

**COMMUNITY RELATIONS UPT TAMAN BALEKAMBANG
SURAKARTA DALAM PROGRAM PENGEMBANGAN
KEMITRAAN MASYARAKAT**
*(Community Relations UPT Taman Balekambang Surakarta in the
Development Program Community Partnership)*

Yeni Puji Astuti¹, Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi²

^{1,2}Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Surakarta

¹yenidwipa@gmail.com, ²rhesa.pратиwi@gmail.com

Abstrak. Setiap korporasi pada dasarnya memiliki tanggung jawab sosial yang wajib dilakukan, salah satunya melalui program kemitraan dan pemberdayaan yang ditujukan bagi masyarakat. Penelitian ini berupaya mendeskripsikan bagaimana tanggung jawab UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Surakarta dalam Program Pengembangan Kemitraan Masyarakat melalui *community relation*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi. Selanjutnya, pemilihan informan dilakukan secara purposif dan berdasarkan pertimbangan atas ketercukupan data yang diperlukan. Hasil penelitian menunjukkan *community relations* diimplementasikan melalui kerjasama dan koordinasi dari pengelola Taman Balekambang sebagai publik internal, dengan pihak sanggar dan sejumlah komunitas seni sebagai publik eksternalnya. Program ini dapat dilihat melalui beragam kegiatan kesenian yang diselenggarakan, antara lain seperti: pementasan ketoprak, sendratari, pasar seni, dan *event* lainnya. Namun demikian, program *community relations* secara khusus bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kemitraan pariwisata sehingga mampu menjadi bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap publiknya. Mengenai implementasi *community relations*, program ini dilakukan melalui tiga tahap, yakni: 1) pra-program yang meliputi perencanaan serta analisis permasalahan program; 2) implementasi pelaksanaan yang berupa penyelenggaraan program kegiatan; serta 3) pasca program yang diarahkan pada proses evaluasi program dan pelaksanaannya guna menentukan rekomendasi baru atas program kegiatan yang telah serta akan dijalankan selanjutnya.

Kata-kata kunci: *community relations*, kemitraan, taman balekambang

Abstract. Every corporation basically has a social responsibility that must be done, one of them is through a partnership and empowerment program aimed at the community. This study seeks to describe how the responsibility of the UPT Taman Balekambang Surakarta of Tourism Region Tourism Office in the Community Partnership Development Program through *community relations*. The research method used is descriptive qualitative, with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Furthermore, the selection of informants is done purposively and based on consideration of the adequacy of the required data. The results showed that *community relations* was implemented through collaboration and coordination from the manager of Balekambang Park as an internal public, with the number of arts communities as an external public. This program can be seen through a variety of arts activities held, including: showing of ketoprak, ballet, art markets, and other events. However, the *community relations* program specifically aims to increase community participation in tourism partnerships so that it can become a form of corporate social responsibility to the public. Regarding the implementation of *community relations*, this program is carried out through three phases, namely: 1) pre-program which includes planning and analysis of program issues; 2) implementation of execution in the form of organizing program activities; and 3) post-program directed at the program evaluation process



PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan pembangunan suatu daerah. Adapun peran pembangunan terutama pada sektor pariwisata diatur dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 terutama dalam Pasal 7, yang menjelaskan mengenai pembangunan kepariwisataan, yang meliputi: destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, industri pariwisata, serta pengembangan sumber daya pariwisata. Lebih lanjut, Pasal 30 dalam UU tersebut juga menyatakan bahwa Pemerintah Daerah memiliki kewenangan untuk menetapkan rencana induk pembangunan kepariwisataan, menetapkan sejumlah destinasi ataupun tujuan wisata, melakukan pengelolaan daya tarik wisata, serta melakukan pendataan mengenai usaha, penyelenggaraan, dan pengelolaan kepariwisataan.

Guna meningkatkan pembangunan dalam bidang pariwisata daerah, khususnya di Kota Surakarta, dibentuklah Unit Pelaksana Teknis (UPT) oleh Walikota Surakarta yang secara khusus bergerak di bidang pariwisata. UPT ini merujuk pada UPT Kawasan Wisata yang berada di Taman Balekambang Surakarta, di bawah tanggung jawab Dinas Pariwisata Kota Surakarta. Lebih jelas, berdasarkan pada Peraturan Walikota Surakarta Nomor 3 Tahun 2018, BAB VI mengenai UPT pada Dinas Pariwisata Pasal 12 ayat 3, dijelaskan bahwa UPT Kawasan Wisata

dipimpin oleh Kepala UPT yang tugas dan tanggung jawabnya berada di bawah Kepala Dinas Pariwisata Kota Surakarta. Selain itu, tujuan dibentuknya UPT ini adalah untuk mewujudkan pembangunan pariwisata dengan fungsi dan peran sebagai pengelola kawasan wisata Taman Balekambang Surakarta.

Berdasarkan data sekunder dari UPT terkait, tugas serta implementasi fungsi UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Surakarta Tahun perlu merencanakan program kerja berdasarkan sejumlah tahapan. Dalam hal ini, perlu adanya analisis mengenai publik internal dan eksternal yang melingkup UPT Kawasan Wisata sebagai bagian dari Dinas Pariwisata Surakarta. Salah satu program yang dicanangkan dari UPT Kawasan Wisata ini adalah Program Pengembangan Kemitraan yang diimplementasikan melalui Kegiatan Peningkatan Peran Serta Masyarakat dalam Pengembangan Kemitraan Pariwisata.

Kerjasama yang dilakukan untuk mewujudkan program kemitraan diarahkan pada sasaran utama para pengunjung Taman Balekambang dan masyarakat umum serta sejumlah pelaku seni, baik yang terdiri dari para pengurus, pelatih, dan anggota sanggar seni, dan juga masyarakat. Implementasi dari program ini dapat dilihat dari kegiatan “Bakdan Ing Balekambang” yang berisi gelar seni budaya, kuliner, serta bazar beberapa kerajinan produk lokal. Kegiatan ini dilaksanakan secara khusus menjelang Hari Raya Idul Fitri.

Kegiatan bertajuk “Balekambang Kumandang”, “Pasar Seni Balekambang”, Pentas Sendratari Ramayana”, dan “Pentas Ketoprak” juga menjadi sejumlah kegiatan yang merujuk pada implementasi program kemitraan. Dalam hal ini, program kemitraan tersebut mengarah pada bagaimana dinas ataupun bagian dalam pemerintahan untuk berkoordinasi dengan masyarakat melalui pengembangan kemitraan sebagai bentuk tanggung jawab sosial pemerintah terhadap masyarakat.

Sejak diberlakukannya otonomi daerah yang dimulai pada tanggal 1 Januari 2001, terjadi perubahan sistem pemerintahan yang awalnya bersifat sentralisasi menjadi desentralisasi, yang secara normatif memberikan kewenangan bagi Pemerintah Kota/Kabupaten untuk mengelola daerahnya masing-masing secara otonomi. Tak terkecuali dalam praktik tanggung jawab sosial badan pemerintah dalam wujud *community relations*. Praktik *community relations* dilakukan dengan menjalin hubungan antar Negara dan masyarakat pada tingkat lokal, dengan tujuan guna memberikan semangat positif untuk masyarakat agar selanjutnya dapat berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, praktik dalam program *community relations* juga berpengaruh terhadap tumbuhnya rasa saling memiliki sekaligus tanggung jawab masyarakat terhadap apa yang terjadi di wilayah kota/kabupaten masing-masing (Iriantara, 2004).

Merujuk pada bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, konteks PR memunculkan istilah lain yang kerap

dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Namun demikian, konteks PR dalam kaitannya dengan tanggung jawab korporat salah satunya juga mengarah pada konteks *community relations*. Ini didukung dengan pernyataan Chambers et.al dalam (Iriantara, 2004) yang menyatakan bahwa tanggung jawab korporat dilakukan melalui sejumlah kegiatan yang bersifat sosial, termasuk pada pengelolaan lingkungan hidup yang pada dasarnya melebihi batas yang dituntut dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Meski pemerintah tidak memiliki kewajiban dalam melakukan CSR, tetapi dalam hal ini, pemerintah turut berkontribusi sekaligus berpartisipasi dalam kegiatan yang bertujuan untuk menjalin relasi antara perusahaan dengan masyarakat. Salah satunya melalui adanya kolaborasi, kerjasama, ataupun kemitraan. Lebih lanjut, adanya program ataupun konsep kemitraan ini dinyatakan sebagai serangkaian bentuk dan struktur rencana yang menjadi aktivitas berkelanjutan antara beberapa pihak atau lebih, yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mendukung, dan memenuhi setiap kebutuhan satu sama lain (Darwis & Junaid, 2016).

Adapun kewajiban pemerintah juga merujuk pada adanya bentuk tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* mencatat bahwa tanggung jawab sosial korporat merujuk pada adanya komitmen berkelanjutan sejumlah kalangan usaha (bisnis) untuk dapat berperilaku etis dan

memberikan sumbangan terhadap pembangunan ekonomi. Selain itu, adanya tanggung jawab korporat juga diarahkan untuk memperbaiki kualitas hidup angkatan kerja dan keluarga, tak terkecuali bagi komunitas-komunitas lokal maupun masyarakat pada umumnya (Iriantara, 2004). Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa *community relations* memang berkenaan dengan tanggung jawab lembaga (korporat) terhadap lingkungan sosial yang ada di sekitarnya sehingga dalam hal ini, konteks publik yang melingkupi korporat juga menjadi salah satu bahasan di dalamnya.

Merujuk kembali pada lokasi penelitian, yakni Taman Balekambang Surakarta, adanya praktik *community relations* turut dilakukan oleh Taman Balekambang Surakarta melalui UPT Kawasan Wisata sebagai pengelolanya. Praktik *community relations* ini dilakukan dalam program pengembangan kemitraan dan bekerja sama dengan sejumlah pihak sebagai konteks publik sebuah korporat. Adapun program pengembangan kemitraan ini pada dasarnya adalah usulan dari sejumlah stakeholder dan masyarakat guna memfasilitasi publik internal dan eksternal korporat untuk dapat terlibat dalam sebuah program kegiatan. Terkait hal tersebut, UPT Kawasan Wisata di bawah Dinas Pariwisata berupaya untuk mewujudkan program *community relations* melalui koordinasi dan perencanaan dengan beberapa pihak. Mengingat, adanya kegiatan *community relations* ini belum tersedia dan dilakukan oleh BUMN,

BUMD, bahkan badan swasta lainnya di wilayah Kota Surakarta.

Community relations dipandang sebagai sejumlah usaha yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi dan posisi organisasi melalui kegiatan-kegiatan yang berkenaan dengan kemaslahatan organisasi dan komunitas (Iriantara, 2004). Dalam hal ini, fungsi dan tupoksi kerja dari PR dalam kaitannya dengan pengembangan relasi, dapat merujuk pada pengembangan hubungan masyarakat guna meningkatkan kesejahteraan (Click, Hammock, Omabegho, & Smith, 2019). Kesejahteraan yang dimaksud dapat berkenaan konteks publik, baik publik internal maupun eksternal yang bekerja sama dengan organisasi ataupun lembaga. Selain itu, adanya relasi yang dibangun perlu dibentuk dan dikelola oleh seorang PR sedemikian rupa, terutama dalam tinjauan paradigma kehumasan yang lebih baik dan menyeluruh (Ferguson, 2018).

Dalam hal ini, keterlibatan sejumlah *stakeholder* dan beberapa pihak yang melingkupi UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata, dalam hal ini merujuk pada Taman Balekambang, merupakan bentuk kemitraan yang terimplementasikan melalui kegiatan *community relations*. Asumsinya, kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk memberdayakan komunitas, melainkan juga membantu dalam memecahkan beberapa masalah dalam komunitas melalui partisipasi aktif mereka dalam tujuan untuk mengembangkan destinasi wisata sehingga ke depannya terjalin kemitraan dan pengembangan

komunitas yang optimal serta saling mendukung.

Guna memetakan fokus dan arah penelitian, penulis meramu sejumlah penelitian terdahulu sebagai dasar penentuan *distingsi* serta memunculkan *novelty* dalam penelitian ini. *Pertama* adalah dari Susilo (2013) mengenai konsep Taman Balekambang sebagai Taman Seni dan Budaya di Surakarta. Dalam penelitiannya, dijelaskan mengenai upaya dari Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Taman Balekambang Surakarta dalam mewujudkan citra Taman Balekambang sebagai ruang publik dengan sejumlah upaya aktivitas kesenian. Susilo (2013) menyimpulkan bahwa citra Taman Balekambang dapat diidentikkan dengan beberapa kegiatan kesenian, lengkap dengan fasilitas kesejukan alam yang terdapat di dalamnya sehingga dapat digunakan sebagai sarana promosi Taman Balekambang sebagai destinasi wisata khas Surakarta.

Terkait dengan penelitian ini, adanya citra yang diwujudkan dalam kegiatan kesenian di Taman Balekambang Surakarta lebih merujuk pada aspek promosi secara material, terutama dalam upaya *branding* sebuah objek wisata. Namun demikian, dalam aspek pemberdayaan dan kemitraan dinyatakan belum tersentuh. Di sisi lain, justru aktivitas kesenian yang ada di Taman Balekambang secara dominan dilakukan melalui sejumlah komunitas seni yang menjadi mitra dan pihak yang bekerjasama dengan Taman Balekambang sehingga perlu adanya tinjauan lebih lanjut mengenai bagaimana Taman Balekambang

mampu mewujudkan tanggung jawab sosialnya terhadap komunitas sebagai mitra kerjasama, dalam upaya pemberdayaan sekaligus mewujudkan promosi dan *branding* yang optimal bagi Taman Balekambang Surakarta.

Sebuah perusahaan dalam konsep organisasi secara langsung bertanggung jawab terhadap pelanggan (konsumen), karyawan, pemegang saham, kelompok komunitas, serta lingkungan yang berkaitan langsung dengan tata operasional perusahaan (Ardianto & Machfudz, 2011). Dalam hal ini, organisasi harus berkomitmen untuk terus menjalin kerjasama dan kemitraan atas tanggung jawab sosial yang ditanggungnya terhadap sejumlah pihak. Adanya kontribusi terhadap lingkungan perusahaan bertujuan untuk menciptakan dampak pembangunan yang berkelanjutan dengan tetap mempertimbangkan perkembangan kondisi sosial, ekonomi, serta lingkungan yang ada di sekitar.

Lebih jelas, peran dan tanggung jawab sosial perusahaan termaktub dalam Undang-undang kegiatan CSR, yakni Undang-undang Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas, Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 Mengenai Penanaman Modal, serta Keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL) (BUMN, 2003) (Kartini, 2009).

Penelitian *kedua* di Taman Balekambang juga dilakukan oleh Sani (2017). Dalam penelitiannya,

Sani (2017) menjelaskan mengenai bagaimana motif Sendratari Ramayana yang ditampilkan di Taman Balekambang Surakarta yang masih bertahan di era modernisasi ini. Singkat kata, penelitian ini mengarah pada wujud pementasan Sendratari Ramayana sebagai salah satu hiburan di Taman Balekambang Surakarta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat sejumlah motif, yakni motif bertahan, motif intrinsik, serta motif ekstrinsik yang muncul sebagai simbiosis mutualisme atas terselenggarakannya pertunjukan Sendratari Ramayana di Taman Balekambang. Dalam kaitannya, sejumlah motif tersebut mengarah pada upaya pelestarian Sendratari Ramayana sebagai strategi promosi serta pemasaran bagi objek wisata Taman Balekambang. Selibuhnya, penelitian lain yang juga dilaksanakan sekaligus turut membahas tentang Taman Balekambang Surakarta, juga dilakukan oleh Kuncoro (2017); Mayawati (2018); Hidayat & Supriyono (2019); dan Pratomo (2017).

Lebih lanjut, penelitian ini tidak semata hanya diarahkan pada strategi promosi saja, melainkan ditinjau dari segi pemberdayaan terhadap pengembangan kemitraan yang dilakukan Taman Balekambang secara institusional, yakni melalui UPT yang membawahnya. Mengingat hal ini bertujuan untuk mewujudkan tanggung jawab sosial organisasi pemerintah kepada masyarakat, yang secara aplikatif dilakukan melalui kerjasama dengan sejumlah publik internal dan eksternal organisasi.

Adanya program pengembangan kemitraan pada akhirnya menjadi salah satu wujud operasional pelaksanaan *community relations* UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Surakarta dalam kaitannya sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab pemerintah untuk komunitas pendukung organisasi. Program ini dinyatakan sebagai kegiatan untuk memfasilitasi komunitas dalam mengembangkan kreativitas dalam upaya untuk mendukung destinasi wisata Kota Surakarta. Lebih lanjut, program *community relations* juga diarahkan sebagai bentuk evaluasi *stakeholder* dan tuntutan lingkungan dalam menghadapi sejumlah isu sosial yang berkembang di seputar organisasi (Iriantara, 2004), sekaligus upaya pemberdayaan guna mengubah taraf hidup komunitas agar lebih baik.

Berdasarkan uraian ini, dapat dinyatakan bahwa program *community relations* penting bagi sebuah organisasi pemerintah sebagai bentuk peran dan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan publik di sekitarnya. Praktik *community relations* secara tidak langsung akan menakar seberapa efektif pelaksanaan hubungan ataupun relasi yang terjalin dengan publik organisasi, yang mana dalam penelitian ini lebih diarahkan pada khalayak sekitar (komunitas dan masyarakat) sebagai sasaran kerja dari *Public Relations* (Effendy, 1993).

Merujuk pada kerja-kerja kehumasan, *community relations* termasuk dalam poin kinerja sosial yang harus diupayakan oleh PR. Peran PR saat ini pada dasarnya sangat luas, yang mana mencakup

kerja promosi, manajemen reputasi, *media relations*, komunikasi internal, *speech writing*, CSR, *lobbying*, manajemen krisis, dan sebagainya (Laksamana, 2018). Lebih lanjut, adanya poin utama dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh PR adalah bekerja untuk membangun relasi yang menguntungkan antara organisasi dan stakeholder (Laksamana, 2018) sehingga hal ini dirasa relevan dengan pentingnya praktik *community relations* terutama bagi perusahaan ataupun organisasi yang memenuhi kriteria sebagai pelaksana.

Adanya implementasi mengenai *community relations* UPT Kawasan Wisata Taman Balekambang Surakarta merujuk pula pada sejauh mana peran serta masyarakat dan komunitas dalam pengembangan kemitraan pariwisata yang terjalin. Untuk itu, guna memperjelas fokus analisis, penelitian ini berupaya untuk menggambarkan secara deskriptif bagaimana implementasi *community relations* UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Surakarta dalam Program Pengembangan Kemitraan Masyarakat.

Tulisan ini merujuk pada jenis penelitian kualitatif lapangan, dengan mengambil lokasi pada UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta. UPT ini terletak di Jalan Balekambang No. 1, Manahan, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta. UPT ini secara langsung berada di bawah naungan Dinas Pariwisata Kota Surakarta yang secara khusus bertugas mengelola tempat wisata sebagai visi dan misi

utama dari Dinas Pariwisata Kota Surakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan secara kualitatif deskriptif dimana penggambaran atas hasil penelitian diuraikan dengan melalui karakteristik individu, situasi, ataupun kelompok tertentu (Ruslan, 2004).

Penelitian jenis deskriptif dirasa sesuai untuk topik penelitian ini karena bertujuan untuk menjelaskan fenomena melalui pemahaman tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Misalnya saja pemahaman mengenai perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan menyeluruh, lengkap dengan penggambaran mengenai bentuk bahasa serta kata, khususnya dalam konteks tertentu yang sifatnya alamiah dan berdasarkan pada metode alamiah pula (Moleong, 2004). Selain itu, penelitian ini juga merujuk pada adanya deskripsi sistematis, faktual, sekaligus aktual dari objek yang diteliti, dengan mencari hubungan sejumlah data yang diperoleh melalui penemuan fakta, perencanaan, dan implementasi proses komunikasi terkait dengan *community relations* pada UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Kota Surakarta.

Sumber data penelitian yang digunakan terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer mengarah pada sumber data langsung yang didapat melalui informan dan diperoleh melalui wawancara serta observasi (Sarwono, 2006). Terkhusus untuk wawancara, teknik ini dilakukan dengan

menggunakan panduan wawancara lengkap dengan jenis pertanyaan yang bersifat luas dan terbuka sehingga mampu memberikan kebebasan terhadap informan untuk menyampaikan informasi secara lebih mendalam (Herdiansyah, 2015). Selanjutnya untuk data sekunder, data ini diperoleh melalui sumber literatur, dokumen, serta sejumlah catatan yang relevan dengan pokok permasalahan dan digunakan sebagai landasan teoritis (Sarwono, 2006).

Terkait sumber data tersebut, pengumpulan data dilakukan melalui beberapa langkah, yakni: observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Selanjutnya, untuk pengumpulan data melalui wawancara mendalam, adapun informan yang diwawancarai dipilih secara purposif (pertimbangan ketercukupan data). Lebih lanjut, secara langsung wawancara ditujukan kepada beberapa informan sebagai publik internal dan eksternal, yang dalam hal ini merupakan sejumlah yang berkontribusi langsung dalam pelaksanaan *community relations* UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Surakarta.

Triangulasi data dilakukan guna menguji validitas data penelitian. Teknik triangulasi yang digunakan adalah teknik triangulasi sumber (data). Menurut Patton dalam (Kriyantono, 2006), triangulasi sumber dimaknai sebagai upaya dalam membandingkan dan meneliti kembali derajat kepercayaan sebuah informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Teknik triangulasi jenis ini digunakan untuk menentukan kredibilitas data melalui

beberapa sumber, salah satunya adalah dengan memperbandingkan hasil wawancara yang berasal dari informan satu, selanjutnya dibandingkan dan dianalisis dengan informan lain; antara informan kunci dengan informan pendukung, dengan tidak meninggalkan aspek kepercayaan data yang diperoleh.

Untuk analisis data, penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif dari Miles dan Huberman. Model analisis ini dilakukan melalui sejumlah proses, yaitu: 1) pengumpulan data (*data collection*); 2) reduksi data (*data reduction*); 3) penyajian data (*presentation of data*); dan 4) verifikasi serta penarikan kesimpulan (*verification*) (Sugiyono, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Taman Balekambang sebagai UPT Kawasan Wisata

Taman Balekambang merujuk pada UPT Kawasan Wisata di bawah Dinas Pariwisata Kota Surakarta. Taman ini merupakan salah satu kawasan ruang hijau di Kota Surakarta yang terletak di Jalan Balekambang No. 1 Manahan, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta. Taman Balekambang memiliki luas 9,8 hektar dan secara khusus dikelola oleh UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta.

Sejarah Taman Balekambang tidak terlepas dari pendirian pesanggrahan oleh Mangkunegoro IV, dimana letak strategis Taman Balekambang berada di antara Lapangan Manahan dan sodetan Kali

Pepe atau Kali Anyar. Selain itu, terdapat mata air (*umbul*) yang terletak di sebelah timur Balekambang, dimana banyak orang yang mempercayai bahwa umbul tersebut dipercaya sebagai mata air berkhasiat yang kerap dijadikan tempat ziarah oleh masyarakat Solo pada zaman dahulu.

UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta dibentuk berdasarkan beberapa peraturan daerah, antara lain adalah: a) Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2008 Tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Surakarta; b) Peraturan Walikota Surakarta Nomor Peraturan Walikota Surakarta Nomor 3 Tahun 2018 tentang Pembentukan Unit Pelaksana Teknis Daerah Kota Surakarta, dan Bab VI Pasal 12 dan 13 tentang Nomenklatur, Kedudukan dan Tugas serta Susunan Organisasi UPT pada Dinas Pariwisata; c) Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Surakarta. Khususnya BAB III Tentang Pembentukan UPT, Pasal 6 bahwa: Pada Dinas dan Badan dapat dibentuk UPT. UPT dibentuk untuk melaksanakan sebgai kegiatan teknis operasional atau kegiatan teknis penunjang tertentu Perangkat Daerah induknya; d) Surat Keputusan Walikota Surakarta Nomor: 646/1-R/2013 UPT Kawasan Wisata Taman Balekambang ditetapkan sebagai Cagar Budaya; e) Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 tahun 2016 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 9 Tahun 2011 tentang Retribusi Daerah; f) Undang-Undang Nomor

25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik; serta g) Permendagri Nomor 17 tahun 2007 Tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Barang Milik Daerah.

Adapun tujuan pembentukan UPT pada Taman Balekambang ini secara garis besar adalah untuk melestarikan seni dan budaya Kota Surakarta, sekaligus menetapkan daerah di Taman Balekambang secara cagar budaya melalui Keputusan Walikota Surakarta. Taman yang berdiri pada tanggal 26 Oktober 1921 ini dipandang sebagai kawasan wisata yang potensial bagi masyarakat Surakarta. Disebut sebagai salah satu ikon kota Solo, kawasan Taman Balekambang merupakan kawasan yang secara khusus dapat dioptimalkan pengelolaannya karena berkenaan langsung dengan publik dan masyarakat. Selain itu, Taman Balekambang juga dapat diaplikasikan menjadi kawasan wisata efektif dalam memperkenalkan sejumlah kegiatan ataupun acara pertunjukan berbasis kesenian sehingga menjadikan taman ini kerap disebut sebagai taman seni dan budaya di Surakarta.

Terkait uraian di atas, Taman Balekambang Surakarta secara tidak langsung memberikan kesempatan pada sejumlah sanggar seni di Surakarta untuk dapat mengisi kegiatan seni budaya di Taman Balekambang. Dalam hal ini, adanya fasilitasi yang disediakan Taman Balekambang merujuk pada kerjasama yang terimplementasi melalui program pengembangan kemitraan masyarakat. Hal inilah yang selanjutnya mengarah pada kegiatan *community relations*,

dimana masyarakat diberi kesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan badan pemerintah sekaligus bentuk tanggung jawab sosial organisasi sebagai publik internal guna mengikutsertakan masyarakat dalam konteks kelompok tertentu dalam perumusan program dan kebijakan organisasi. Lebih lanjut, diperoleh adanya kesejahteraan bagi para sanggar seni sebagai bagian dari publik eksternal yang turut berkontribusi bagi tercapainya tujuan organisasi.

Sesuai dengan visi UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Surakarta, yakni dengan mewujudkan kota Surakarta sebagai pusat pelestarian dan pengembangan budaya Jawa, serta daerah tujuan wisata untuk menuju konsep masyarakat mandiri, maju, dan sejahtera, maka dapat dinyatakan bahwa UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang berupaya untuk memposisikan organisasinya sebagai pusat seni dan budaya Jawa yang khas kota Solo. Melalui visi ini, Taman Balekambang berupaya untuk melestarikan nilai-nilai seni budaya sebagai bagian dari jati diri serta kebanggaan masyarakat Jawa Tengah sehingga muncul upaya untuk memajukan industri pariwisata budaya Kota Surakarta yang memiliki daya saing.

Guna mewujudkan *community relations* organisasi, Taman Balekambang sebagai sebuah UPT Kawasan Wisata juga berusaha untuk menyediakan sekaligus memperhitungkan sumber daya manusia yang memiliki kualitas, menyediakan pelayanan yang optimal, serta bersinergi dalam

kemitraan bersama *stakeholder* yang ada. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan promosi wisata yang efektif, efisien, terpadu, dan bertanggung jawab sebagai fasilitas kegiatan budaya yang representatif bagi masyarakat (Dokumen Sekunder visi dan misi UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Surakarta, 2018).

Praktik pengelolaan oleh UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Surakarta pada dasarnya sejalan dengan konsep *community relations*, bahwa dalam kerja kehumasan pemerintah, pihak lembaga atau organisasi yang bersangkutan diharuskan untuk mampu mengelola sekaligus manajemen komunikasi agar aliran informasi dapat tersalurkan secara efektif kepada publik. Hal ini dapat menunjukkan bahwa organisasi ataupun lembaga pemerintahan secara khusus tidak mengasingkan dirinya dengan masyarakat sekitar (Effendy, 1993).

Berkenaan dengan uraian tujuan di atas, pemerintah Kota Surakarta membentuk konsep Taman Balekambang sebagai sarana umum yang menyediakan area hijau pertamanan, sekaligus pusat seni dan budaya Jawa, terutama melalui kegiatan pagelaran ataupun pementasan Ketoprak, Sendratari Ramayana, maupun Pasar Seni Balekambang. Dalam kepentingan lain, keberadaan UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Surakarta ini juga mampu mendukung peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surakarta, khususnya berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surakarta

Nomor 5 tahun 2016 mengenai Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 9 Tahun 2011 tentang Retribusi Daerah.

Publik Internal dan Publik Eksternal

Program *community relations* pada dasarnya melibatkan sejumlah publik sebagai segmentasi utama kegiatan. Dalam konteks ini, publik yang melingkupi lembaga terbagi menjadi publik internal dan publik eksternal. Publik internal merujuk pada publik yang berada di lingkungan internal UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Surakarta. Sedangkan untuk publik eksternal mengarah sejumlah komunitas, sanggar seni, ataupun masyarakat yang dilibatkan dalam program pengembangan kemitraan khususnya kemitraan dalam ranah Pariwisata.

Baik publik yang bersifat internal maupun eksternal, kesemuanya merujuk pada audiens atau khalayak yang melingkupi lembaga (organisasi). Dalam konteks ini, adanya praktik *community relations* harus mampu dilakukan dengan mengidentifikasi khalayak terlebih dahulu, terutama dalam kepentingan antisipasi apabila para khalayak ini terlibat dalam krisis lembaga (organisasi).

Nova (2014) menjelaskan bahwa identifikasi khalayak yang terlibat dalam krisis, salah satunya harus diarahkan pada klasifikasi antara publik yang berkepentingan, maupun publik yang tidak berkepentingan dengan pesan komunikasi lembaga. Selanjutnya, analisis publik juga merujuk pada mereka yang terlibat

dalam pemulihan dan penyelesaian krisis. Adapun *stakeholder* dan mitra kerja turut menjadi bagian dari klasifikasi publik dalam analisis khalayak ini. Terakhir, tokoh masyarakat, pemimpin, media, serta sejumlah populasi khusus di masyarakat turut menjadi identifikasi dalam analisis khalayak.

Untuk publik internal secara lebih lanjut diarahkan pada pihak yang merencanakan sekaligus melaksanakan program pengembangan kemitraan. Dalam konteks ini, kegiatan pengembangan kemitraan pariwisata bertujuan untuk meningkatkan dan mengoptimalkan peran serta masyarakat agar dapat berpartisipasi dalam kegiatan Taman Balekambang.

Adapun publik internal secara langsung dikaitkan dengan beberapa informan yang diwawancarai dalam penelitian ini, yakni: 1) Kepala UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta; Kasubag Tata Usaha (TU) UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta; 3) Pengelola Wisata UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta.

Beberapa informan tersebut diambil sebagai objek penelitian karena terkait dengan informasi mengenai perencanaan dan implementasi program *Community relations*, kerja sama dan kemitraan, sarana dan prasaratan, serta evaluasi program kegiatan. Selain itu, program kemitraan ini juga berkenaan dengan sejumlah informasi tentang pendirian UPT serta sistematika kerja dan Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam pelaksanaan *community*

relations di Taman Balekambang. Terakhir, informasi melalui publik internal juga diarahkan pada konsep praktis pengelolaan UPT Kawasan Wisata, terutama dalam kaitan dengan pengelolaan dan perizinan kegiatan seni budaya di Taman Balekambang Surakarta.

Selanjutnya untuk publik eksternal, sejumlah pihak yang dijadikan mitra dalam program kegiatan *Community Relations* ini merujuk pada sanggar seni dan komunitas seni budaya di Surakarta. Secara dominan, kegiatan dalam bidang seni dan budaya yang ada di Taman Balekambang lebih cenderung kepada kegiatan Sendratari Ramayana dan Ketoprak Balekambang. Kedua kegiatan ini menjadi ikon utama pementasan seni budaya di Taman Balekambang.

Terkait kegiatan seni budaya Sendratari Ramayana dan Ketoprak Balekambang di atas, adanya publik eksternal yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini adalah: 1) Koordinator Sanggar Pincuk Balekambang sebagai Koordinator Sendratari Ramayana sekaligus Ketua Pasar Seni Balekambang dan 2) Koordinator Kelompok Kethoprak Kerabat Muda Taman Balekambang. Dalam konteks ini, informasi yang diupayakan melalui publik eksternal merujuk pada sejumlah manajemen pengelolaan dan kerjasama kemitraan yang dilakukan secara langsung oleh UPT Kawasan Wisata dengan sejumlah komunitas dan sanggar seni. Selain itu, adanya evaluasi dari kegiatan yang telah terlaksana juga menjadi *follow up* ke depan terkait kemitraan pariwisata yang dilakukan periode selanjutnya.

Community Relations dan Pengembangan Kemitraan Pariwisata

Community relations merupakan salah satu pengembangan implementatif dalam kegiatan *Public Relations* (PR) di sejumlah lembaga pemerintahan. PR dalam definisi sederhananya dijelaskan sebagai fungsi dan kegiatan dalam komunikasi, terutama yang berkenaan dengan komunikasi yang bersifat dua arah (Soemirat & Ardianto, 2005). Konsep ini pada dasarnya sejalan dengan pernyataan yang menjelaskan bahwa PR menitikberatkan pada adanya kegiatan komunikasi secara penuh di dalam sebuah organisasi (Michnik, 2015).

Lebih lanjut, adanya komunikasi dipandang menjadi hal yang penting di dalam tubuh lembaga karena berkaitan dengan arus ataupun aliran informasi yang berjalan dalam lembaga tersebut. Hal ini dapat menentukan adanya kekuatan komunikasi di dalam sebuah lembaga (Ofuani, Sulaimon, & Adebisi, 2018; Paul, 2016; Nguru, 2018). Komunikasi dalam konteks ini dirasa penting untuk mendukung adanya relasi dengan media, sejumlah praktisi PR, maupun lembaga ketiga yang lainnya (Adagala & Michael, 2017).

Termasuk pula dalam bidang *community relations*, komunikasi turut menjadi dasar dalam pelaksanaannya. *Community relations* dinyatakan dalam sejumlah pendekatan, yakni: a) konsep lama PR memposisikan organisasi dalam komunitas sebagai pemberi donasi sehingga pada konteks ini, *community*

relations dilakukan hanya menggunakan aksi dan proses komunikasi; b) organisasi menempatkan kelompok komunitas sebagai mitra, dan bukan sebagai komunitas yang hanya berdiam atau berada di sekitar lingkungan organisasi (Iriantara, 2004).

Tujuan *community relations* lebih lanjut dipengaruhi oleh bagaimana perspektif dari organisasi terhadap komunitas yang menjadi mitranya. Pada konteks ini, adanya peran seorang PR dalam sebuah organisasi menjadi sangat *urgent* karena berkenaan dengan usaha untuk mengantisipasi sekaligus mengelola perbedaan konsepsi dan pikiran antara masyarakat, korporat, dan pemerintah sebagai pemangku kebijakan. Dengan demikian, adanya indikator yang terbentuk dalam konteks ini mengarah pada persepsi sejalan yang mendukung beberapa pihak yang terkait dengan organisasi, baik publik yang tergabung dalam kelompok masyarakat lokal, pihak pemerintah, ataupun korporat sebagai bagian dari program kegiatan (Arifin, 2017)

Implementasi *community relations* dalam program pengembangan kemitraan pariwisata di UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta pada dasarnya tidak terlepas dari pengelolaan dan manajemen Taman Balekambang sebagai paru-paru kota dan ruang hijau Kota Surakarta. Dalam hal ini, mengingat pentingnya fungsi taman kota dan ruang hijau bagi sebuah kota, maka konsep Taman Balekambang diarahkan menjadi fasilitas umum wisata dan rekreasi, sekaligus mampu

mengedukasi masyarakat karena posisinya sebagai cagar alam dan lokasi yang dapat digunakan para penggiat seni untuk beraktivitas dan berkegiatan sehingga saat ini Taman Balekambang mampu menjadi lokasi multifungsi bagi masyarakat.

Sebelum terlaksananya program kerja dalam kegiatan *community relations*, diperlukan sejumlah tahapan seperti: perencanaan, pengaturan, pembagian kerja, monitoring dan evaluasi. Selain itu dalam penentuan objek dan sasaran kegiatan penyelenggaraan pekerjaan tersebut memerlukan perencanaan untuk menentukan objek mana dan lokasi kegiatan yang akan dilaksanakan setiap tahunnya. Dalam hal ini, adanya komunitas sanggar dan kelompok seni dipersiapkan dan digandeng guna mewujudkan program kerja pengembangan kemitraan UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta, yang mana kegiatannya secara implementatif dilaksanakan sebagai berikut:

- a. Layanan umum urusan Peminjaman Lahan Kawasan Wisata dan Tempat Milik Pemerintah
- b. Kegiatan Bakdan Ing Balekambang dengan sejumlah pagelaran seni budaya, kuliner, bazar aneka kerajinan produk lokal dalam rangka merayakan Hari Raya Idul Fitri.
- c. Kegiatan Balekambang Kumandang yang diisi dengan *event* lomba burung tingkat nasional.
- d. Kegiatan Pasar Seni dan Budaya Balekambang

e. Kegiatan Pentas Ketoprak Taman Balekambang dan Pentas Sendratari Ramayana

Sejumlah kegiatan di atas adalah bentuk pengembangan dari program kemitraan dalam meningkatkan peran serta masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan kemitraan pariwisata, yang dalam pelaksanaannya melibatkan sejumlah kelompok komunitas. Kegiatan yang terdapat dalam program kerja tersebut dapat dikatakan sebagai bentuk dari Implementasi *community relations*. UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta merupakan pihak operasional yang mengelola kawasan wisata Taman Balekambang serta berada dibawah naungan Dinas Pariwisata Kota Surakarta sehingga kegiatan yang terdapat program kerjanya tersebut dapat dikatakan wujud dari pengaplikasian visi dan misi dari Dinas Pariwisata Kota Surakarta.

Melalui hasil data wawancara dan observasi, adanya implementasi *Community relations* yang dilakukan UPT Kawasan Wisata Taman Balekambang terkait program kerjanya dilaksanakan sesuai dengan *Standard Operational Procedure* (SOP) mulai dari tahap awal hingga akhir pelaksanaan, dimana dalam kualifikasi pelaksanaannya, terdapat tahapan yang perlu diperhatikan oleh komunitas dan sanggar seni yang bermitra. Selain itu, diperlukan pula sejumlah sarana dan prasarana guna mendukung proses kemitraan pariwisata yang dilakukan, seperti: ATK, laptop, seperangkat gamelan, tata panggung dan dekorasi, tata lampu dan *sound*, peralatan

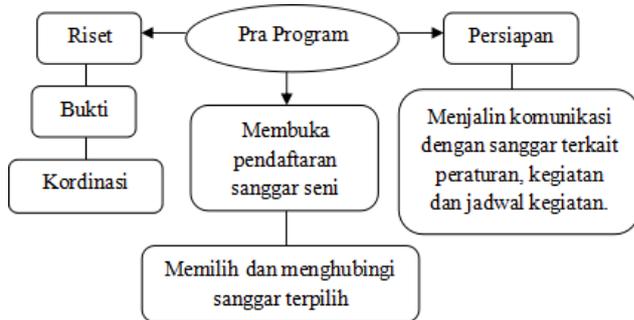
dokumentasi, *wardrobe*, serta sejumlah iklan melalui baliho ataupun poster.

Lebih lanjut, kegiatan *community relations* dalam program kemitraan muncul melalui usulan masyarakat dan para *stakeholder*. Selanjutnya, pihak UPT mewujudkannya melalui program kerja dalam tahapan-tahapan untuk dapat terealisasi.

Iriantara (2004) menjelaskan adanya tahapan dalam *community relations* yang diterapkan di dalam organisasi, yakni: perumusan masalah dengan mengumpulkan sejumlah fakta (*facts finding*); perencanaan dan pemograman (*planning and programming*); aksi dan komunikasi (*acting and communicating*); serta evaluasi (*evaluating*). Hal ini sejalan dengan hasil temuan data, yang mana hasil analisis menunjukkan bahwa implementasi *community relations* di dalam UPT Kawasan Wisata dilaksanakan dalam tiga tahapan utama, yaitu: pra-program (perencanaan), proses pelaksanaan program, dan pasca pelaksanaan program.

Pertama adalah perencanaan. Tahapan ini mengarah pada perencanaan kegiatan dan perencanaan strategi yang dilakukan dalam kegiatan. Tahapan pra-program ini meliputi adanya riset, pendataan dan pendaftaran sanggar seni dan komunitas sebagai mitra, dan persiapan program kegiatan. Lebih jelas, tahap pertama dalam implementasi *community relations* ini dijelaskan melalui gambar berikut:

Gambar 1. Tahapan Pra-Program *Community Relations* Taman Balekambang Surakarta



Sumber : Olah Data Primer (2018)

Riset dilakukan sebagai tahap awal dalam perencanaan *community relations* Taman Balekambang Surakarta. Lattimore (2010) menjelaskan definisi riset sebagai fungsi vital dalam proses *Public Relations*. Melalui riset, informasi dapat diperoleh secara awal guna merencanakan aksi lanjutan dan memiliki peran penting dalam mengevaluasi efektivitas informasi yang diterima. Hal ini sejalan dengan bagaimana PR tumbuh menjadi sebuah seni memengaruhi (Dilenschneider, 2010). Seorang PR harus memiliki seni dan ilmu pengetahuan tentang analisis tren, prediksi yang mampu digunakan untuk mengantisipasi dan menghadapi hambatan, kemampuan membangun *trust*, serta sejumlah masukan terhadap pimpinan organisasi dalam kepentingan untuk implementasi program yang telah direncanakan bagi kepentingan organisasi dan publik (Suryanto, 2015; Susilowati & Pratiwi, 2018).

UPT Kawasan Wisata melakukan perencanaan dalam program *community relations* dengan

menggunakan teknik riset informal guna memperoleh kedalaman informasi mengenai audiens. Riset dilakukan secara lebih fleksibel dan bertujuan untuk menjadi riset latar belakang sebelum terencana aksi. Tahapannya riset ini adalah dengan mengumpulkan informasi yang bermula dari adanya usulan masyarakat dan komunitas, misalnya saja untuk mengadakan kegiatan Sendratari Ramayana di Balekambang Surakarta. Usulan tersebut ditindaklanjuti oleh pihak UPT dengan mengkoordinasikan bersama pegawai lainnya serta kepada Kepala Dinas Pariwisata Surakarta dan Walikota Surakarta. Selanjutnya, setelah disetujui, pihak UPT melakukan riset dan mengkoordinasi hasil riset tersebut untuk agar segera ditindaklanjuti sebagai awal perencanaan program kerja dari UPT Kawasan Wisata.

Berdasarkan bagan di atas, dinyatakan bahwa UPT Kawasan Wisata selanjutnya membuka pendaftaran bagi beberapa sanggar seni dan komunitas melalui kriteria yang telah ditetapkan. Perekrutan mitra sanggar seni dan komunitas ini merupakan perwujudan adanya partisipasi masyarakat dalam kebijakan program kegiatan UPT. Melalui sejumlah sanggar seni dan komunitas yang terpilih, UPT selanjutnya melakukan koordinasi dan komunikasi dalam kepentingan untuk menentukan persiapan pelaksanaan kemitraan.

Sebagai *follow up*, pihak UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta merencanakan sebuah kegiatan *community relations* untuk dijadikan

sebagai program kerjanya guna mendukung program pemerintah dengan memfungsikan UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta menjadi taman seni dan budaya, salah satunya dengan melaksanakan beragam kegiatan pertunjukkan seni dan budaya. Selain itu, kegiatan ini turut memberikan kesempatan kepada Sanggar Seni di Kota Surakarta untuk melakukan pertunjukan di Taman Balekambang Surakarta.

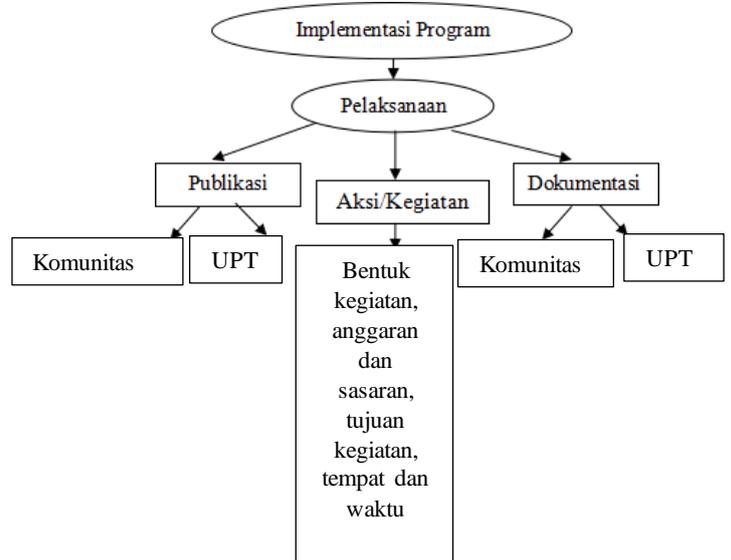
Pra-perencanaan ini juga bertujuan menetapkan kegiatan-kegiatan yang nantinya akan dilaksanakan guna mengimplementasikan program *community relations* dengan peraturan yang telah dibuat pihak UPT, sesuai dengan proses penjadwalan kegiatan yang akan dilaksanakan. Selain itu antara pihak UPT dan komunitas seni yang terpilih dapat berkomunikasi dengan baik, menciptakan hubungan harmonis antara satu komunitas satu dengan komunitas lainnya serta dengan pihak UPT demi keuntungan bersama (*win-win solutions*) dalam setiap kegiatan.

Manfaat dari pra-program dalam *community relations* ini adalah mampu mengidentifikasi permasalahan yang sedang terjadi dan harapan yang diinginkan masyarakat (*stakeholdernya*), khususnya disekitar wilayah kota Surakarta. Selain itu, dengan adanya pra-program, ini dapat membantu *community activator*-nya (pihak UPT) untuk mencari data-data pendukung guna menentukan sasaran kegiatan.

Kedua adalah proses pelaksanaan. Dalam proses

pelaksanaan ini, implementasi *community relations* merujuk pada proses pelaksanaan kegiatan, perwujudan bentuk implementasi kegiatan, aplikasi, tujuan dan fungsi kegiatan, serta manfaat kegiatan. Lebih lanjut, adanya implementasi *community relations* pada Taman Balekambang dapat ditinjau dari sejumlah kegiatan nyata yang dilaksanakan sebagai *event* Taman Balekambang, seperti: pasar seni, pementasan ketoprak, dan sendratari Ramayana. Terkait implementasi *community relations* ini, sejumlah program kegiatan dilakukan melalui beberapa proses, yakni: publikasi, aksi dan kegiatan, serta pendokumentasian.

Gambar 2. Tahapan Implementasi Program *Community Relations* Taman Balekambang Surakarta



Sumber : Olah Data Primer (2018)

Berdasarkan hasil temuan yang penulis analisis, proses implementasi

community relations yang dilakukan pihak UPT Kawasan Wisata dilakukan secara detail. Program kerja Pengembangan kemitraan pariwisata yang terkait dengan kegiatan *Community relations* di lakukan oleh pihak UPT dan komunitas dengan teratur melalui tahapan implementasinya. Terkait hal ini, beberapa indikator dalam proses implementasi *community relations*, proses pelaksanaan dimulai dari publikasi yang menyasar bagi kedua publik dalam UPT Kawasan Wisata, yakni komunitas dan sanggar seni serta orang-orang di dalam UPT sendiri

Konteks publikasi dinyatakan sebagai penyaluran pesan yang direncanakan dan memiliki tujuan. Dalam hal ini, publikasi disampaikan melalui media dan saluran tertentu yang dinilai efektif, dalam kaitannya dengan kebutuhan pelanggan, klien, organisasi, masyarakat, baik secara pribadi maupun publik, tanpa adanya pembayaran khusus terhadap media yang digunakan (Kriyantono, 2006). Dengan kata lain, seberapa besar informasi dapat terserap secara efektif oleh setiap lapisan publik yang ada di sekeliling organisasi merupakan tujuan dari konteks publikasi. Lebih lanjut, publikasi yang dilakukan oleh UPT dan komunitas diantaranya dilakukan melalui media publikasi baik dengan media sosial, cetak atau elektronik.

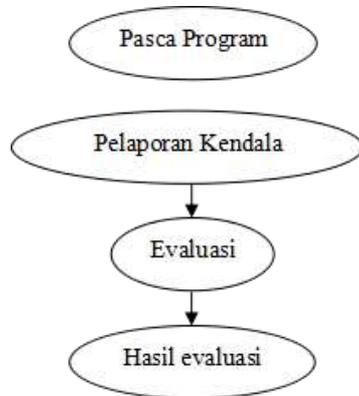
Selanjutnya, dalam kapasitas aksi atau kegiatan, adanya eksekusi proses ataupun implementasi pelaksanaan diidentifikasi melalui bentuk kegiatan, anggaran dan sasaran, tujuan kegiatan, waktu dan tempat kegiatan. Di dalam tahapan aksi atau

kegiatan ini, penting untuk dirumuskan kegiatan yang nantinya dapat berkelanjutan sehingga perlu ditetapkan bentuk kegiatannya, anggaran kegiatan, sasaran kegiatan, tujuan kegiatan, tempat dan waktu kegiatan berlangsung.

Sedangkan dalam proses dokumentasi, sejumlah kegiatan dalam rangka pengembangan kemitraan pariwisata harus dilakukan secara menyeluruh agar UPT dan komunitas memiliki bahan data untuk menyusun *press release* dan publikasi untuk media partner yang ada di sekitarnya. Dalam hal ini, adanya dokumentasi sangat berpengaruh terhadap seberapa optimal daya promosi kegiatan sehingga mampu membawa citra yang baik bagi Taman Balekambang sebagai UPT Kawasan Wisata.

Ketiga adalah pasca program. Tahapan terakhir dalam implementasi *community relations* pada program pengembangan kemitraan pariwisata di UPT Kawasan Wisata Taman Balekambang merujuk pada evaluasi program kegiatan untuk menentukan resolusi ke depan terkait kegiatan yang telah terlaksana. Evaluasi dalam hal ini sebenarnya tidak hanya dimaknai sebagai akhir kegiatan, melainkan juga menjadi rujukan hasil atas kegiatan yang terlaksana. Apakah kemudian perlu dibenahi, diperbaiki, atau justru ditiadakan karena tidak sesuai dengan program kemitraan pariwisata yang dicanangkan oleh UPT.

Gambar 3. Tahapan Pasca Program (Evaluasi *Community Relations*) Taman Balekambang Surakarta



Sumber : Olah Data Primer (2018)

Pasca program secara sederhana dikatakan sebagai proses evaluasi dalam sebuah kegiatan. Melalui bagan di atas, dapat dijelaskan bahwa tahapan evaluasi dalam pasca program kegiatan pada dasarnya diarahkan pada pelaporan hasil kegiatan, sekaligus kendala yang ditemui dalam kegiatan; evaluasi secara keseluruhan; serta pemaparan hasil evaluasi. Adanya evaluasi dilakukan sesuai dengan prosedur dan SOP yang telah dirumuskan dalam peraturan UPT guna mengukur tercapainya *output* kegiatan. Evaluasi dapat menjadikan tolak ukur pelaksanaan kegiatan yang sedang berlangsung, salah satunya pada program *community relations* UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta, yang mana pada pelaksanaannya apakah terdapat beberapa kendala dan perlu adanya penyelesaian sehingga dalam hal ini langkah evaluasi juga digunakan untuk menjaga efektivitas dari kelanjutan pelaksanaan program.

Secara keseluruhan, adanya evaluasi atas program *community relations* dalam UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Surakarta pada dasarnya sudah terlaksana dengan baik. Dalam hal ini, UPT melaksanakan perannya sebagai publik internal yang melibatkan komunitas dan sanggar seni dalam program pengembangan kemitraan pariwisata. Dengan adanya evaluasi program sebagai pasca pelaksanaan program kemitraan pariwisata ini, diharapkan *output* atau hasil yang diperoleh dapat digunakan untuk meningkatkan peran serta masyarakat, terutama dalam pembangunan serta pengembangan pariwisata di UPT Kawasan Wisata Taman Balekambang, terutama melalui analisis keuntungan yang setara (*win win solutions*) antara kedua publik yang bermitra.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini, diperoleh simpulan bahwa implementasi *community relations* pada UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta dilakukan secara khusus pada program pengembangan kemitraan sebagai wujud tanggung sosial dari UPT dengan melibatkan adanya kerjasama dari publik internal UPT Kawasan Wisata dan publik eksternal (komunitas seni dan budaya). Adapun implementasi *community relations* dilaksanakan dalam tiga tahapan, yakni: pra-program; proses pelaksanaan; dan pasca pelaksanaan. Pra-program merujuk pada bentuk

perencanaan yang dilakukan dengan sejumlah analisis permasalahan sebagai penentuan perencanaan program kegiatan. Selanjutnya untuk proses pelaksanaan, tahapan ini adalah implementasi kegiatan dan aplikasi penyelenggaraan *community relations* berdasarkan perencanaan dan target yang telah disusun sebelumnya. Tahapan terakhir adalah pasca program yang mengarah pada evaluasi guna memperoleh perbaikan dan masukan apa yang perlu ditingkatkan untuk kegiatan *community relations* ke depannya. Penulis menyadari sejumlah kekurangan dalam penelitian ini. Untuk itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya, tentu dengan substansi data yang lebih mendetail maupun lokasi yang berbeda. Secara praktis, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan evaluasi dan perbaikan terhadap praktik *community relations* pada UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta ke depannya sehingga program kemitraan dapat berjalan lebih optimal serta mendukung promosi wisata Kota Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Adagala, N., & Michael, B. (2017). Effective Communication Taking Place Among the Internal Publics in POSSS: The Case of Naira County, Kenya. *Journal of Communication, 1*(1), 1–21.
- Ardianto, E., & Machfudz, D. (2011). *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Arifin, A. P. R. (2017). Pendekatan Community Based Tourism Dalam Membina Hubungan Komunitas Di Kawasan Kota Tua Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi, 16*(1), 111–130. Retrieved from <http://publikasi.mercubuana.ac.id/>
- BUMN, K. (2003). Keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Jakarta. Retrieved from <http://jdih.bumn.go.id/lihat/KEP-236/MBU/2003>
- Click, E. R., Hammock, J. M., Omabegho, B., & Smith, A. K. (2019). Developing Community Relationships to Enhance Well-being in a Worksite Wellness Program. *Public Health Nurs., (Special Features-Clinical Concepts), 1*–7. <https://doi.org/DOI:10.1111/phn.12605>
- Darwis, & Junaid, I. (2016). Kemitraan Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Dan Industri Hospitaliti. *Jurnal Kepariwisata, 10*(1), 1–13. Retrieved from https://jurnal.poltekipar_makassar.ac.id
- Dilenschneider, R. L. (2010). *The Ama Handbook of Public Relations*. Amacom.
- Effendy, O. U. (1993). *Human Relations dan Public Relations*. Bandung: Bandar Maju.

- Ferguson, M. A. (2018). Building Theory in Public Relations: Interorganizational Relationships as A Public Relations Paradigm. *Journal of Public Relations Research*, 1–16.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1062726X.2018.1514810>
- Herdiansyah, H. (2015). *Observasi, dan Focus Groups Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hidayat, E. A., & Supriyono, H. (2019). *Perancangan Sistem Informasi Berbasis QR Code Untuk Menampilkan Data Koleksi di Taman Balekambang Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Iriantara, Y. (2004). *Community Relations: Aplikasi dan Konsepnya* (1st ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kartini, D. (2009). *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi Dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kuncoro, S. (2017). *Optimalisasi Pertunjukan Sendratari Ramayana Sebagai Daya Tarik Wisata Taman Balekambang Surakarta*. Universitas Sebelas Maret.
- Laksamana, A. (2018). *Public Relations In The Age of Disruption*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Lattimore, D, et al. (2010). *Public Relations: Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mayawati, I. F. (2018). *Kinerja Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Kawasan Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta dalam Pengembangan dan Pengelolaan Taman Balekambang*. Universitas Sebelas Maret.
- Michnik, J. (2015). Structural Analysis of Problems in Public Relations. *Multiple Criteria Decision Making*, 10, 105–123.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nguru, M. N. (2018). Public Relations and Employee Performance in Nigerian Institution of Higher Learning. *INFORMASI: Kajian Ilmu Komunikasi*, 48(2), 267–279.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21831/informasi.v48i2.21972>
- Nova, F. (2014). *PR War: Pertarungan Mengalahkan Krisis, Menaklukan Media dan Memenangkan Simpati Publik*. (T. T. Indijaningsih & A. Noverina, Eds.). Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ofuani, A. B., Sulaimon, A.-H. A., & Adebisi, S. A. (2018). Corporate Governance Practices: A Comparative Study of Selected Public Corporations in Nigeria. *Academic Journal of Economic Studies*, 4(1), 192–202.
- Olah Data Primer, 2018. (2018).

- Surakarta.
- Paul, O. (2016). Employee Relations Strategy: Implication for Performance in Lagos, 3(3), 53–63.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18394/iid.28545>
- Pratomo, A. (2017). *Kualitas Taman Kota Sebagai Ruang Publik di Kota Surakarta Berdasarkan Persepsi dan Preferensi Pengguna*. Universitas Sebelas Maret.
- RI, D. P. R. (DPR) dan P. (2009). Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. Jakarta.
- Ruslan, R. (2004). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sani, I. (2017). *Sendratari Ramayana dalam Melestarikan Kebudayaan Tradisional (Studi Kasus di Balekambang Kota Surakarta)*. Universitas Sebelas Maret.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2005). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surakarta, U. K. W. T. W. B. (2018). Dokumen Sekunder Visi dan Misi UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Surakarta. Surakarta: Pemerintah Kota Surakarta.
- Surakarta, W. (2018). Peraturan Walikota Surakarta Nomor 3 Tahun 2018, BAB VI mengenai UPT pada Dinas Pariwisata. Surakarta: Pemerintah Kota Surakarta.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Susilo, A. (2013). *Pembentukan Citra Taman Balekambang Surakarta sebagai Taman Seni dan Budaya (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pembentukan Citra Taman Balekambang Surakarta Sebagai Taman Seni dan Budaya Melalui UPTD Balekambang)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Susilowati, E., & Pratiwi, R. Z. B. (2018). Kepuasan Mahasiswa KPI IAIN Surakarta dalam Pemilihan Konsentrasi Jurusan. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 259–292. <https://doi.org/10.22515/balagh.v3i2.1388>
- Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 Mengenai Penanaman Modal. (2007). Jakarta.
- Undang-undang Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas. (2007). Jakarta.