114. Alasan peneliti memilih Dinas Pariwisata NTB sebagai tempat penelitian karena peneliti merasa tertarik dengan permasalahan yang saat ini sedang terjadi di NTB pasca gempa bumi yang membuat banyak wisatawan lokal maupun mancanegara masih tidak percaya dan takut untuk kembali mengunjungi NTB karena alasan keselamatan jika sewaktu-waktu terjadi gempa susulan yang dapat membahayakan nyawa mereka yang menyebabkan terbentuknya citra negatif terhadap pariwisata NTB. Masalah yang terjadi dapat dijadikan bahan pengumpulan data dalam pembuatan skripsi ini.

### **1.6.2 Paradigma dan Pendekatan**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta secara epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif yang

berinteraksi dengan dunia objek material. Pengalaman manusia terdiri dari interpretasi bermakna terhadap kenyataan dan bukan reproduksi kenyataan.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme pada penelitian yang dilakukan karena peneliti ingin mendapatkan pemahaman yang membantu proses interpretasi suatu peristiwa. Paradigma konstruktivisme ini memandang realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, untuk mendapatkan data-data peneliti menggunakan observasi non partisipatori aktif dan wawancara mendalam yang dianggap sesuai dengan tujuan penelitian.

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan interpretif. Pendekatan interpretif berangkat dari upaya untuk mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman orang yang diteliti. Interpretif melihat fakta sebagai sesuatu yang unik dan memiliki konteks dan makna yang khusus sebagai esensi dalam memahami makna sosial. Interpretif melihat fakta sebagai hal yang cair (tidak kaku) yang melekat pada sistem makna dalam pendekatan interpretif. Fakta merupakan tindakan yang spesifik dan kontekstual yang bergantung pada pemaknaan sebagian orang dalam situasi sosial. Interpretif menyatakan situasi sosial mengandung ambiguitas yang besar. Perilaku dan pernyataan dapat memiliki makna yang banyak dan dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Metode adalah alat atau cara yang digunakan peneliti untuk menggunakan data empiris dan menganalisis data. Metode ditentukan oleh kriteria-kriteria yang

ada dalam metodologi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus.

Studi kasus digunakan dengan melibatkan peneliti dalam penyelidikan yang lebih mendalam dan pemeriksaan yang menyeluruh terhadap perilaku seorang individu. Studi kasus dapat mengantarkan peneliti memasuki unit-unit sosial terkecil seperti perhimpunan, kelompok, keluarga, dan berbagai bentuk unit sosial lainnya. Studi kasus dipilih dengan maksud menjadikan fokus penelitian agar keutuhan penelitian dapat terjaga.

#### **1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data**

##### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Agar dapat memenuhi kebutuhan penelitian, jenis data yang diidentifikasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data dari Dinas Pariwisata NTB dan pihak terkait untuk menentukan identifikasi opini terhadap program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi
2. Data dari Dinas Pariwisata NTB dan pihak terkait untuk menentukan identifikasi *public awareness* terhadap program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi
3. Data dari Dinas Pariwisata NTB dan pihak terkait untuk menentukan identifikasi isu yang diketahui publik terhadap program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi

4. Data dari Dinas Pariwisata NTB dan pihak terkait untuk menentukan identifikasi evaluasi terhadap program *Recovery* NTB Bangkit pasca gempa bumi.

## **2. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder, yaitu:

1. Sumber data primer adalah semua pihak yang berada di lingkungan Dinas Pariwisata NTB yakni bagian Dinas Pariwisata NTB beserta jajarannya serta pihak lain yang terkait dalam pelaksanaan program *Recovery* NTB Bangkit.
2. Sumber data sekunder adalah beberapa bentuk dokumen resmi, dan literatur-literatur yang didapat dari bagian Dinas Pariwisata NTB dan pihak-pihak terkait seperti majalah, buku-buku tentang kehumasan, kliping, bulletin, arsip, dan lainnya yang mendukung untuk dijadikan data sekunder.

### **1.6.5 Penentuan Informan**

Penentuan informan dalam penelitian ini, peneliti tentukan beberapa orang dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Syarat yang dijadikan informan dalam penelitian ini adalah:

- a. Staf dari bagian Dinas Pariwisata Jawa Barat yang turut serta dalam melaksanakan program *Recovery* NTB Bangkit yang masih aktif dan bekerja di Dinas Pariwisata NTB

- b. Pihak dari luar Dinas Provinsi NTB, yaitu instansi tertentu yang turut serta melaksanakan dan mensukseskan program *Recovery* NTB Bangkit, sesuai dengan arahan dari Dinas Provinsi NTB untuk dijadikan informan.

#### 1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk menghimpun data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Observasi Non Partisipatori Aktif

Observasi non partisipatori aktif merupakan teknik pengumpulan data yang paling lazim dipakai dalam penelitian kualitatif, dalam observasi ini peneliti mendatangi Dinas Pariwisata NTB dan beberapa pihak terkait yang dijadikan informan dalam penelitian yang turut serta melaksanakan program *Recovery* NTB Bangkit sesuai dengan arahan dari Dinas Pariwisata NTB, kemudian mengamati pekerjaan yang dilakukan oleh instansi informan.

- b. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam ini dilakukan karena ada beberapa bagian yang tidak mungkin dilakukan pada observasi non partisipatori aktif. Proses wawancara mendalam ini, peneliti akan mewawancarai staf Dinas Pariwisata NTB dan beberapa pihak terkait yang akan menjadi informan secara *face to face*. Informan akan diberikan pertanyaan-pertanyaan terkait dengan penelitian ini, namun peneliti tidak harus terfokus pada draft yang telah disusun, artinya wawancara ini bisa menanyakan hal-hal yang dirasa perlu dan bersifat mendalam walaupun tidak terdaftar dalam daftar pertanyaan. Tujuannya adalah supaya wawancara yang

dilakukan betul-betul mendapat data yang konkret serta alasan Dinas Pariwisata NTB memahami suatu hal yang dapat diketahui peneliti secara terperinci.

#### **1.6.7 Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Sugiyono (2011:244) menjelaskan bahwa analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Bungin (2011:67-68) menjelaskan tujuan dari analisis kualitatif, yaitu menemukan makna dari data yang dianalisis, seluruh teknis analisis menggunakan konten sebagai klimaks dari rangkaian analisisnya. Oleh karena itu, analisis data kualitatif lebih menjelaskan fakta dalam dan lebih menjelaskan hal-hal yang tidak dipertontonkan objek penelitian kepada orang luar.

Merujuk dari pembahasan diatas maka peneliti menganalisis data tersebut berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada narasumber tidak akan ditambah atau dikurangi, akan tetapi dalam penjabarannya serta menafsirkannya berdasarkan logika ilmiah.

#### **1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Teknik penentuan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi data. Triangulasi menurut Patton dalam Moleong (2012:330) menjelaskan bahwa triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan



data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding dari data itu.

Peneliti menentukan keabsahan data menggunakan traingulasi teknik dalam Sugiyono (2011:242) yaitu dengan mengumpulkan data dengan menanyakan hal yang sama melalu teknik yang berbeda. Pengumpulan data dilakukan kepada Dinas Pariwisata NTB dengan melakukan observasi non partisipatori aktif dan wawancara mendalam.

Peneliti juga menentukan keabsahan data menggunakan triangulasi dengan sumber, dalam Sugiyono (2011:242), teknik triangulasi sumber adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menanyakan hal yang sama melalui sumber yang berbeda.

Teknik pemeriksaan keabsahan data dan sumber data dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif, yang dapat dicapai dengan:

- i. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- ii. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
- iii. Mengecek konsistensi dari apa yang orang katakan mengenai hal yang sama dalam waktu yang berbeda
- iv. Membandingkan perspektif seseorang dari sudut pandang yang berbeda
- v. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

### 1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.2

No	Daftar Kegiatan	Desember 2018	Januari 2019	Februari 2019	Maret 2019	April 2019	Mei 2019	Juni 2019
<b>1.</b>	<b>Tahapan Pertama: Observasi Lapangan dan Pengumpulan Data</b>							
	Pengumpulan data proposal penelitian							
	Penyusunan proposal penelitian							
	Bimbingan proposal penelitian							
	Revisi proposal penelitian							
<b>2.</b>	<b>Tahap Kedua: Usulan Penelitian</b>							
	Sidang usulan penelitian							
	Revisi usulan penelitian							
<b>3.</b>	<b>Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi</b>							
	Pelaksanaan penelitian							
	Analisis dan pengolahan data							

	Penulisan laporan							
	Bimbingan skripsi							
<b>4.</b>	<b>Tahap Keempat: Sidang Skripsi</b>							
	Bimbingan akhir skripsi							
	Sidang skripsi							
	Revisi skripsi							

