

**Menilik *Public Relations* Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah
dalam Membangun Kembali Pariwisata Pasca Gempa**

***Looking at Public Relations of the Central Lombok Regency Government
in Rebuilding Post-Earthquake Tourism***

Iswandi Khairy Ramen¹

Prodi Peperangan Asimetris Fakultas Strategi Pertahanan Universitas Pertahanan
(wendypribadi85@gmail.com)

Abstrak- Dalam pembangunan pariwisata, *public relations* memegang peran yang sangat penting. Maju atau mundurnya pariwisata sangat ditentukan oleh seberapa kuat *public relations* dalam membangun citra tentang pariwisata di suatu wilayah. Tulisan ini akan memberikan gambaran tentang peran *public relations* Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah dalam membangun kembali citra pariwisata Lombok khususnya Lombok Tengah yang aman dan nyaman. Pasca gempa Lombok, meskipun Lombok Tengah tidak terkena dampak yang parah dibandingkan kabupaten lainnya, berpengaruh terhadap menurunnya kunjungan wisata di Kabupaten Lombok Tengah yang memiliki banyak kawasan wisata andalan dan menjadi tempat pembangunan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika. Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah melalui jaringan *public relations* yang dimiliki bersama pelaku wisata, berupaya kembali memulihkan kondisi di Lombok Tengah. Pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan daerah andalan kabupaten ini, maka kemampuan *public relations* menjadi sangat penting untuk mengembalikan iklim pariwisata di Kabupaten Lombok Tengah.

Kata kunci: *Public Relations* dan Pariwisata, Lombok Tengah, Lombok Bangkit

Abstract- *In tourism development, public relations plays a very important role. The advance or retreat of tourism is largely determined by how strong public relations is in building an image about tourism in a region. This paper will provide an overview of the role of the Central Lombok District Government public relations in rebuilding the image of Lombok tourism, especially Central Lombok, which is safe and comfortable. After the earthquake in Lombok, although Central Lombok was not severely affected compared to other districts, it affected the decline in tourist visits in Central Lombok Regency which has many mainstay tourist areas and is the site of the Mandalika Special Economic Zone (KEK) development. Central Lombok Regency Government through a network of public relations shared by tourism actors, seeks to restore conditions in Central Lombok. Tourism is one of the main sources of income for this district, so the ability of public relations is very important to restore the climate of tourism in Central Lombok Regency.*

Keywords: *Public Relations and Tourism, Central Lombok, Lombok Bangkit.*

¹ Iswandi Khairy Ramen, Mahasiswa Pascasarjana Program Studi Peperangan Asimetris, Fakultas Strategi Pertahanan, Universitas Pertahanan Indonesia. Dapat dihubungi melalui wendypribadi85@gmail.com dan 081-8036-15524.

Pendahuluan

Kabupaten Lombok Tengah adalah salah satu kabupaten yang berada di wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat. Kabupaten ini berada di tengah-tengah pulau Lombok yang diapit oleh beberapa kabupaten lainnya. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Lombok Timur, Kabupaten Lombok Utara dan Kabupaten Lombok Barat, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Lombok Barat, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Lombok Timur. Sedangkan di sebelah selatan terbentang Samudera Indonesia².

Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah membagi wilayahnya menjadi 3 (tiga) zona pembangunan yang berdasar pada aspek geografis dan potensi wilayah masing-masing³. Bagian Utara disebut Zona Aik Meneng. Wilayah ini merupakan daerah dataran tinggi yang meliputi Kecamatan Batukliang, Batukliang Utara, Kopang, Jonggat dan sebagian Kecamatan Pringgarata yang termasuk kawasan Taman Nasional Gunung Rinjani. Curah hujan pada wilayah ini relatif tinggi dan merupakan wilayah tangkapan air yang menjadi pendukung bagi kegiatan di sektor pertanian. Selain kawasan hutan, wilayah ini merupakan wilayah potensial pengembangan hortikultura dan wisata alam pegunungan dengan air terjun dan pemandangan alam yang mempesona serta udara yang sejuk.

Bagian Tengah disebut *Zona Tunjung Tilah*, merupakan wilayah dataran rendah yang didominasi oleh hamparan lahan persawahan dengan potensi komoditas pertanian padi dan palawija meliputi Kecamatan Praya, Praya Tengah, Praya Barat, Praya Barat Daya, Praya Timur, Janapria dan sebagian Kecamatan Jonggat. Bagian Selatan disebut Zona Empak Bau, merupakan daerah perbukitan kapur yang berbatasan dengan Samudera Hindia, meliputi wilayah Kecamatan Pujut, sebagian Kecamatan Praya Barat, Praya Barat Daya dan Praya Timur. Wilayah ini memiliki potensi perikanan laut dan wisata pantai yang elok menakjubkan dengan ombak laut yang fantastis, dan merupakan kawasan strategis pengembangan wisata bahari. Potensi pariwisata yang didukung dengan adat istiadat budaya tradisonal yang masih dipertahankan hingga saat ini merupakan aset potensial yang akan mendatangkan manfaat besar bagi negara. Untuk pengembangan kawasan ini, pemerintah pusat mengeluarkan PP Nomor 52 Tahun

² Humas dan Protokol Setda Lombok Tengah, 2017, *Selayang Pandang Kabupaten Lombok Tengah 2017*, hlm.16.

³ Ibid, hlm. 18-20.

2014 tentang Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika Provinsi NTB. KEK ini merupakan salah satu dari 12 KEK di Indonesia yang telah ditetapkan pemerintah pusat⁴.

Sektor pariwisata Kabupaten Lombok Tengah merupakan sektor andalan daerah yang berjuduk Tatas Tuha Trasna ini. Terdapat puluhan destinasi wisata yang terdiri atas wisata alam bahari dan hutan konservasi, wisata alam hutan dan geologi dan vulkanologi, wisata budaya berupa peninggalan sejarah, budaya kehidupan masyarakat. Ada juga objek wisata buatan berupa pacuan kuda tradisional, dan paralayang. Selain itu juga Lombok Tengah kaya dengan seni pertunjukan tradisional berupa seni musik, seni tari dan seni teater. Dengan ragam potensi pariwisata yang dimiliki tersebut, Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah setiap tahunnya menyelenggarakan beragam festival budaya di antaranya Bau Nyale dan Perang Timbung yang merupakan tradisi turun menurun masyarakat Lombok Tengah.

Potensi pariwisata Lombok Tengah tiap tahunnya menyedot jumlah kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara yang terus meningkat. Terlebih lagi keberadaan Bandara Internasional Lombok (BIL) yang dibangun di kabupaten ini, menjadi pelengkap yang memudahkan wisatawan menjelajah titik-titik wisata yang notabene tidak terlalu jauh dari lokasi bandara. Geliat perekonomian mulai tumbuh. Objek-objek wisata baru bermunculan yang diinisiasi oleh kelompok-kelompok masyarakat berbasis potensi desa masing-masing. Bahkan pemerintah pusat juga mendirikan Politeknik di bidang pariwisata di Lombok Tengah sebagai upaya mempersiapkan sumber daya manusia yang dapat mengambil bagian dalam pengembangan pariwisata di masa mendatang.

Di tengah-tengah geliatnya pariwisata Pulau Lombok khususnya Lombok Tengah, seketika mengalami penurunan drastis pasca gempa yang melanda pulau ini. Sampai dengan saat ini, pariwisata Lombok nampaknya masih enggan untuk pulih sebagaimana di saat sebelum gempa terjadi. Walaupun Lombok Tengah tidak mengalami kerusakan yang besar sebagaimana yang dialami oleh Kabupaten Lombok Utara, tetap saja pariwisata Lombok Tengah masih lesu. Memang dampak gempa Lombok menyebabkan kerusakan di wilayah utara Lombok Tengah namun wilayah ini belum menjadi kawasan utama yang dikunjungi wisatawan luar.

⁴ Kawasan Ekonomi Khusus Indonesia, dalam <http://kek.go.id/>, diakses pada 12 November 2018.

Menurut keterangan Kabag Humas dan Protokol Lombok Tengah, H. L. Herdan, terdapat sedikitnya 1000 rumah warga hancur di wilayah Kecamatan Batukliang Utara dan Batukliang⁵. Kecamatan ini berada di wilayah utara Lombok Tengah yang memiliki objek wisata pegunungan dan air terjun. Hal sebaliknya di wilayah selatan Lombok Tengah, gempa yang terjadi tidak menyebabkan kerusakan. Wilayah ini merupakan objek utama wisata pantai Lombok Tengah yang menjadi pusat KEK Mandalika. Meskipun tidak mengalami kerusakan, wisatawan masih enggan mengunjungi tempat ini.

Upaya mengembalikan geliat pariwisata Lombok Tengah, nampaknya membutuhkan kerja-kerja *public relations* yang lebih tinggi. promosi harus digencarkan. Artinya pemerintah setempat harus dapat memberikan anggaran yang lebih besar untuk meyakinkan masyarakat luas melalui media promosi bahwa Lombok Tengah aman dan nyaman untuk dikunjungi. Dua kata terakhir yakni aman dan nyaman tersebut merupakan branding kampanye pemerintah Kabupaten Lombok Tengah yang digaungkan melalui Hari Ulang Tahun Lombok Tengah 15 Oktober yang lalu.

Metoda, Kerangka Konsep dan Teori

Metoda

Metodologi penelitian pada hakikatnya adalah cara ilmiah guna mendapatkan data untuk maksud dan tujuan serta untuk kegunaan tertentu⁶. Maka agar hal-hal yang ingin dicapai dari sebuah penelitian tersebut dapat terwujud secara ilmiah, diperlukan sebuah kerangka metodologi penelitian yang jelas dan terukur yang di dalamnya dapat memberikan gambaran terkait upaya pencarian dan penggalian data sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Adapun pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan metode studi kasus yang merupakan suatu metode eksploratif dan analitis yang sangat cermat dan intensif mengenai keadaan suatu unit (kesatuan)⁷, dalam hal ini unit yang dimaksud adalah lembaga *public relations* pada Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah. Berikut ini peneliti akan menguraikan

⁵ Wawancara Kabag Humas dan Protokol Lombok Tengah, H. L. Herdan, pada tanggal 24 Oktober 2018.

⁶ Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. hlm.2.

⁷ Usman Rianse, Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 92.

kerangka metodologi penelitian yang digunakan dalam proses pelaksanaan penelitian.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian⁸. Menentukan teknik Pengumpulan data menjadi sangat penting agar peneliti mendapatkan data yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Di samping itu, tujuan utama dari sebuah penelitian adalah untuk mendapatkan data, maka dari awal teknik pengumpulan data harus ditetapkan secara jelas.

Pada penelitian ini, digunakan 4 (empat) teknik pengumpulan data yakni teknik wawancara, observasi, teknik studi dokumentasi dan studi kepustakaan. *Pertama*, teknik wawancara merupakan teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data melalui tanya jawab lisan dengan narasumber yang diperlukan⁹. Narasumber yang diwawancarai adalah kepala bagian dan bendahara Humas dan Protokol Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah, Kepala Seksi Promosi pada Dinas Kebudayaan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah.

Kedua, teknik observasi merupakan alat pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki¹⁰. *Ketiga*, menggunakan teknik dokumentasi. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu¹¹. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar maupun karya. Dokumen berupa tulisan seperti catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen berbentuk karya misalnya karya seni seperti patung, gambar, film dan lain-lain¹².

Menurut Guba dan Lincoln, dokumen digunakan untuk keperluan penelitian karena sejumlah alasan yang dapat dipertanggungjawabkan, di antaranya dokumen digunakan karena merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong. Dokumen juga berguna sebagai bukti untuk suatu pengujian. Selain itu dokumen juga bersifat alamiah dan tidak reaktif¹³.

Dokumen terdiri atas dua jenis yaitu dokumen pribadi dan dokumen resmi¹⁴. Dokumen pribadi merupakan catatan atau juga karangan seseorang yang bentuknya

⁸ Sugiyono, *op. cit.*, hlm. 224.

⁹ Usman Rianse, Abdi, *op. cit.*, hlm 219.

¹⁰ Usman Rianse, Abdi, *op. cit.*, hlm 213.

¹¹ Sugiyono, *op. cit.*, hlm. 240.

¹² *Ibid.*

¹³ Moleong, J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya. hlm. 217.

¹⁴ *Ibid.*

tertulis tentang tindakan, pengalaman maupun kepercayaannya. Dokumen pribadi dapat berupa buku harian, surat pribadi dan otobiografi. Tujuan penggunaan dokumen pribadi dalam penelitian agar diperoleh kejadian nyata tentang situasi sosial dan arti berbagai faktor di sekitar subjek penelitian¹⁵.

Sedangkan dokumen resmi terbagi atas dokumen internal dan eksternal. Dokumen internal dapat berupa memo, pengumuman, instruksi, aturan yang digunakan dalam lingkungan sendiri. Dokumen internal juga bisa berupa risalah atau laporan rapat, keputusan pemimpin lembaga, dan sejenisnya. Dokumen eksternal merupakan dokumen yang berisi bahan-bahan informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga sosial, seperti majalah, koran, buletin, pernyataan dan berita media massa¹⁶.

Dengan demikian, peneliti menggunakan dokumen-dokumen yang dimiliki oleh Bagian Humas dan Protokol dan Dinas kebudayaan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah, maupun dokumen yang tersedia di perpustakaan dan media massa baik elektronik maupun cetak.

Keempat, studi kepustakaan Menurut Koentjaraningrat merupakan cara pengumpulan data bermacam-macam material yang terdapat di ruang kepustakaan, seperti koran, buku-buku, majalah, naskah, dokumen dan sebagainya yang relevan dengan penelitian¹⁷.

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur Ilmiah¹⁸.

Kerangka Konsep dan Teori

Public relations atau hubungan masyarakat (Humas) merupakan salah satu fungsi manajemen dalam sebuah organisasi. Fungsi yang dijalankannya yakni untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 217-218

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 219.

¹⁷ Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, 1983), hlm. 420.

¹⁸ Sugiyono, *op. cit.*, hlm. 291.

organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut¹⁹.

Rex F. Harlow menyebutkan definisi *public relations* yang mencakup elemen konseptual dan operasional, bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerja sama antara organisasi dan publiknya; *public relations* melibatkan manajemen problem atau manajemen isu; *public relations* membantu manajemen agar tetap responsif dan mendapat informasi terkini tentang opini publik; *public relations* mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik; *public relations* membantu manajemen tetap mengikuti perubahan dan memanfaatkan perubahan secara efektif, dan *public relations* dalam hal ini adalah sebagai sistem peringatan dini untuk mengantisipasi arah perubahan (*trends*); dan *public relations* menggunakan riset dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat utamanya²⁰.

Perkembangan *public relations* mendorong terlaksananya pertemuan asosiasi-asosiasi *public relations* seluruh dunia di Mexico City pada bulan Agustus 1978. Dari pertemuan tersebut, dihasilkan pernyataan tentang definisi *public relations* sebagai berikut. "Praktik *public relations* adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memperkirakan setiap kemungkinan konsekuensinya, memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, serta menerapkan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan kepentingan khalayaknya²¹.

Mencermati dua teori *public relations* di atas, penulis menyimpulkan bahwa *public relations* merupakan satu fungsi manajemen yang sangat strategis bagi organisasi untuk membaca dan menganalisis situasi internal dan eksternal organisasi, yang selanjutnya sebagai bahan untuk melakukan analisis yang diharapkan dapat menghasilkan kebijakan terbaik bagi organisasi, sekaligus melakukan tindakan nyata untuk mengkomunikasikan kemauan organisasi baik di kalangan internal maupun untuk eksternal organisasi atau publik. Dengan demikian bahwa *public relations* memegang kunci penting bagi keberlangsungan sebuah organisasi. Fungsi ini harus dipahami oleh pemegang kebijakan dalam setiap

¹⁹ Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. 2011. *Effective Public Relations*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana, hlm. 6.

²⁰ Ibid., hlm. 9.

²¹ Jefkins, Frank ; Daniel Yadin. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga, hlm. 9-11.

organisasi baik organisasi dalam lingkup perusahaan, swasta, kemasyarakatan lebih-lebih bagi organisasi pemerintahan. Kesadaran pentingnya *public relations* akan menjadikan organisasi tersebut tumbuh dan berkembang mengikuti kemauan publik tanpa harus melepaskan tradisi khas setiap organisasi.

Menempatkan *public relations* dalam posisi ruang yang lebih leluasa adalah sebuah langkah cerdas dari pimpinan organisasi. Pada saat yang sama sebagai konsekuensinya *public relations* harus mendapatkan dukungan dari setiap lini organisasi termasuk memberikan kesempatan bagi *public relations* untuk melakukan eksplorasi yang lebih intens. Secara logis hal ini tentu saja menuntut pemberian anggaran yang lebih besar bagi *public relations* agar dapat melakukan riset-riset ilmiah dalam membaca kondisi internal maupun eksternal organisasi sehingga dapat menghasilkan pilihan tepat dalam mengeksekusi fungsi-fungsi *public relations*.

Fungsi *public relations* menurut *Official Statement Of Public Relations* dari *Public Relations Society of America*, mencakup hal-hal sebagai berikut²²:

1. Memperkirakan, menganalisis, dan menginterpretasikan opini dan sikap publik, dan isu-isu yang mungkin mempengaruhi operasi dan rencana organisasi, baik itu pengaruh buruk maupun baik;
2. Memberikan saran kepada manajemen di semua level di dalam organisasi sehubungan dengan pembuat keputusan, jalannya tindakan, dan komunikasi dan mempertimbangkan ramifikasi publik dan tanggung jawab sosial organisasi;
3. Meriset, melaksanakan, dan mengevaluasi secara rutin program-program aksi dan komunikasi untuk mendapatkan pemahaman publik yang dibutuhkan untuk kesuksesan organisasi. Ini mungkin mencakup program marketing, finansial, pengumpulan dana, karyawan, komunitas atau hubungan pemerintah, dan program-program lain;
4. Merencanakan dan mengimplementasikan usaha organisasi untuk mempengaruhi atau mengubah kebijakan publik;
5. Menentukan tujuan, rencana, anggaran, rekrutmen dan training staf, mengembangkan fasilitas ringkasnya, mengelola sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan semua hal tersebut;

²² Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. *Op.Cit.*, hlm.9

6. Contoh-contoh ilmu pengetahuan yang dibutuhkan dalam praktik *public relations* profesional adalah seni komunikasi, psikologi, psikologi sosial, sosiologi, ilmu politik, ekonomi, dan prinsip manajemen dan etika. Pengetahuan teknis dan keahlian teknik dibutuhkan untuk riset opini, analisis isu publik, relasi media, *direct mail*, publikasi advertising institusional, produksi film/video, acara special, pidato, dan presentasi.

Menurut Soemirat & Ardianto, ruang lingkup tugas *public relations* terdiri atas hal-hal sebagai berikut²³:

1. Ke dalam:
 - a. membina sikap mental karyawan agar dalam diri mereka tumbuh ketaatan, kepatuhan, dedikasi terhadap lembaga/perusahaan di mana mereka bekerja;
 - b. Menumbuhkan semangat kerjasama atau kelompok yang sehat dan dinamis;
 - c. Mendorong tumbuhnya kesadaran lembaga atau perusahaan.
2. Ke luar: mengusahakan tumbuhnya sikap dan citra (*image*) publik yang positif terhadap segala kebijakan dan langkah-tindakan organisasi/perusahaan.

Setiap perusahaan atau organisasi tentu memiliki cara yang berbeda dalam mengelola *public relations*. Namun dalam perkembangan organisasi saat ini, dimana arus informasi semakin terbuka, bahkan kecepatan informasi telah melampaui keinginan dari organisasi itu sendiri, membuka kesadaran setiap pengambil kebijakan dalam sebuah organisasi untuk menempatkan *public relations* tidak hanya sebagai elemen sebuah fungsi manajemen organisasi semata, namun benar-benar diberikan ruang khusus dalam bentuk satu unit lembaga atau bidang tertentu yang difokuskan untuk melakukan fungsi-fungsi *public relations*.

Pada umumnya, organisasi atau perusahaan membentuk badan atau unit khusus yang menangani *public relations*. Hampir semua organisasi membentuk bidang kehumasan sebagai unit atau bidang yang melakukan fungsi *public relations*. Dalam lingkup organisasi pemerintahan, khususnya dalam ruang lingkup Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah, bidang yang diberikan kewenangan untuk melakukan fungsi *public relations* secara khusus adalah Bagian Humas dan Protokol yang

²³ Ardianto, Soemirat Soleh Prof, DR, M.S. 2010. *Dasar – Dasar Public Relation*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung, hlm. 89.

berada di lingkup Sekretariat Daerah Kabupaten Lombok Tengah. Bagian ini dipimpin oleh seorang kepala bagian dengan status eselon III. Meskipun demikian, hal ini tidak lantas membuat fungsi-fungsi *public relations* pada Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang lain menjadi hilang. Mereka tetap menjalankan fungsi *public relations* walaupun tanpa unit organisasi khusus terkait *public relations* tersebut. Namun ruang lingkup tentu berbeda, dimana Bagian Humas dan Protokol menjalankan fungsi *public relations* yang luas mencakup keseluruhan aktifitas pemerintahan, sementara OPD yang lain berfokus pada fungsi-fungsi *public relations* dalam unit yang terbatas pada lingkup OPDnya masing-masing.

Sedangkan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah, fungsi-fungsi *public relations* dijalankan oleh salah satu bidang dalam dinas tersebut, yakni pada Bidang Promosi dan Kerjasama. Bidang ini dikepalai oleh seorang Kepala Bidang yang merupakan jabatan dengan level eselon III. Bidang ini diberikan kewenangan untuk melakukan branding dan kampanye kepariwisataan di Kabupaten Lombok Tengah yang notabene merupakan bagian dari fungsi *public relations*.

Dalam penelitian ini, sesuai dengan judul yang diangkat yakni Menilik *Public Relations* Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah dalam Membangun Kembali Pariwisata Pasca Gempa, akan menganalisis fungsi-fungsi *public relations* yang dijalankan oleh Bagian Humas dan Protokol maupun oleh Bidang Promosi dan Kerjasama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah.

Hasil, Analisis dan Refleksi

Pariwisata Lombok Tengah Pasca Gempa Lombok

Pulau Lombok yang terletak di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), pada bulan Juli dan Agustus 2018 yang lalu digoncang serangkaian gempa yang menimbulkan kerusakan parah di sejumlah wilayah Pulau Lombok. Diawali gempa bumi dengan magnitudo 6,4 pada tanggal 29 Juli, yang dirangkai dengan gempa-gempa susulan dengan magnitudo yang lebih kecil, lalu disusul kemudian dengan gempa berkekuatan 7,0 SR pada Minggu malam 5 Agustus²⁴. Kemudian pada

²⁴ Priyo Suwarno, *Gempa Lombok, Data BPBD NTB hingga Senin (6/8/2018) Dini Hari, Tercatat 82 Orang Tewas*, melalui <http://kaltim.tribunnews.com/2018/08/06/sampai-senin-dihari-tercatat-82-orang-tewas-korban-gempa-di-ntb>, diakses pada 12 Oktober 2018.

tanggal 19 Agustus, terjadi lagi gempa yang cukup besar yakni bermagnitudo 6,9²⁵. Akibat dari gempa ini, ratusan korban meninggal dunia, 1500an luka-luka, 1.400an rumah rusak dan lebih dari 400 ribu jiwa mengungsi²⁶. Korban terbesar ada di Kabupaten Lombok Utara, Lombok Barat, Lombok Timur kemudian Lombok Tengah.

Untuk Lombok Tengah sendiri jumlah korban jiwa meninggal sedikitnya 2 orang²⁷. Sedangkan dampak lainnya berupa rusaknya bangunan rumah dan fasilitas publik seperti sekolah dan tempat ibadah, sekitar 22ribu bangunan dengan katagori rusak berat, sedang, dan rusak ringan. Sebagian besar kerusakan tersebut terjadi di wilayah utara yakni di Kecamatan Batukliang Utara, Kecamatan Batukliang dan Kecamatan Pringgarata²⁸. Sedangkan di wilayah selatan khususnya di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK), merupakan kawasan yang terletak di Pantai Mandalika Kuta Lombok Tengah, terbebas dari dampak gempa Lombok.

Hal yang paling dirasakan pasca gempa dengan segala dampak yang ditimbulkan adalah jumlah kunjungan wisatawan yang turun secara drastis. Untuk wilayah Lombok Tengah yang mengandalkan KEK Mandalika sebagai magnet wisatawan, meskipun tidak terdampak oleh gempa, juga mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Terjadi penurunan kunjungan wisatawan di bulan Agustus 2018 sebanyak 16.156 orang (94,63%) bila dibandingkan dengan kunjungan pada bulan Agustus 2017²⁹.

TAHUN	WISATAWAN MANCANEGARA	WISATAWAN DOMESSTIK	JUMLAH
2012	23,535	58,364	81,899
2013	25,150	77,278	102,428
2014		54,954	

²⁵Devina Halim, *Hingga Hari Ini, Tercatat 1.005 Gempa Susulan Terjadi di Lombok*, <https://nasional.kompas.com/read/2018/08/21/20184041/hingga-hari-ini-tercatat-1005-gempa-susulan-terjadi-di-lombok>, diakses pada 12 Oktober 2018.

²⁶ Nila Chrisna Yulika, *Korban Meninggal Gempa Lombok Terus Bertambah, Kini Jadi 564 Orang*, <https://www.liputan6.com/news/read/3656228/korban-meninggal-gempa-lombok-terus-bertambah-kini-jadi-564-orang>, diakses pada 12 Oktober 2018.

²⁷ Ibid

²⁸ Wawancara Kabag Humas dan Protokol Lombok Tengah, L. Herdan, pada tanggal 24 Oktober 2018.

²⁹ Dokumen Presentasi Dinas Kebudayaan Pariwisata Lombok Tengah, 2018, *Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Lombok Tengah Paska Tanggap Darurat Gempa*, hlm. 8.

	49,766		104,720
2015	53,820	46,908	100,728
2016	59,148	49,769	108,917
2017	113,959	86,524	200,483

Sumber : Dinas Kebudayaan Pariwisata Lombok Tengah

JUMLAH KUNJUNGAN BULAN JANUARI – AGUSTUS 2018

	Mancanegara	Domestik	Jumlah
1. Januari	2.962	6.056	9.018
2. Februari	6.844	6.255	13.099
3. Maret	7.179	7.747	14.926
4. April	7.287	7.513	14.800
5. Mei	8.051	6.985	15.036
6. Juni	9.767	5.688	21.061
7. Juli	12.852	8.209	15.455
8. Agustus	125	792	917
Jumlah	55.067	49.245	104.312



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Lombok Tengah

Public Relations Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah Pasca Gempa

Menurunnya jumlah wisatawan ke Lombok Tengah pasca gempa Lombok mestinya menjadi perhatian serius pemerintah setempat. Fungsi-fungsi *public relations* harus dapat dijalankan dengan baik tidak hanya oleh Bagian Humas dan Protokol saja namun juga oleh Bidang Promosi dan Kerjasama pada Dinas Kebudayaan Pariwisata Lombok Tengah. Tugas ini membutuhkan dukungant anggaran yang lebih besar dari biasanya. Akan tetapi menjadi sesuatu yang ironis bahwa dukungan dana promosi pada Dinas Kebudayaan Pariwisata Lombok Tengah sendiri untuk anggaran tahun 2018 ini tidak lebih dari angka 200juta³⁰. Anggaran ini

³⁰ Wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Dinas Kebudayaan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah, Lalu Mahir, pada tanggal 25 Oktober 2018.

akan sangat berpengaruh pada kemampuan promosi wisata terlebih pasca gempa yang membutuhkan kampanye yang lebih gencar.

Lebih beruntung Bagian Humas dan Protokol, dimana khusus untuk Subbagian Pemberitaan dan Humas yang merupakan lini utama *public relations* pada bagian Humas dan Protokol, untuk tahun 2018 mendapatkan anggaran sebesar Rp 2.683.435.000 atau sebesar 53,53% dari total anggaran Bagian Humas dan Protokol sebesar Rp 5.012.728.550. Total anggaran Bagian Humas dan Protokol tersebut hanya 0,24 dari total APBD Kabupaten Lombok Tengah tahun 2018 sebesar Rp 2.052.116.047.264,50³¹.

Jika kembali merujuk pada teori *public relations* yang peneliti simpulkan bahwa *public relations* merupakan satu fungsi manajemen yang sangat strategis bagi organisasi untuk membaca dan menganalisis situasi internal dan eksternal organisasi yang selanjutnya sebagai bahan untuk melakukan analisis yang diharapkan dapat menghasilkan kebijakan terbaik bagi organisasi, sekaligus melakukan tindakan nyata untuk mengkomunikasikan kemauan organisasi baik di kalangan internal maupun untuk eksternal organisasi atau publik, kemudian dihadapkan pada kenyataan pada Bidang Promosi dan Kerjasama Dinas Kebudayaan Pariwisata Lombok Tengah, menunjukkan bahwa masih lemahnya pemahaman pengambil kebijakan dan yang memiliki kewenangan sebagai penentu anggaran akan nilai strategisnya *public relations*. Minimnya anggaran tersebut belum mencerminkan upaya serius untuk membangun Lombok Tengah pasca gempa.

Sedangkan bagi Bagian Humas dan Protokol yang merupakan pemegang kunci utama *public relations* Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah, tentu tidak hanya akan bisa berfokus pada kegiatan promosi wisata Lombok Tengah semata. Meskipun kerjasama yang dibangun oleh Bagian Humas dan Protokol dalam hal siaran publik dengan 22 media yang terdiri atas media cetak, online, radio dan televisi, tetap memiliki keterbatasan untuk menyiarkan persoalan pariwisata³². Sebab mereka juga harus menyampaikan kebijakan-kebijakan strategis politik pemerintahan yang tidak terkait dengan hal-hal yang berdampak pada pariwisata.

Ada sejumlah kegiatan yang digawangi oleh Bagian Humas dan Protokol yang dinilainya menopang bangkitnya pariwisata Lombok tengah, yakni di antaranya merangkai kegiatan Hari Ulang Tahun Lombok Tengah Ke-73 pada bulan Oktober

³¹ Wawancara dengan Bendahara Bagian Humas dan Protokol, Mila Nurmayati, SE., MAK., pada tanggal 24 Oktober 2018.

³² Ibid

2018 lalu dengan berbagai event. Namun sekali lagi dengan keterbatasan anggaran yang dimiliki oleh Bagian Humas dan Protokol, event yang berlangsung selama dua pekan tersebut belum mampu tersiarkan secara luas. Media promosi masih terbatas pada baliho-baliho yang berada di kawasan Lombok Tengah saja dan media promosi pada media cetak, online maupun televisi dan radio pun sangat minim.

Memang bukanlah hal yang instan untuk mengetahui efek dari upaya promosi yang dilakukan oleh Bagian Humas dan protokol tersebut, membutuhkan waktu dan teknik penelitian yang ilmiah jika ingin memastikan bahwa event yang diselenggarakan oleh Pemerintah daerah yang dipromosikan oleh Bagian Humas dan Protokol tersebut berhasil meyakinkan wisatawan untuk datang ke Lombok Tengah kembali, tapi paling tidak dari pidato penutup dalam kegiatan tersebut yang disampaikan oleh Wakil Bupati Lombok Tengah, H. Lalu Pathul Bahri, mengatakan bahwa kegiatan tersebut masih minim peserta dan promosi. Berikut kutipan pidato tersebut:

“Kita sadari bersama bahwa masih banyak kekurangan dalam pameran kali ini yang menjadi catatan dan evaluasi. Satu diantaranya adalah konten dan pengisi stand pameran kali ini sangat minim, sehingga harapan saya di kesempatan mendatang hal ini menjadi perhatian kita semua. Bila perlu, di kesempatan mendatang saya akan memberikan hadiah khusus untuk stand terbaik untuk memotivasi peserta pameran dalam memberikan potensi terbaiknya.

Untuk pelaksanaan tahun-tahun mendatang, saya harapkan agar kegiatan ini dipersiapkan lebih awal, promosi lebih gencar sehingga gaung acara ini tidak hanya lokal semata, namun juga bisa diketahui oleh publik secara luas. Kita inginkan event ini menjadi agenda tahunan yang dapat menjadi salah satu event wisata yang menarik bagi wisatawan luar untuk berkunjung ke daerah kita. Kita perlu kerja lebih keras lagi agar peserta pengisi stand juga lebih beragam dan diikuti oleh peserta dari luar. Saya yakin hal itu dapat kita wujudkan jika kita sama-sama serius mengagendakan event ini sebagai salah satu andalan yang tentu akan menghasilkan efek domino bagi peningkatan perekonomian masyarakat lombok tengah”.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Soemirat Soleh Prof, DR, M.S. 2010. *Dasar – Dasar Public Relation*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. 2011. *Effective Public Relations*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana.
- Devina Halim, *Hingga Hari Ini, Tercatat 1.005 Gempa Susulan Terjadi di Lombok*, <https://nasional.kompas.com/read/2018/08/21/20184041/hingga-hari-ini-tercatat-1005-gempa-susulan-terjadi-di-lombok>, diakses pada 12 Oktober 2018.
- Humas dan Protokol Setda Lombok Tengah, 2017, *Selayang Pandang Kabupaten Lombok Tengah 2017*.
- Jefkins, Frank ; Daniel Yadin. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- KEK.GO.ID, *Kawasan Ekonomi Khusus Indonesia*, dalam <http://kek.go.id/>.
- Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, 1983), hlm. 420.
- Moleong, J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nila Chrisna Yulika, *Korban Meninggal Gempa Lombok Terus Bertambah, Kini Jadi 564 Orang*, <https://www.liputan6.com/news/read/3656228/korban-meninggal-gempa-lombok-terus-bertambah-kini-jadi-564-orang>, diakses pada 12 Oktober 2018.
- Priyo Suwarno, *Gempa Lombok, Data BPBD NTB hingga Senin (6/8/2018) Dini Hari, Tercatat 82 Orang Tewas*, melalui <http://kaltim.tribunnews.com/2018/08/06/sampai-senin-dihari-tercatat-82-orang-tewas-korban-gempa-di-ntb>, diakses pada 12 Oktober 2018.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Usman Rianse, Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2009).
- Wawancara Kabag Humas dan Protokol Lombok Tengah, L. Herdan, pada tanggal 24 Oktober 2018.
- Wawancara dengan Bendahara Bagian Humas dan Protokol, Mila Nurmayati, SE., MAK., pada tanggal 24 Oktober 2018.
- Wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Dinas Kebudayaan Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah, Lalu Mahir, pada tanggal 25 Oktober 2018.

Tentang Penulis



Iswandi Khairy Ramen saat ini melaksanakan tugas belajar sebagai Mahasiswa Pascasarjana Program Studi Peperangan Asimetris, Fakultas Strategi Pertahanan, Universitas Pertahanan Indonesia untuk tahun akademik 2017/2018. Pekerjaan sebagai PNS pada lingkup Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah. Saat aktif sebagai PNS, sempat menjabat sebagai Kepala Sub Bagian Pemberitaan dan Humas pada Bagian Humas dan Protokol Pemerintah kabupaten Lombok Tengah. Dapat dihubungi melalui wendypribadi85@gmail.com dan 081-8036-15524.