

Impression Management AbangMpok dalam Membentuk Citra Pariwisata Kota Bekasi

AbangMpok Impression Management toward Establish of Bekasi City Tourism

¹Rike Elsyahra, ²Oji Kurniadi

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

Email: ¹rike.elsyahra@yahoo.com, ²oji.kurniadi@gmail.com

Abstract. AbangMpok Bekasi city is tourism and cultural ambassadors election Bekasi, this event held every year by the Department of Youth Sports Culture and Tourism (DISPORBUDPAR) Bekasi city with Paguyuban AbangMpok Bekasi. AbangMpok Bekasi city is the icon youth who are young and eager to promote the potential of Tourism and Culture city of Bekasi. The title of this research is Impression Management AbangMpok in shaping the image of the city's Bekasi tourism. This study uses a qualitative method approach Management Impression. This research aims to determine the back stage and the front stage of AbangMpok in shaping the image of tourism in the city of Bekasi. Test the validity of the data used in this study is an extension of the observation increasing persistence and triangulation. From research conducted have results and conclusions that is on the front stage informants many imaging boost tourism Bekasi city due to its status as AbangMpok Bekasi. while section back stage many informants in activities outside his post as AbangMpok Bekasi

Key words: Impression Management, AbangMpok Bekasi, Tourism

Abstrak. AbangMpok Kota Bekasi adalah Pemilihan Duta Pariwisata dan Budaya Kota Bekasi, ajang ini dilaksanakan setiap tahun oleh Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata (DISPORBUDPAR) Kota Bekasi bersama Paguyuban AbangMpok Kota Bekasi. AbangMpok Kota Bekasi adalah icon Pemuda Kota Bekasi yang berjiwa muda dan bersemangat untuk memajukan potensi Pariwisata dan Budaya Kota Bekasi. Judul dari penelitian ini yaitu Impression Management AbangMpok dalam Membentuk Citra Pariwisata Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif dengan pendekatan Impression Management. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui back stage (panggung belakang) dan front stage (panggung depan) dari AbangMpok Kota Bekasi dalam membentuk citra pariwisata Kota Bekasi. Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan dan triangulasi. Dari penelitian yang dilakukan memiliki hasil dan kesimpulan yaitu pada bagian front stage (panggung depan) informan-informan banyak yang melakukan pencitraan untuk meningkatkan pariwisata Kota Bekasi dikarenakan statusnya sebagai AbangMpok Kota Bekasi. Sedangkan di bagian back stage (panggung belakang) banyak informan yang tidak aktif di kegiatan pariwisata di luar jabatannya sebagai AbangMpok Kota Bekasi.

Kata Kunci: Impression Management, AbangMpok Kota Bekasi, Pariwisata

A. Pendahuluan

Abang Mpok Kota Bekasi adalah Pemilihan Duta Pariwisata dan Budaya Kota Bekasi, ajang ini dilaksanakan setiap tahun oleh Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata (DISPORBUDPAR) Kota Bekasi bersama Paguyuban Abang Mpok Kota Bekasi. Abang Mpok Kota Bekasi adalah *icon* Pemuda Kota Bekasi yang berjiwa muda dan bersemangat untuk memajukan potensi Pariwisata dan Budaya Kota Bekasi. Tidak hanya itu, Abang Mpok Kota Bekasi selain menjadi duta bagi Pariwisata dan Budaya, juga menjadi Duta Sosial, Duta Anti Narkoba dan menjadi yang terdepan bagi para pemuda - pemudi Kota Bekasi.

Kota Bekasi yang merupakan salah satu satelit dari kota Jakarta telah menjadi tempat favorit bagi warga Jakarta, karena letaknya cukup dekat dari pusat ekonomi kota Jakarta. Berperan sebagai salah satu kota penyangga di sekitar Jakarta, Bekasi menjadi lokasi dimana banyak sekali dibangun kawasan hunian dan perindustrian. Sementara itu dalam kaitannya dengan pengembangan kepariwisataan, tak dapat dihindari akan menyangkut berbagai wilayah di kota Bekasi. Pariwisata suatu kota dapat dijadikan sebagai salah satu citra dari kota itu sendiri. Citra adalah bagaimana orang lain memandang suatu perusahaan, lembaga, atau aktivitas. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan tentang fakta-fakta atau kenyataan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *Impression Management* dari Abang Mpok Kota Bekasi terhadap Pariwisata Kota Bekasi. Penelitian ini memfokuskan dalam meneliti *back stage* (panggung belakang) dan *front stage* (panggung depan) dari Abang Mpok itu sendiri dalam membentuk citra pariwisata Kota Bekasi.

B. Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan pendekatan Dramaturgi Erving Goffman, Menurut Goffman dalam Mulyana 2013:114 “kehidupan sosial itu dapat di bagi menjadi ‘wilayah depan’ (front region) dan ‘wilayah belakang’ (back region)”. Dari pendekatan Dramaturgi menurut Erving Goffman berintikan, bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesama manusia (ingin) melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) yang di harapkan tumbuh pada benak orang lain untuk dirinya. Dalam perspektif dramaturgis, kehidupan di bar teater. Interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan di atas panggung. Pengelolaan kesan yang dilakukan dapat mempengaruhi pembentukan citra pariwisata Kota Bekasi yang dilakukan oleh Abang Mpok Kota Bekasi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Moleong (2007:6) mengungkapkan pengertian Penelitian Kualitatif sebagai berikut:

“Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.”

Sasaran penelitian ini adalah peserta paguyuban Abang Mpok Kota Bekasi yang dapat membentuk citra Kota Bekasi dengan statusnya sebagai *icon* Kota Bekasi. dalam penelitian ini peneliti mengamini tempat orang Abang dan Mpok Kota Bekasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti melalui tiga cara, yaitu: 1. Wawancara, 2. Observasi, 3. Key Informan.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana *Impression Management* Abang Mpok Kota Bekasi dalam membentuk citra pariwisata Kota Bekasi?”. Selanjutnya, pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *Impression Management* (pengelolaan kesan) dari *back stage* (panggung belakang) peran Abang Mpok Kota Bekasi?

Bekasidalammembentukcitrapariwisata Kota Bekasi?

2. Bagaimana *Impression Management* (pengelolaankesan) dari *front stage* (panggungdepan) peran Abang Mpok Kota Bekasi dalammembentukcitrapariwisata Kota Bekasi?

Dari

hasilpenelitiankeduapertanyaanpenelitiantersebutdijelaskanlebihterperincisebagaiberikut :

1. *Back stage* ataupunanggungbelakngdari AbangMpok Kota Bekasi masih kurang dalamsikap dan sifatnya dalammembentukcitrapariwisata Kota Bekasi. Masih Kurangnyakedisiplinan justru yang sangat berpengaruh dalam hal ini karena seorang Abang atau Mpok Kota Bekasi dituntut memiliki disiplin yang tinggi dan taat tertib. Selain itu terdapat sifat pemaarah, ambisius dan egois dimana ketiganya tersebut merupakan sifat yang harus dihindari mereka sebagai Abang Mpok Kota Bekasi. Adanya ketidaksiertaan informan dalam kegiatan pariwisata, dimana mereka menuturkan bahwa ketidaksiertaan dalam kegiatan pariwisata yang ada dikarenakan tuntutan sebagai Abang Mpok Kota Bekasi. lain dari pada itu mereka justru kurang memperhatikan kemajuan pariwisata yang ada di Kota Bekasi.
2. Pada *front stage* ataupun panggungdepan Unsur pencitraan yang dilakukan tersebut semata-mata hanya untuk mengenalkan pariwisata Kota Bekasi yang menjaditugas dari Abang Mpok Kota Bekasi agar mejadi lebih baik dan berkembang lagi. Para informan menjadilebih disiplin waktu, memiliki kepedulian lingkungan yang lebih, memiliki sikap ramah (brain, beauty, behavior), lebih mengatur cara berbicara secara langsung maupun di media sosial, memiliki sikap kepemimpinan dan tanggung jawab dan mereka harus terlihat terampil dimata masyarakat. Peneliti menanggapi kurangnya kesadaran masyarakat maupun Dinas Pariwisata Kota Bekasi terhadap pariwisatanya. Dalam wawancara juga peneliti menanggapi kehati-hatian mereka dalam berbicara yang menyangkut pariwisata yang dapat dikaitkan dengan Dinas terkait.

D. Kesimpulan

1. *Back stage* ataupunanggungbelakngdari AbangMpok Kota Bekasi, ketidakaktifan mereka juga disebabkan oleh kesibukan mereka masing-masing diluar AbangMpok Kota Bekasi. Menurut peneliti *back stage* dari AbangMpok Kota Bekasi juga tidak ada pengaruhnya terhadap citra pariwisata Kota Bekasi.
2. *Front stage* ataupun panggungdepan AbangMpok Kota Bekasi, peneliti menyimpulkan bahwa AbangMpok Kota Bekasi memiliki pencitraan saat bertugas. Mereka seolah-olah memiliki rasa peduli lingkungan yang berkaitan dengan pariwisata Kota Bekasi yang sebenarnya mereka tidak pernah mengikuti acara kepariwisataan ketika tidak bertugas. Menurut peneliti, *front stage* AbangMpok Kota Bekasi dalammembentukcitrapariwisata tidak terlalu berpengaruh karena kurangnya pengetahuan tentang pariwisata di Bekasi.

DaftarPustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2011. Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2007. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2011. Ilmu komunikasi suatu pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2013. Metodologi penelitian kualitatif. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Yulianita, Neni. 2007. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: P2U-LPPM UNISBA.