

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Citra terbentuk berdasarkan kesan yang diperoleh seseorang mengenai fakta atau keadaan suatu lembaga maupun perusahaan berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima membentuk persepsi dan nantinya akan mempengaruhi pemikiran kita terhadap objek yang diterima dan terkait pengelolaan maka bisa secara sederhana memiliki fungsi sebagai suatu proses pengarahan dan pemberian fasilitas kerja kepada seseorang di sebuah organisasi dalam maupun kelompok formal untuk mencapai sebuah tujuan, fungsi dari pengelolaan seperti perencanaan, pengorganisasian, pemberian perintah, pengkoordinasian, serta pengawasan.

Istilah pengelolaan adalah istilah yang biasanya digunakan berkaitan dengan hal tersebut, pengelolaan adalah suatu ilmu manajemen yang memiliki hubungan dengan proses menangani atau proses mencampuri sesuatu yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai, dan pengelolaan sebuah citra butuh waktu yang lama. Kunci dari menjaga citra yakni terletak pada pengelolaan citra itu sendiri. Perlu adanya pengelolaan citra seperti mempertahankan nama baik, menjaga keunikan, dan keterarahan kelanjutan organisasi maupun lembaga agar tetap mendapat dukungan dari masyarakat.

Cicalengka Dreamland merupakan salah satu objek wisata yang menawarkan wajah yang berbeda dengan wisata lainnya. Objek wisata Cicalengka Dreamland meonjalkan sisi Islam melalui wisata Islam.

Berdasarkan informasi yang diakses melalui Tempatwisatabandung.info.com Sabtu 16 Januari 2021 menuliskan jika hal yang terkenal dari Cicalengka *Dreamland* adalah wisata Bukit Teletubies dimana area perbukitan nya menjadi salah satu tempat kemping di Bandung Timur. Dari atas bukit ini kita bisa menikmati eksotisme pemandangan yang indah saat matahari terbit Seperti halnya di Sunan Ibu sunrise point di kawah putih Ciwidey.

Pengalaman yang menarik dari Wahana Cicalengka *Dreamland* bagi wisatawan yang asing dengan daerah Bandung di sana sudah disediakan tour gaet Bandung yang akan menjaga aktivitas pertualangan wisatawan hal ini tentunya menambah minat para wisatawan yang akan berkunjung. Cicalengka *Dreamland* sendiri dinobatkan sebagai wisata Islam terbesar di Indonesia berdasarkan. Cicalengka *Dreamland* menjadi objek wisata dengan luas wilayah sekitar 47 hektar yang berisi berbagai bangunan menarik bahkan pengunjung diberikan tempat tinggal bagi yang ingin bermalam disana.

Pengelolaan konsep wisata menjadi salah satu pekerjaan dari *public relations* di mana menjadi penghubung antara keinginan publik internal dengan publik eksternal. Dalam kasus tempat wisata Cicalengka *Dreamland public relations* membuat konsep wisata yang setidaknya bisa menarik perhatian publik eksternal sehingga pihak pengelola wisata mendapat keuntungan berupa antusias positif dari masyarakat

Pengelolaan konsep wisata menjadi salah satu pekerjaan dari *public relations* di mana menjadi penghubung antara keinginan publik internal dengan publik eksternal. Dalam kasus tempat wisata Cicalengka *Dreamland public*

relation tersebut membuat konsep wisata yang setidaknya bisa menarik perhatian publik eksternal sehingga pihak pengelola wisata mendapat keuntungan berupa antusias positif dari masyarakat.

Dilansir dari tempatwisatabandung.info pada Maret 2022 menuliskan bahwa jumlah pengunjung Cicalengka *Dreamland* alami peningkatan karena fasilitas yang ditawarkan semakin baik terlebih objek wisata ini merupakan salah satu objek wisata Islam di Indonesia. Hal ini bisa dijadikan sebagai pembelajaran terkait bagaimana mengelola tempat wisata agar tetap mendapat respon yang baik dengan pengurusan konsep yang berbeda yakni konsep wisata Islam yang belum terllau banyak tempat wisata menggunakannya.

Banyaknya objek wisata membuat pengunjung memiliki banyak pertimbangan untuk memasuki kawasan. Melalui wisata dengan konsep Islam tentunya hal ini menambah daya tarik mengingat mayoritas umat di Indonesia yakni bergama Islam. Hal tersebut pun sangat mempengaruhi pertimbangan penduduk karena biasanya hal yang berbau Islam lebih diminati karena merasa halal akan kegiatan maupaun produknya.

Cicalengka *Dreamland* mengusung konsep tempat wisata yang update menyesuaikan dengan kebutuhan tempat santai dan swafoto yang instagenic cocok untuk liburan bersama keluarga maupun pasangan. Konsep wisata Islam yang melekat dalam Cicalengka *Dreamland* bukan hanya terkait nuansa yang edukatif tetapi juga bisa menjadi nuansa yang rekreatif karena terdapat beberapa bangunan yang bisa dijadikan swafoto, juga agar mendapat respon positif dari publik eksternal berupa kunjungan para wisatawan bahkan dalam

situasi covid-19 ini pihak Cicalengka *Dreamland* melakukan gerakan vaksinasi massal yang diselenggarakan di tempat wisata tersebut sebagai bentuk strategi menarik perhatian publik.

Berkaitan latar belakang yang telah dipaparkan upaya untuk mempertahankan minat berkunjung perlu adanya pengelolaan salah satunya mengacu pada konsep empat langkah dari Cutlip, Center, dan Broom yang meliputi tahap analisis situasi, perencanaan, penerapan program, serta evaluasi dalam setiap kegiatannya sehingga pengelolaan citra cicalengka *dreamland* melalui wisata islam dirasa menarik untuk dibahas dan bisa dijadikan sebagai referensi objek pengelolaan objek wisata di Indonesia. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif melalui data yang diambil dari hasil pengamatan, wawancara berupa pertanyaan, serta pengumpulan data-data. Adapun untuk metode yang digunakan penulis menggunakan metode studi deskriptif.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Tempat wisata Cicalengka *Dreamland* memiliki kekhasannya tersendiri yakni berfokus pada konsep wisata Islam yang merupakan salah satu konsep yang tidak banyak digunakan sebagai upaya dalam mengelola citra agar tetap mendapati respon positif dari publik. Bentuk pengelolaan citra dari Cicalengka *Dreamland* memberikan nuansa baru terkait objek wisata di mana konsep Islam ini menjadikan objek wisata yang edukatif dan rekreatif.

Pengelolaan citra Cicalengka *Dreamland* melalui wisata Islam menjadi sebuah proses yang berkesinambungan antara satu kegiatan dengan kegiatan lainnya, sesuai dengan konsep *four step* PR, maka berdasarkan latar belakang

yang diuraikan terdapat fokus penelitian mengenai Pengelolaan Citra Cicalengka *Dreamland* Melalui Wisata Islam. Agar penelitian terarah maka dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana *defining public relations problem* Cicalengka *Dreamland* saat ini?
2. Bagaimana *planning* wisata Islam sebagai upaya pengelolaan citra Cicalengka *Dreamland*?
3. Bagaimana *actuating* wisata Islam sebagai upaya pengelolaan citra Cicalengka *Dreamland*?
4. Bagaimana *evaluating* wisata Islam sebagai upaya pengelolaan citra Cicalengka *Dreamland*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian maka adapun yang menjadi tujuan penelitian yakni untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui *defining public relations problems* wisata Islam sebagai upaya pengelolaan citra Cicalengka *Dreamland*
2. Untuk mengetahui *planning* wisata Islam sebagai upaya pengelolaan citra Cicalengka *Dreamland*
3. Untuk mengetahui *actuating* wisata Islam sebagai upaya pengelolaan citra Cicalengka *Dreamland*
4. Untuk mengetahui *evaluating* wisata Islam sebagai upaya pengelolaan citra Cicalengka *Dreamland*

1.4 Kegunaan penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi literatur dalam kajian ilmu komunikasi terutama yang berkaitan dengan citra di fakultas dakwah dan komunikasi. Adanya penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana strategi mempertahankan citra melalui pengelolaan sebuah wisata yang bernuansa Islam di dunia yang sudah modern.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini secara praktis sebagai sumbangan dari segi pemikiran dan pertimbangan bagi pihak Cicalengka *Dreamland* mengenai bagaimana langkah-langkah yang seharusnya digunakan untuk mempertahankan citra melalui pengelolaan sebuah konsep wisata.

1.5 Landasan pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan penulis dan sebagai perbandingan dan analisis mendasar penulis dalam melakukan penelitian. Berikut temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Abduh (2021:2) dalam Jurnal Reputations Vol.2 yang berjudul pengelolaan Masjid Agung Islamic Center Sebagai Objek Wisata Religi. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, melalui observasi dan wawancara.

Penelitian ini menggunakan teori pengelolaan kepariwisataan yang membuat tiga indikator yakni pengembangan, kelembagaan, dan pengaturan. Adapun persamaan dalam penelitian ini terletak pada tema terkait pengelolaan objek wisata, adapun perbedaannya terletak pada teori yang digunakan, dalam penelitian penulis menggunakan konsep *four step* PR dari Cutlip, Center, dan Broom. Hasil penelitian ini menunjukkan pengelolaan yang dilakukan belum merujuk pada Konsep Pengelolaan wisata religi dengan berbagai indikator. Masjid Agung Islamic Center masih dikelola sama halnya dengan mesin masjid lainnya Adapun konsep daya tarik wisata terbagi atas empat indikator yaitu atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan organisasi lembaga kepariwisataan yang telah dilaksanakan, meskipun belum secara sempurna.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Ulfah Wafa (2021:2) dalam skripsinya yang berjudul *pengelolaan citra pesantren Qiroatussab'ah Kudang Melalui Program Naghmah Quran*. Penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, dengan observasi dan wawancara. Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan teori yang digunakan yakni konsep *four step* PR. Adapun perbedaan penelitian terletak pada objek yang dikaji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan citra pesantren sesuai dengan konsep *four step* PR yang terbagi atas, situasi program Naghmah Quran dalam mengelola citra pesantren qiroatussab'ah kudang masih dalam keadaan baik diperoleh dari alumni melalui *defining public relations problem*. Perencanaan program dilakukan dengan baik

melalui *planning and programming* yang dibantu analisis SWOT. Pelaksanaan pengelolaan program mendapat pemantauan dan koordinasi yang jelas melalui *taking actions and communicating*. Program Naghmah Quran terdapat tiga tahap evaluasi dalam *evaluating the program*.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Fitria Purnamasari (2021:3) dengan judul skripsi pengelolaan Citra positif pemerintahan melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan observasi dan wawancara secara mendalam. Adapun persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terhadap pada konsep teori yang digunakan yakni *four step PR*. Adapun terkait perbedaannya terletak pada objek yang dikaji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen *public relations* yang dilakukan oleh protokol komunikasi pimpinan dalam mengelola Instagram @HaloBandung melalui empat tahapan yakni identifikasi masalah yang meliputi monitoring isu, klarifikasi, urgensi, kedua tahapan perencanaan, ketiga aksi dan komunikasi yang meliputi pengumpulan informasi, target sasaran, *caption*, jadwal posting, dan terakhir evaluasi dengan tujuan melihat *insight* melalui rapat bulanan dan meningkatkan engagement

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Tri Wijayanti (2021:3) dengan Jurnal Komunikasi Vol.1 yang berjudul komunikasi pemasaran wisata halal di Banyuwangi dan Gunungkidul. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan metode studi kasus, melalui observasi dan wawancara. Adapun persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang

akan dilakukan oleh penulis terkait objek kajian wisata Islam, sedangkan perbedaannya terletak pada teori yang digunakan pada penelitian menggunakan analisis SWOT sedangkan penulis menggunakan konsep *four step PR*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan wisata halal di pantai pada awal bulan dibuktikan dengan *branding* yang kuat, praktik komunikasi memaksimalkan strategi pemasaran, dan bauran komunikasi torohudan yang membuat masyarakat lebih memilih prinsip *muslim tourism* dan dalam pelaksanaannya perlu dukungan setempat.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Catur Priyadi dan Rafika Rani (2020:6) dalam *Jurnal Pustaka Komunikasi* dengan judul Strategi Marketing *Public relations* dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Perusahaan Asuransi Jiwa pada AJB Bumiputera 1912 Volume 3, No.2. Perbedaan penelitian ini aspek objek kajian yang terletak pada marketing *Public relations* yang dilakukan sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan fokus penelitian pada pengelolaan wisata. Persamaan penelitian yakni pada penelitian ini menggunakan teori *four step PR* dari Cutlip, Center, dan Broom. Hasil penelitian ini menerangkan penggunaan konsep *four step PR* pada kegiatan marketing PR berupa publikasi, pengadaan kegiatan, dan komunikasi. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa setiap langkah yang dilakukan pada setiap tahapannya tidak bisa dipisahkan serta penggunaan media sosial sangat diperlukan agar nasabah menjadi loyal terhadap perusahaan.

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Lembaga	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Muhammad Abduh, Jurnal Kebijakan Publik (2021)	Pengelolaan Masjid Agung <i>Islamic Center</i> Sebagai Objek Wisata Religi	Metode kualitatif	Pengelolaan yang dilakukan belum merujuk pada Konsep Pengelolaan wisata religi dengan berbagai indikator yang terdapat dalam konsep <i>four step</i> PR. Masjid Agung <i>Islamic Center</i> masih	Persamaan dalam penelitian ini terletak pada tema terkait pengelolaan objek wisata, adapun perbedaannya terletak pada teori yang digunakan, dalam penelitian penulis menggunakan konsep <i>four step</i> PR dari	Perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitian pada pengelolaan organisasi bukan terkait konsep wisata.

				<p>dikelola sama halnya dengan mesin masjid lainnya Adapun konsep daya tarik wisata terbagi atas empat indikator yaitu atraksi, fasilitas, aksebilitas, dan organisasi</p>	Cutlip, Center, dan Broom	
2	Ulfah Wafa, Skripsi UIN Sunan Gunung Djati (2021)	Pengelolaan Citra Pesantren Qiroatussa b'ah Kudang Melalui Program Naghmah Quran	Metode deskriptif kualitatif	Pengelolaan citra pesantren sesuai dengan konsep <i>four step</i> PR yang terbagi atas,	Persamaan penelitian terletak pada penggunaan landasan teoritis yakni konsep <i>four step</i>	Perbedaan penelitian terletak pada objek penelitian

				<p>situasi program Naghmah Quran dalam mengelola citra pesantren Kudang masih dalam keadaan baik diperoleh dari alumni melalui <i>defining public relations problem, planning and programm ing</i> yang dibantu analisis SWOT, <i>taking actions and</i></p>	<p><i>public relations</i></p>	
--	--	--	--	--	--------------------------------	--

				<i>communication</i> , dan terdapat tiga tahap evaluasi dalam <i>evaluating the program</i>		
3.	Fitria Purnamasari, Skripsi UIN Sunan Gunung Djati (2021)	Pengelolaan Citra Positif Pemerintahan Melalui Media Sosial	Dekriptif kualitatif	Manajemen <i>public relations</i> yang dilakukan oleh protokol komunikasi pimpinan dalam mengelola Instagram @HaloBandung melalui empat tahapan yakni identifikasi masalah yang	Persamaan penelitian terletak pada penggunaan model <i>four step public relations</i> , dan metode penelitian	Perbedaan penelitian terletak dari objek kajian dan penambahan penggunaan analisis SWOT untuk membedah konsep

				<p>meliputi monitorin g isu, klarifikasi, urgensi, kedua tahapan perencanaan, ketiga aksi dan komunikasi yang meliputi pengumpulan informasi, target sasaran, <i>caption</i>, jadwal posting, dan terakhir evaluasi dengan tujuan melihat <i>insight</i>.</p>		
4.	Tri Wijayanti,	Komunika si	Deksriptif Kualitatif	Pengelolaa n wisata	Persamaan penelitian	Perbedaan penelitian

	<p>Jurnal Sekolah Tinggi Theologia Jaffay (2019)</p>	<p>Pemasaran Wisata Halal Di Banyuwangi Dan Gunungkidul</p>		<p>halal di pantai pada awal bulan dibuktikan dengan <i>branding</i> yang kuat, praktik komunikasi memaksimalkan strategi pemasaran, dan bauran komunikasi torohudan yang membuat masyarakat lebih memilih prinsip <i>muslim tourism</i> dan dalam pelaksanaannya perlu</p>	<p>terletak pada objek kajian yakni tempat wisata</p>	<p>terletak pada penggunaan teori yang digunakan, dalam penelitian ini menggunakan <i>fur step public relations</i> bukan teori <i>branding</i></p>
--	--	---	--	---	---	---

				dukungan setempat		
5.	Catur Priyadi dan Rafika Rani, Jurnal Pustaka Komunikasi (2020)	Strategi Marketing Public Relations dalam Menumbuhkan Loyalitas Nasabah Perusahaan Asuransi Jiwa pada AJB Bumiputera 1912	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian ini menerangkan penggunaan konsep <i>four step</i> PR pada kegiatan marketing PR berupa publikasi, pengadaan kegiatan, dan komunikasi. Pada penelitian ini menjelaskan bahwa setiap langkah yang dilakukan pada setiap tahapannya		

				<p>a tidak bisa dipisahkan serta penggunaan media sosial sangat diperlukan agar nasabah menjadi loyal terhadap perusahaan.</p>		
--	--	--	--	--	--	--

1.5.2 Landasan Teoritis

Landasan teoritis bukan hanya terkait teori-teori yang digunakan dalam sebuah penelitian, melainkan landasan teoritis bisa dimaknai secara sederhana sebagai seperangkat konsep, definisi, dan proporsi yang terstruktur secara metodis yang dianggap sebagai landasan teoretis dalam sebuah penelitian. Landasan teoritis dijadikan sebagai landasan atau dasar dalam melakukan penelitian.

Penelitian ini menggunakan konsep dari Cutlip, Center, dan Broom terkait pengelolaan citra pariwisata yang tentunya memerlukan proses yang sistematis. Hal inilah yang membuat penulis memilih konsep *four step*

public relations yang emmuat empat tahapan dalam pengelolaan citra yang biasa dilakukan oleh seorang PR. Adapun kegiatan tersebut berupa pencarian permasalahan melalui analisi, kemudian melalukan perencanaan yang di dalamnya merumuskan strategi, ketika pelaksanaan kegiatan, dan terakhir evaluasi dari kegiatan yang telah dikonsepkkan atau dilaksanakan.

Public relations dalam kinerjanya memerlukan proses yang sistematis dan terarah. Adapun Cutlip, Center, dan Broom (2016:108) menuliskan ada empat kegiatan yang harus dilakukan oleh seorang humas yakni di antaranya sebagai berikut :

1. *Defining public relations problems* dengan cara menjawab pertanyaan *what's happening now*.
2. *Planning and programming*, yakni perumusan mengenai strategi atas informasi yang sebelumnya terkumpul dengan cara menjawab pertanyaan *what should do and say and why*
3. *Taking action and communicating* yang merupakan implementasi atas perencanaan dengan menjawab pertanyaan *how and when do and say it*.
4. *Evaluating the program* sebagai bentuk penentuan apakah program harus diteruskan atau tidak, dengan menjawab pertanyaan *how did we do*

Defining Public relations merupakan langkah awal bagi seorang *Public relations* dalam mengelola citra degan cara menganalisis situasi. Morisan (2010:114) menuliskan bahwa analisis situasi merupakan kegiatan

memberikan gambaran secara luas mengenai apa yang menjadi permasalahan melalui kegiatan peninjauan ulang secara menyeluruh terhadap persepsi internal dan eksternal lembaga agar bisa disusun secara rinci terkait hal yang menjadi permasalahan maupun kekurangan dari lembaga terkait.

Defining public relations merupakan kegiatan menemukan akar permasalahan atau kebutuhan sebuah lembaga. *Public relations* dalam sebuah lembaga perlu menjadi jembatan antara publik internal dan eksternal, terkait memenuhi kemungkinan- kemungkinan akan keinginan publik yang sekiranya harus dipenuhi sebagai bentuk kinerja agar objek yang dikerjakan lebih efektif dan efisien.

Analisis situasi merupakan tahapan pertama pada *four step public relations*. Secara esensi kegiatan ini merupakan sebuah fungsi organisasi sebagai pemberian dasar untuk tahapan lain yang terjadi pada proses penyelesaian suatu masalah menggunakan mencari apa yang sebenarnya sedang terjadi sekarang ini. Cutlip, Center, dan Broom (2016:108) menuliskan terkait pengetahuan merupakan situasi yang sedang terjadi dijadikan pertimbangan dasar mengenai apa yang sekiranya dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini pun berpengaruh terhadap pembangunan objek wisata di mana perlu adanya analisis terkait apa yang sekiranya yang membuat pengunjung tertarik pergi ke tempat wisata. Melalui analisis situasi yang dikemas dalam *defining public relations problem* menjadi salah satu kegiatan untuk menjawab data awal dalam pengelolaan citra sebuah lembaga.

Tahap selanjutnya yang dilakukan *Public relations* yakni melakukan kegiatan serta melakukan kampanye maupun pemberitahuan kepada pihak yang menjadi target kegiatan. Morisan (2010:183) menjelaskan *public relations* meskipun telah memiliki perencanaan program namun pada pelaksanaan kegiatan perlu mengetahui bagaimana dan kapan program ini diimplementasikan serta harus mampu menampung masukan terkait program ketika pelaksanaan program.

Tahapan perencanaan dan pengorganisasian menjadi tahap kedua, di mana dalam kegiatan ini seseorang harus menjawab pertanyaan terkait Apa yang harus dilakukan dan bagaimana mengatur kegiatan tersebut. Novianti, Abidin dan Muchtar (dalam Jurnal Reputations., 2020) mengemukakan bahwa pada tahapan perencanaan terdapat strategi sebelum dilaksanakannya sebuah program atau kegiatan Hal ini dilakukan agar kegiatan tersebut ketika pelaksanaannya tidak mengalami kendala meskipun terdapat kendala hanya sebagian kecil. Selain itu dalam segi ekonomi pembuatan perencanaan dan pengorganisasian mampu mengurangi biaya pengeluaran atas kegiatan tersebut.

Tahapan ketiga yakni mengambil atau melakukan tindakan dan berkomunikasi, hal ini dijelaskan pula oleh Syahirah (2021:3) bahwa dalam tahapan ketiga dilakukan setelah mendapatkan data serta riset yang cukup kuat pada tahapan *fact finding* dan telah mendapatkan sejumlah rencana serta gambaran tindakan seperti apa yang akan dilakukan sebelumnya di tahapan

planning, tiba saatnya melakukan tindakan serta berkomunikasi dari hasil sebelumnya yang telah dilaksanakan.

Pelaksanaan kegiatan tidak akan berjalan jika tidak ada komunikasi yang baik. Komunikasi dalam pelaksanaan kegiatan menjadi pembungkus bagaimana produk akan terlihat di mata publik. Komunikasi dalam keberlangsungan hidup manusia menjadi penting. komunikasi bisa memberi jalan juga bisa mematahkan jalan. Pelaksanaan kegiatan tanpa disertai komunikasi yang baik bisa menimbulkan kesalahfahaman, dan ini bisa merusak reputasi.

Tahap terakhir dari *Pubic Reations* yakni kegiatan evaluasi terkait keberlangsungan kegiatan yang telah dipertimbangkan. Evaluasi dilakukan untuk keputusan terkait keberlanjutan objek ditentukan dari proses timbal balik citra maupun keberlangsungan suatu tempat maupun produk yang ditawarkan.

Konsep *four step* PR menjadi salah satu konsep yang lazim digunakan oleh seorang PR dalam melaksanakan kegiatannya terutama terkait pengelolaan citra. Wisata Islam menjadi salah satu konsep wisata yang belum banyak diterapkan oleh beberapa lembaga yang terkait. Pengambilan konsep wisata Islam yang dilakukan oleh Cicalengka *Dreamland* dipilih tentunya untuk mengelola citra mereka agar menjadi salah satu objek wisata yang digandrungi banyak orang mengingat mayoritas penduduk Indonesia sendiri beragama Islam, karena itu dalam penelitian ini

menggunakan konsep *four step* PR karena dirasa sesuai dengan judul penelitian yang akan diteliti.

1.5.3 Landasan Konseptual

Pengelolaan citra yang dilakukan oleh Cicalengka *Dreamland* adalah dengan memanfaatkan konsep wisata Islam dan objek wisata dengan objek wisata lainnya, khususnya bagi mereka yang ingin berekreasi sambil menimba pengetahuan karena konsep yang ditawarkan dalam wisata Islam Cicalengka *Dreamland* bukan hanya berfokus pada konsep Islam tetapi memperhatikan pula keindahan visual lokasi dengan beberapa objek pembanunan.

Penelitian ini membahas terkait bagaimana pihak lembaga wisata Cicalengka *Dreamland* mengelola citranya melalui konsep wisata Islam, tidak menguji hipotesis maupun variabel, hanya mendeskripsikan apa yang dilakukan. Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data melalui catatan dan penginterpretasian kondisi di lapangan pada objek kajian.

Konsep yang digunakan dalam penelitian dimaksudkan sebagai panduan penulis dalam melakukan penelitian. Pengambilan konsep menurut penulis sangat relevan dengan langkah yang diambil oleh seorang humas dalam pengelolaan suatu program agar citra lembaga tetap terjaga. Konsep yang menunjang penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan Citra

Pengolahan menjadi sebuah rangkaian kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok di mana kegiatan tersebut

dimaksudkan untuk menggali atau memanfaatkan segala potensi yang ada untuk mencapai tujuan. Pengelolaan identik dengan langkah yang sistematis karena itu dalam pengelolaan biasanya terdapat beberapa langkah ah yang harus dilalui sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan atau disepakati sebelumnya.

Pengelolaan yang baik memberikan hasil yang baik. Pengelolaan memberikan gambaran mengenai sejauh mana keberhasilan dalam mencapai tujuan. Almubarakah (2021:14) menuliskan bahwa terkait kegiatan pengelolaan, maka ini menjadi lebih mudah jika dilakukan dengan beberapa tahap yang tersusun secara esistematis mulai dari tahap *defining problems, planning and programming, taking actions and communicating, and evaluating*.

Pengelolaan menjadi sebuah hal yang perlu diperhatikan terutama bagi mereka yang memiliki tujuan yang berdampak besar. Pengelolaan menjadi sebuah rangkaian kegiatan mulai dari pemikiran terkait konsep sampai pada pemeliharaan menjadi salah satu kegiatan dari pengelolaan. Pengelolaan sendiri di beberapa perusahaan terbagi menjadi beberapa bagian menyesuaikan dengan kebutuhan. Bahkan untuk sebuah barang kecil pun perlu adanya pengelolaan sebagai bentuk pemeliharaan.

Citra menjadi hal penting karena mampu mengubah hasil dari tujuan sebuah perusahaan maupun lembaga sebelumnya. Morisan (2010:112) menjelaskan citra terbentuk melalui proses yang panjang dan terencana. Citra perlu dikelola dan dipelihara karena citra sangat mudah berubah sesuai

dengan arus informasi yang beredar di masyarakat yang menjadi publik sebuah perusahaan maupun lembaga.

Adapun terkait citra, citra itu sendiri kaitannya dengan identitas maupun sudut pandang publik eksternal terhadap publik internal baik yang bernilai positif maupun negatif. Citra terbentuk atas kesan yang diperoleh public mengenai fakta maupun keadaan suatu lembaga atau perusahaan. Pengetahuan inilah yang kemudian mengkonstruksikan gambaran terkait bagaimana publik memandang perusahaan

Citra hadir secara proses tidak bisa langsung berdiri, Ardianto (2014:16) mengemukakan bahwa ada beberapa langkah yang bisa dilakukan untuk membentuk sebuah citra seperti membentuk persepsi segmen sasaran, pemeliharaan persepsi, mengubah persepsi segmen sasaran yang kurang baik, dan menjadikan persepsi negatif sebagai bentuk evaluasi terkait citra yang dimiliki oleh lembaga maupun perusahaan.

Berkaitan dengan citra meskipun pada prosesnya tidak bisa secara instan namun citra bisa lainnya dalam suatu waktu. Hal inilah yang membuat citra perlu dikelola. Citra menjadi hal yang penting bagi perusahaan karena citra menentukan kredibilitas perusahaan di mata publik nya. Pengelolaan citra bisa dilakukan mulai dari analisis situasi sampai dengan evaluasi. Terkait praktik dalam pengerjaannya tentu ada perbedaan antara satu lembaga dengan lembaga lain

Konsep Pengelolaan Citra salah satu konsep yang sering digunakan adalah konsep four step PR dari Cutlip, Center, dan Broom. Sopariah

(2018:6) menyebutkan, adapun beberapa langkah yang bisa dilakukan untuk mengelola citra diantaranya:

- a. Analisis situasi, melalui kegiatan menjawab pertanyaan apa yang sedang terjadi saat ini.
- b. Perencanaan, data yang terkumpul atas analisis situasi kemudian dirumuskan untuk menentukan rencana yang harus dilakukan untuk mengubah suatu situasi.
- c. Mengambil tindakan, dalam tahap ketiga ini dimaksudkan bahwa wa setelah melakukan analisis situasi dan perencanaan maka program atau kebijakan yang telah dikonsepsikan dilaksanakan.
- d. Evaluasi, tahap keempat yakni evaluasi sebagai tolak ukur apakah program harus dilanjutkan atau perlu diperbaiki.

2. Wisata Islam

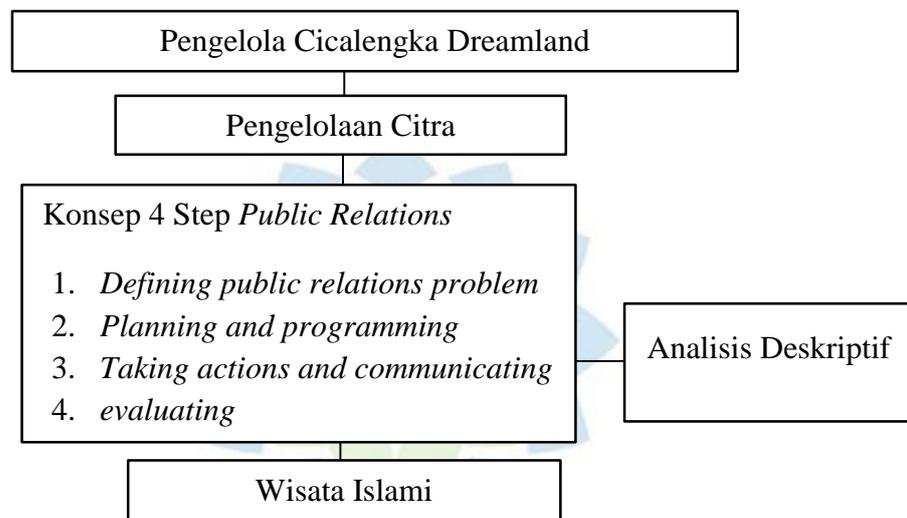
Wisata Islam atau lebih dikenal dengan istilah pariwisata syariah merupakan istilah yang relatif baru. Syariah menjadi bungkus pembeda dari wisata konvensional lainnya. Dartaningsih (2021:41) mengemukakan bahwa konsep wisata Syariah dikenal juga sebagai wisata halal atau wisata Islam. Meskipun secara harfiah semuanya memiliki makna yang berbeda tetapi dalam aplikasinya memiliki kemiripan. Adapun hal yang menjadi dasar dari konsep pariwisata Syariah atau wisata Islam yakni terletak pada hal yang sederhana seperti makanan, minuman, permainan, transportasi, akomodasi, dan penginapan, sekiranya harus mengutamakan kehalalan.

Wisata Islam menjadi salah satu objek wisata yang tengah digemborkan sebagai konsep baru pariwisata. Objek wisata yang mengangkat konsep wisata Islam biasanya dilakukan sebagai bentuk pembaharuan dan sebagai bentuk pengikat pengunjung untuk mengunjungi tempat tersebut terlebih mayoritas penduduk Indonesia adalah umat muslim. Hal tersebut tentu saja menjadi salah satu strategi untuk membuat pengunjung lebih tertarik.

Data Global muslim travel indeks atau GMT menunjukkan bahwa secara global Pasar Wisata halal tumbuh sangat cepat yakni pada tahun 2015 sudah tercatat 117 juta wisatawan muslim, yang diperkirakan meningkat menjadi 168 juta wisatawan muslim pada 2020. Basyariah (2021: 12) dalam *Jurnal Islamic Econmic* dengan judul *The Concept of Hlal Tourism: An Islamic Economic Perspektve*, Vol/2 No.1 menjelaskan bahwa, pasar wisata muslim diperkirakan bakal mencapai 220 miliar dolar Amerika Serikat dan diperkirakan meningkat 36% menjadi 300 dolar selama 6 tahun berikutnya. Data tersebut merupakan salah satu manfaat dari diberlakukannya wisata Islam baik yang baik disadari maupun tidak sangat berpengaruh terhadap minat pengunjung terutama mereka yang beragama Islam.

Industri Syariah nasional pun dijelaskan Napitupulu (2020:5) yang menerangkan bahwa, kini menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan ekonomi Islam di Indonesia, hampir di setiap sektor mengusung konsep halal termasuk objek wisata. Wisata Watu wisata Islame ini dipandang sebagai salah satu cara baru untuk mengembangkan

pariwisata di berbagai belahan dunia. Hal ini pun memperluas konsep wisata Islam yang berbau tempat bersejarah atau bangunan-bangunan yang sifatnya peninggalan Islam. Konsep ini menjadi marah karena melihat potensi tingginya penduduk muslim di dunia karena itulah konsep wisata Islam menjadi salah satu konsep objek wisata yang cukup menjanjikan



(Sumber: diolah dari berbagai sumber)

1.6 Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Cicalengka Dreamlands, Tanjungwangi, kecamatan Cicalengka, kabupaten Bandung, provinsi Jawa Barat dengan kode pos 40395. Alasan penulis memilih tempat ini karena tertarik dengan konsep wisata Islam yang menjadi salah satu usaha untuk mengelola citranya sebagai objek wisata yang penuh edukatif dan unik.

Penulis melihat bahwa Cicalengka *Dreamland* memiliki konsep yang berbeda dengan objek wisata lainnya yakni konsep wisata Islam yang memberikan suguhan virtual *instagramable* cocok untuk segala usia, serta objek wisata Cicalengka *Dreamland* sendiri menjadi salah satu objek wisata dengan konsep Islam terbesar di Indonesia, karena itu penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian guna sebagai bentuk pengenalan kepada wisatawan dan pengelola objek wisata lainnya untuk memandang konsep wisata Islam sebagai salah satu upaya mengelola citra.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma merupakan hal yang berkaitan dengan bagaimana cara kita memandang suatu kejadian maupun fenomena yang terjadi, sudah terjadi, atau yang akan terjadi. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivistik yang memandang bahwa realita yang ada berdasarkan konstruksi publik.

Paradigma dipandang sebagai analisis yang dilakukan secara sistematis dengan tindakan yang bermakna secara sosial melalui pengamatan secara langsung terhadap pelaku sosial. Handayani (2021:36) menjelaskan bahwa, paradigma konstruktivisme dapat diartikan sebuah fenomena atau realitas sosial yang mampu diinterpretasikan.

Alasan penulis menggunakan paradigma konstruktivistik pada penelitian karena dianggap mampu melihat realitas sosial dari konsep

wisata Islam yang dikontuksikan sebagai salah satu upaya untuk mengkontruk citra objek wisata Cicalengka *Dreamland* serta paradigma ini bisa menjawab terkait permasalahan yang dihadapi oleh humas Cicalengka *Dreamland* mulai dari analisis situasi, perencanaan, pelaksanaan, sampai tahapan evaluasi yang nantinya akan dikontruksikan dalam memandang citra Cicalengka *Dreamland*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif, dipilih karena dirasa mampu untuk digunakan sebagai cara memperoleh pandangan terkait bagaimana keberadaan konsep Wisata Islam dalam upaya mengelola citra objek wisata khususnya objek wisata Cicalengka *Dreamland*. Penulis untuk mendapatkan data-data menggunakan beberapa kegiatan seperti observasi non partisipatori aktif, wawancara semiterstruktur, dan dokumentasi agar sesuai dengan tujuan penelitian.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode merupakan suatu cara yang digunakan oleh seseorang ketika mengerjakan suatu pekerjaan secara sistematis. Ardianto (2014:60) menjelaskan bahwa, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Metode deskriptif kualitatif menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*natural setting*). Hasil-hasil dari pengamatan kemudian dicatat dan tidak ada manipulasi variabel di dalamnya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode analisis deskriptif di mana dalam metode ini penulis hanya mendeskripsikan atau menguraikan objek yang akan diteliti melalui wawancara atau data observasi yang telah berhasil dikumpulkan. Setelah mendapatkan hasil penelitian, kemudian penulis melakukan analisis untuk mengambil kesimpulan terkait bagaimana publik internal Cicalengka *Dreamland* mengelola citranya melalui wisata Islam.

1.6.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti ini adalah sumber data primer dan sekunder, yaitu:

1. Sumber data primer, adalah semua pihak yang terlibat dalam wisata Islam yakni pengelola Cicalengka *Dreamland* serta beberapa wisatawan.
2. Sumber data sekunder berupa data pelengkap yang dibutuhkan oleh penulis seperti dokumen resmi mengenai wisata Islam Cicalengka *Dreamland* berupa laporan kegiatan maupun foto

1.6.5 Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini dilihat dari beberapa pertimbangan, dengan demikian yang menjadi informan dalam penelitian ini memiliki syarat yakni:

1. Seluruh publik internal Cicalengka *Dreamland* mulai dari humas, sampai divisi yang terkait.

2. Pihak eksternal seperti wisatawan yang berkunjung di Cicalengka *Dreamland*.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini di antaranya:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan salah satu bentuk interaksi dua arah antara dua pihak, wawancara perlu dilakukan secara langsung atau tatap muka untuk memperoleh informasi. Peneliti mengambil teknik wawancara mendalam dikarenakan wawancara dirasa mampu membantu penulis untuk mendapatkan data dan informasi yang relevan.

Penulis melakukan wawancara secara mendalam kepada pihak-pihak yang terkait dengan pengelolaan Cicalengka *Dreamland* khususnya dalam konsep wisata Islam serta beberapa wisatawan sebagai narasumber lainnya untuk melengkapi dan membuat akurat hasil wawancara dalam memberikan keterangan yang lebih jelas mengenai pengelolaan citra Cicalengka *Dreamland* melalui wisata Islam.

2. Observasi Partisipatori Pasif

Observasi non partisipatori aktif atau observasi partisipasi pasif merupakan teknik pengumpulan data dengan cara penulis mendatangi ke tempat kegiatan tanpa terlibat langsung, dalam observasi ini penulis

mendatangi Cicalengka *Dreamland* dan beberapa pihak terkait yang dijadikan sebagai informan terkait konsep Wisata Islam, sesuai dengan arahan dari pihak Cicalengka *Dreamland* yang kemudian penulis melakukan pengamatan mengenai kegiatan yang dilakukan oleh informan

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang bisa diambil dalam bentuk gambar, tulisan, maupun beberapa karya monumental. Pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan oleh penulis sebagai pendukung dari hasil penelitian dari observasi atau wawancara yang berkaitan dengan wisata Islam Cicalengka *Dreamland*.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengkajian informasi melalui kegiatan pencarian informasi. Wijaya (2019:21) menuliskan bahwa analisis data bisa dilakukan berdasarkan teknik analisis data Milles dan Huberman, di mana tahapannya meliputi pengumpulan data, kemudian data tersebut disajikan, dan direduksi, yang kemudian dilakukan penarikan kesimpulan, atau verifikasi. Teknik analisis data dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan, analisis data pun pada fase akhir penelitian dilakukan untuk membuat kesimpulan data. Adapun terkait proses dari analisis data yakni pencarian informasi terkait pengelolaan konsep wisata islam sebagai *icon* utama Cicalengka *Dreamland*, yang

kemudian disusun secara sistematis berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara baik pihak internal maupun eksternal Cicalengka *Dreamland*, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya sebagai pendukung penelitian dan dicermati atas keabsahannya.

Teknik analisis data Milles dan Huberman digunakan oleh penulis untuk memudahkan penulis saat memahami hasil pencarian sebagai bentuk tahapan pengumpulan data yang nantinya data tersebut di reduksi dan disajikan menjadi sebuah sudut pandang dalam penelitian yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan terkait data yang diperoleh berdasarkan hasil observasi partisipasi aktif, wawancara mendalam, dan dokumentasi publik eksternal yang dikolaborasikan dengan pengelolaan yang telah dilakukan oleh pihak internal khususnya pengelola Cicalengka *Dreamland*.

1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penulis dalam menentukan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi data. Sugiyono (2017:189-191) menuliskan bahwa triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Penulis dalam penelitian ini menggunakan triangulasi teknik di mana untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

Pengumpulan data yang telah dikumpulkan oleh penulis kemudian diolah dan disusun secara sistematis untuk kemudian

ditafsirkan agar bisa dideskripsikan terkait informasi yang telah diterima sebagai bentuk gambaran terkait kegiatan yang telah dilakukan oleh pihak Cicalengka *Dreamland* yang menjadikan konsep wisata Islam sebagai salah satu cara mengelola citranya. Adapun cara yang dilakukan dalam penentuan keabsahan data di antaranya:

- a. Membandingkan data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi
- b. Membandingkan apa yang dikatakan informan di depan publik dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Mengecek konsistensi dari apa yang orang katakan mengenai hal yang sama pada waktu yang berbeda.
- d. Membandingkan perspektif seseorang dari sudut pandang yang berbeda.