

**Peran Public Relations dalam *Community Relations* pada Program
Kawasan Budaya Sabilulungan Kabupaten Bandung
(Studi Kasus mengenai Kegiatan *Sauyunan Satujuan*)**

The Role of Public Relations in *Community Relations* in the *Sabilulungan Cultural District Program* in Bandung Regency
(Case Study About *Sauyunan Satujuan*)

¹Salma Aiman Ni'mah, ²Maman Chatamallah

^{1,2}*Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: ¹salmaaimann@gmail.com, ²Maman.chatamallah@unisba.ac.id

Abstract. The development of the tourism sector is currently making developments in the region increasingly from various aspects, both economic, social and culture. Therefore, the Bandung Regency Tourism and Culture Office created a program called "Sabilulungan Cultural Area". The program was created for the development of new tourist areas in the district of Bandung. In carrying out a new program, of course many parties need to support the establishment of a program. Such parties include the community. Because the Sabilulungan Cultural Zone is an area that is based on cultural arts, this is where the role of Public Relations of the Sabilulungan Cultural Zone forms an activity involving the community. The activity is called the 'Sauyunan Satujuan' activity. The purpose of this research is to find out the process carried out by Public Relations in processing an activity involving the community. And analyze the role of the community towards the establishment of a program. The method used in this study is a qualitative method with a case study approach. Data collection methods carried out in this study were field observations, interviews and literature studies. The data obtained are then analyzed using triangulation methods, the results of this study indicate that in carrying out a Community Relations activity various stages of the process are needed starting from planning, implementation and evaluation. In addition, the importance of the community in Community Relations activities is one of them to implement organizational responsibility and in accordance with the vision and mission carried out by the Tourism Office of Bandung Regency.

Keywords: Public Relations, Program, Community

Abstrak. Perkembangan sektor pariwisata saat ini membuat perkembangan di daerah semakin meningkat dari berbagai aspek baik itu ekonomi, budaya sosial dan budaya. Maka dari itu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung membuat sebuah Program yang dinamakan "Kawasan Budaya Sabilulungan" program ini diciptakan untuk pengembangan kawasan wisata baru bersifat edu-tainment di Kabupaten Bandung. Dalam melakukan sebuah program baru, tentunya banyak pihak-pihak perlu yang mendukung berdirinya sebuah program. Pihak tersebut diantaranya komunitas. Karena Kawasan Budaya Sabilulungan ini merupakan kawasan yang berbasis seni budaya, disinilah peranan Public Relations dari Kawasan Budaya Sabilulungan membentuk sebuah kegiatan yang melibatkan komunitas. Kegiatan tersebut dinamakan kegiatan 'Sauyunan Satujuan'. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui proses yang dilakukan oleh Public Relations dalam memproses sebuah kegiatan yang melibatkan komunitas. Serta menganalisis peranan komunitas terhadap berdirinya sebuah program. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi lapangan, wawancara dan studi kepustakaan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan triangulasi metode, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melaksanakan sebuah aktivitas Community Relations diperlukan berbagai proses tahapan mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Selain itu juga pentingnya komunitas dalam aktivitas Community Relations salah satunya untuk menerapkan tanggungjawab organisasi dan sesuai dengan visi dan misi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bandung.

Kata Kunci: Public Relations, Program, Komunitas.

A. Pendahuluan

Sektor pariwisata saat ini sedang banyak diminati oleh para wisatawan lokal maupun mancanegara. Berkembangnya sektor pariwisata bisa membuat perubahan ekonomi, sosial dan budaya dalam suatu daerah. Untuk itu maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung membuka program *Kawasan Budaya Sabilulungan*. Program ini dibentuk dalam wujud upaya untuk mengembangkan 1000 wisata Kabupaten Bandung. Program *Kawasan Budaya Sabilulungan* ini dikenal sebagai wisata yang bersifat *edu-tainment*. Didalamnya terdapat tiga gedung yang memiliki berbagai fasilitas beserta keunggulannya masing-masing. Diantaranya, Gedung Budaya Sabilulungan, *Science Center* dan Dome Bale Rame.

Menurut data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, Kabupaten Bandung merupakan salah satu wilayah yang memiliki jumlah wisatawan terbanyak. Bisa dilihat dari akhir tahun 2016, jumlah wisatawan yang datang ke Kabupaten Bandung selama setahun yaitu sebanyak 6.450.468 orang wisatawan lokal maupun mancanegara yang memasuki wilayah pariwisata Kabupaten Bandung¹. Akan tetapi, pada tahun yang sama Pendapatan Objek Wisata yang dikelola oleh Pemerintah Daerah kalah saing dengan swasta. Oleh karena itu, dengan adanya Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Kabupaten Bandung melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan membuka program *Kawasan Budaya Sabilulungan*.

Setiap pencapaian sebuah tujuan program dalam organisasi

tentunya perlu adanya pihak-pihak yang mendukung keberadaan program tersebut agar dapat terlaksana dengan baik. Pihak-pihak tersebut salah satunya adalah komunitas. Dalam hal ini yang dimaksud komunitas yaitu orang yang saling berhubungan berdasarkan nilai-nilai kepentingan bersama yang didasarkan karena kesamaan lokalitas yang membuat secara tidak langsung memiliki nilai kepentingan yang sama. Kepentingan tersebut perlu dikomunikasikan antara kedua belah pihak. Untuk itu, disinilah peran public relations sebagai orang yang menciptakan komunikasi dua arah dari organisasi kepada publiknya maupun sebaliknya. Dalam hal ini, *Public Relations* dalam program *Kawasan Budaya Sabilulungan* membuat sebuah aktivitas yang di namakan kegiatan 'Sauyunan Satujuan' dalam melibatkan komunitas agar mendukung fungsi dari program *Kawasan Budaya Sabilulungan* ini dalam memberdayakan masyarakat dan menanamkan nilai edukasi masyarakat mengenai seni kebudayaan daerah, khususnya budaya sunda.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: "Bagaimana Peran Public Relations dalam Community Relations pada Kegiatan 'Sauyunan Satujuan' Kawasan Budaya Sabilulungan Kabupaten Bandung?". Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb:

1. Untuk mengetahui Peran Public Relations dalam merencanakan Community Relations pada kegiatan 'Sauyunan Satujuan'.
2. Untuk mengetahui Peran Public Relations dalam melaksanakan kegiatan 'Sauyunan Satujuan'.
3. Untuk mengetahui Peran Public Relations dalam melakukan evaluasi pada kegiatan

¹ <https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/23/475/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-obyek-wisata-menurut.html>
diakses pada tanggal 20 Maret 2019 pukul 20.38 WIB

- ‘Sauyunan Satujuan’
4. Untuk mengetahui mengapa Program Kampung Sabilulungan melibatkan komunitas dalam melakukan kegiatan Sauyunan Satujuan.

B. Landasan Teori

Menurut Cutlip, Center dan Broom *Public Relations* adalah adalah fungsi manajemen yang menilai sikap public serta mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik (Onong Uchjana Effendy, 1993: 116). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Public Relations merupakan sebuah hubungan antara organisasi maupun seseorang dalam menjalin hubungan dengan public atau masyarakat. Dalam melaksanakan kegiatannya, tentunya *Public Relations* perlu melaksanakan berbagai dukungan publik sesuai kepentingan organisasi maupun kepentingan umum. Dalam melakukan peranannya sebagai PR, perlu memperhatikan fungsi dan peranannya. Menurut Cutlip and Centre and Canfield (1982) dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen/lembaga organisasi)
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini publik dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.

4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.

5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balikdan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan badan atau organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

Program Kerja PR menurut Jefkins 2003:56 perlu direncanakan secara cermat sehingga akan diperoleh hasil yang nyata. Tanpa adanya program seorang praktisi PR menurut *Jefkins* akan bekerja *insitingif* sehingga ia mudah kehilangan arah.

Komunitas menurut Frazier Moore (1988:73) dalam Humas, Prinsip dan Kasus dan Masalah bahwa pengertian komunitas adalah sekelompok orang yang hidup di tempat yang sama, berpemerintahan yang sama dan mempunyai kebudayaan dan sejarah yang umumnya turun temurun. Sedangkan *Community Relations* menurut Grunig dan Hunt (1984), program community relations dapat dibedakan dalam dua tipe. Tipe program yang pertama merupakan program yang fokus pada aktivitas untuk membantu komunikasi organisasi dengan pemimpin komunitas lokal. Sementara itu program kedua fokus pada aktivitas yang melibatkan organisasi pada aktivitas komunitas, seperti dukungan terhadap proses pendidikan dan sekolah, maupun memberikan donasi pada organisasi lokal. Program community relations dilaksanakan untuk mencapai beberapa tujuan (Cutlip, Center & Broom, 2000), yaitu:

1. memberikan informasi pada komunitas tentang organisasi itu sendiri, produk yang dihasilkan, pelayanan yang diberikan serta

- aktivitas yang dilakukan;
2. meluruskan kesalahpahaman dan menanggapi kritikan publik disertai upaya menggalang dukungan dan opini yang positif;
 3. mendapatkan dukungan secara hukum yang akan mempengaruhi iklim kerja komunitas;
 4. mengetahui sikap, pengetahuan dan harapan komunitas;
 5. mendukung sarana kesehatan, pendidikan, rekreasi dan aktivitas budaya;
 6. mendapatkan pengakuan yang baik dari pemerintah setempat;
 7. membantu perkembangan ekonomi lokal dengan membeli barang-barang kebutuhan dari wilayah setempat.

Produk wisata adalah produk yang dihasilkan industri pariwisata. Sedangkan pariwisata alternatif adalah suatu pengembangan bentuk kegiatan wisata yang adil antara beberapa komunitas yang berbeda. Tujuannya adalah untuk menjalin saling pengertian solidaritas dan kesetaraan dari pihak yang bersangkutan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dalam melakukan Perencanaan, pihak *Public Relations* dari *Kawasan Budaya Sabilulungan* melakukan berbagai macam cara untuk merencanakan kegiatan *Sauyunan Satujuan* ini. diantaranya yaitu menentukan tujuan program, merumuskan komunitas, melakukan evaluasi dan mempersiapkan konten acara untuk menyempurnakan kegiatan *Sauyunan Satujuan*

tersebut.

2. Dalam melaksanakan kegiatannya *Public Relations* disini mempersiapkan Sumber Daya Manusia. Artinya disini *Public Relations* mempersiapkan orang-orang yang berkompeten dalam seni kebudayaan untuk tampil dalam kegiatan *Sauyunan Satujuan* ini. lalu melakukan kerjasama dengan berbagai *Stakeholder*, diantaranya pemerintah dan media massa serta masyarakat yang ikut turut hadir berkontribusi dalam kegiatan ini.
3. Dalam melaksanakan sebuah kegiatan tentunya perlu ada perbaikan atau peningkatan kualitas kegiatan tersebut. Maka dari itu *Public Relations* disini melakukan evaluasi mengenai hambatan dan penilaian keberhasilan kegiatan tersebut dalam setiap pelaksanaannya. Dengan berkomunikasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan dalam hadirnya kegiatan ini.
4. Untuk melaksanakan sebuah kegiatan, khususnya *Sauyunan Satujuan* ini tentunya komunitas dianggap menjadi peran penting dalam berlangsungnya kegiatan. Karena sesuai dengan visi misi dan tanggungjawab organisasi terhadap komunitas di daerah tersebut.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dalam melakukan sebuah kegiatan yang melibatkan komunitas perlu dipersiapkannya sebuah perencanaan yang matang agar

kegiatan tersebut bisa berjalan dengan baik. Perencanaan dimulai dari pengumpulan fakta dilapangan berdasarkan kebutuhan masyarakat dan kebutuhan dari Kawasan Budaya Sabilulungan itu sendiri. Setelah pengumpulan fakta dilapangan bahwa yang menjadi kebutuhan bagi kawasan Budaya Sabilulungan kaitannya adalah untuk memfasilitasi para seniman dan sanggar dalam melakukan sebuah aktivitas kegiatan seni budaya. Maka dari itulah dibentuk sebuah tujuan untuk pelestarian seni budaya sunda yang melibatkan para komunitas dan seniman menampilkan tampilannya dalam kegiatan ini. Komunikasi secara verbal dan non verbal terus menerus dilakukan oleh PR/Humas dari Kawasan Sabilulungan. Lalu persiapan konten acara,serta pesan informasi yang disampaikan kepada masyarakat melalui sosial sangat mempengaruhi dalam adanya kegiatan ini mendukung tujuan dari kegiatan 'Sauyunan Satujuan' tersebut dilaksanakan..

2. Dalam melaksanakan kegiatannya PR/Humas Kawasan Budaya Sabilulungan membentuk Sumber Daya Manusia yang dinilai memiliki potensi untuk mengembangkan seni kebudayaan Jawa Barat khususnya sunda. Sumber Daya Manusia yang difokuskan disini adalah anak hingga remaja, dalam hal ini membuat kegiatan ini menjadi sebagai saluran penyambung bakat dan minat untuk generasi muda dalam mengembangkan keahliannya

dalam seni kebudayaan. Selain itu juga kerjasama yang terjalin pada saat kegiatan berlangsung yaitu dengan pemerintah dan media massa, pemerintah disini diantaranya Dinas Parawisata dan Kebudayaan serta pemerintah Kabupaten Bandung. Selain tu juga kerjasama dengan para media massa terkait untuk menyebarkan berita dan menciptakan opini positif terhadap masyarakat atas berlangsungnya kegiatan Sauyunan Satujuan ini.

3. Dalam melakukan evaluasi, Public Relations/Humas dari Kawasan Budaya Sabilulungan membuat sebuah analisis mengenai hambatan yang terjadi setiap kegiatan berlangsung setiap minggunya. Analisis hambatan tersebut diperoleh dari berbagai opini dari masyarakat, komunitas serta hambatan teknis dari pengelola kawasan saat berlangsungnya kegiatan Sauyunan Satujuan ini. Tidak cukup sampai disitu, Public Relations/Humas Kawasan Budaya Sabilulungan juga memperbaiki serta membuat strategi baru untuk mempertahankan dan membuat kemasan baru dari kegiatan Sauyunan Satujuan ini.
4. Komunitas menjadi unsur terpenting dalam kegiatan Sauyunan Satujuan ini. selain berdasarkan tanggung jawab antara pemerintah dan komunitas, kegiatan ini juga sesuai dengan visi dan misi dari Dinas Parawisata dan Kebudayaan serta Pemerintah Kabupaten Bandung yang sama sama saling mengembangkan dan mempertahankan

kebudayaan sunda..

E. Saran

Saran Teoritis

1. Keberadaan sebuah program Kawasan Budaya Sabilulungan Kabupaten Bandung seharusnya PR/Humas dari Kawasan Budaya Sabilulungan lebih banyak berkomunikasi dan memperluas jaringan Stakeholder eksternal untuk mendukung adanya program ini. Karena semakin banyak pihak-pihak yang mendukung keberadaan sebuah program maka program Kawasan Budaya Sabilulungan ini dapat berkembang dan menjadi Kawasan edukasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Tidak hanya Kabupaten Bandung saja tetapi seluruh Indonesia.
2. Adanya Kegiatan Sauyunan Satujuan tentu nya membuat masyarakat tau dengan kebudayaan daerahnya. Dalam hal ini, tentunya selaku Public Relations tidak hanya melakukan kerjasama atau koordinasi publikasi dengan media massa atau pihak internal Kawasan. Perlu adanya sosialisasi dan publikasi maupun kampanye, dan penyebaran di sosial media yang lebih luas secara menyeluruh dari berbagai pihak yang terlibat dalam acara ini. Selain itu juga PR/Humas dari Kawasan Budaya Sabilulungan perlu menerapkan media relations dalam menjaga hubungan dengan media, bisa berupa press relase maupun berbagai strategi penyebaran informasi kepada masyarakat, dan mewadahi masyarakat untuk menyampaikan opini

terhadap kegiatan Sauyunan Satujuan.

3. Saran untuk penelitian pengembangan selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung dapat lebih dalam menggali dan membahas mengenai peranan Public Relations/Humas dari berbagai perspektif dalam peranan serta fungsi dari Public Relations. Selain itu juga kedepannya bisa dapat dikembangkan mengenai hal-hal baru yang berkaitan dengan peran dan fungsi dari kedudukan seorang Public Relations sehingga menemukan hasil yang berbeda dari penelitian yang sebelumnya sesuai dengan perkembangan dan kasus yang terjadi di masa mendatang.

Saran Praktis

1. Kebudayaan Indonesia yang memiliki banyak keberagaman tentunya perlu dilestarikan seiring perkembangan zaman. Melalui kegiatan Sauyunan Satujuan ini perlunya ada koordinasi antara pemerintah daerah dan pemerintah pusat dalam mengelolanya. Perlunya kegiatan ini dikembangkan selain di Kabupaten Bandung juga menyebar diseluruh Indonesia. Agar kebudayaan Indonesia yang dimiliki saat ini tetap terjaga kelestariannya hingga kedepan. Diharapkan generasi muda Indonesia selanjutnya dapat ikut berperan aktif dalam pelestarian budaya yang didukung oleh gerakan komunitas kebudayaan maupun seniman di seluruh Indonesia.
2. Sebaiknya diadakan Festival kebudayaan besar yang

diadakan di Kawasan Budaya Sabilulungan. Yang khusus menyelenggarakan kesenian sunda maupun antar daerah. Festival ini perlu diikuti generasi-generasi muda baik di kota maupun di daerah dengan berbagai kegiatan. Yang diharapkan akan menimbulkan rasa minat dan kecintaan bagi seni budayanya sendiri.

Promosi Parawisata: Studi Kasus dengan Pendekatan Marketing Public Relations” di Provinsi Banten <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/viewFile/1120/691>. diakses pada tanggal 05 Juli 2019 pukul 14.39

Daftar Pustaka

- Iriantara, Yosol. 2004. *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Jurnal :
- G. Arum Yudarwati (2004). *Community Relations: Bentuk Tanggungjawab Sosial Organisasi*.
13.00file:///C:/Users/HP/Downloads/164-315-1-PB%20(2).pdf
diakses pada tanggal 24 Maret 2019, pukul 19.25
- FX Kevin Lineria (2014). *Community Relations sebagai Strategi utama dalam Membentuk Positive Corporate Reputation*
<http://www.lib.ui.ac.id/naskahringkas/2016-04/S54885-F%20X%20Kevin%20Lineria>
diakses pada tanggal 30 Maret 2019, Pukul 10.55 WIB
- Maman Chatamallah, (2005) *Strategi “Public Relations” dalam*