

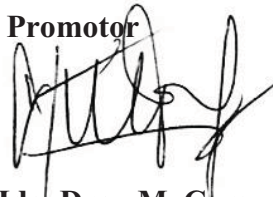
DISERTASI
PUBLIC RELATIONS ACTIVISM
PENGELOLA DAN ALIANSI ULAMA PANTURA DALAM KONTROVERSI
PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA PANTAI *LON MALANG*
DI MADURA (PERSPEKTIF *CRITICAL PUBLIC RELATIONS*)



Oleh:

Dewi Quraisyin
NIM.071717047304

PROGRAM DOKTOR ILMU SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2022

LEMBAR PENGESAHAN**Dewi Quraisyin (NIM 071717047304)****UJIAN DISERTASI TAHAP 2 (TERBUKA) INI TELAH DISETUJUI****Oleh :****Promotor****Prof. Rahmah Ida, Dra., M. Com., Ph.D.
NIP 196905241993032001****Ko Promotor****Ratih Puspa, S.Sos., MA., Ph.D.
NIP 197109191999032002****Mengetahui,
Ketua Program Studi S3 Ilmu Sosial
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga****Dr. Phill. Toetik Koesbardiati, Dra.
NIP 196701141993032002**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Dewi Quraissyin

NIM : 071717047304

Program Studi : S3 Ilmu Sosial FISIP Universitas Airlangga

Judul Disertasi : *Public Relations Activism* Pengelola dan Aliansi Ulama Pantura Dalam Kontroversi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai *Lon Malang* Di Madura (Perspektif *Critical Public Relations*)

Alamat : Griyo Taman Asri DA. 38 Taman Sepanjang Sidoarjo

Dengan ini menyatakan bahwa:

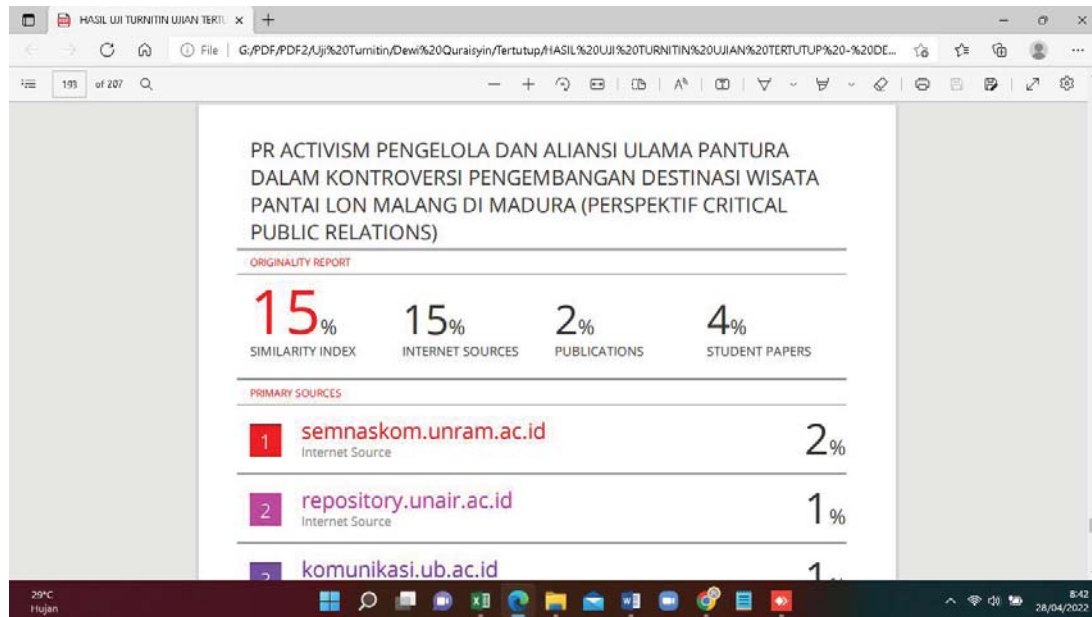
1. Disertasi saya adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya. Serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain. Disertasi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Airlangga maupun di Perguruan Tinggi lainnya;
2. Dalam disertasi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis disertasi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 4 Juli 2022
Yang membuat pernyataan,



Dewi Quraissyin

HASIL UJI TURNITIN



UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, rasa syukur yang tidak terhingga karena Allah telah memberikan rahmat dan hidayah pada penulis, hingga bisa menyelesaikan disertasi ini. Penelitian dalam disertasi ini diawali oleh ketertarikan pribadi penulis terhadap pengembangan pariwisata di Madura yang selama ini selalu dipenuhi kontroversi. Sehingga tak banyak destinasi wisata di Madura yang bisa dikembangkan dan mampu bertahan untuk tetap eksis dalam rangka mendukung program pemerintah untuk pengembangan pariwisata nasional serta pengembangan ekonomi daerah.

Selesainya studi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan banyak pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung selama proses studi. Karena itulah, penulis menghaturkan terima kasih yang tidak terhingga untuk :

1. Prof. Rachmah Ida, Dra., M. Com., Ph.D., sebagai penasihat akademik hingga menjadi Promotor yang sudah mendampingi peneliti dengan sangat sabar, sejak ide penelitian ini masih sangat “abu-abu” hingga menemukan arah yang jelas. Tanpa bimbingan dan arahan beliau, disertasi ini tidak akan pernah selesai.
2. Ibu Ratih Puspa, S.Sos., MA., Ph.D., sebagai salah satu Dosen MKPD hingga menjadi Ko. Promotor yang juga selalu memberikan arahan, bimbingan, dan selalu memberikan semangat untuk membesarkan hati penulis.
3. Ibu Dr.Phil. Toetik Koesbardiati, Dra., selaku Ketua Program Studi yang selalu menularkan keceriaan dan semangat bagi penulis untuk terus berproses menyelesaikan studi ini.
4. Jajaran pimpinan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga dan seluruh Dosen pengajar Program Doktor Ilmu-Ilmu Sosial yang telah banyak memberikan bimbingan pada penulis.
5. Mas Rofiq, Mas Tino, dan semua jajaran staf kependidikan yang telah banyak sekali membantu penulis selama proses studi.
6. Suami, Heri Efendi dan anak-anak, Kak Malya dan Dek Ara, untuk dukungan dan pengertiannya.

7. Aba dan Bapak (alm), ibu Jauharoh, Ibu Jantimah, Kak Ilyas (alm), Kak Machsun, Kak Haidar, Kak Ahmad, Kak Mursyid, Mbak Hun (almh), Mbak Huz, Mbak Ella, Mbak Humairoh (almh), Mbak Kiki, Mbak Nuril, Hilman, Eko, Millah, serta ponakan-ponakan, untuk segala doa, cinta, dan dukungannya.
8. Semua kolega di Prodi Ilmu Komunikasi FISIB UTM, Sist Wawa, Jenk Hana, Bu Nikmah, Bu Netty, Bu Naning, Bu Dinara, Bu Bani, Pak Roy, Via, Rosi, Rio, Pak Bambang, Pak Imam, Bu Dessy, Pak Kholil, Pak Tatag, Pak Mukhtar, Mbak Nadya, Mas Imron, untuk dukungan dan pengertiannya selama penulis masih disibukkan dalam proses studi.
9. Mbak Nevri, untuk waktu-waktu terbaik yang kita lalui dalam tangis dan tawa.
10. Teman-teman S3 angkatan 2017, Mbak Citra, Mbak Didi, dan lainnya atas kebersamaan dan saling menguatkan.
11. Ustadz Chaironi Hidayat, MM., untuk masukan-masukan dalam setiap diskusi dan untuk doa-doa baiknya.
12. Sahabat-sahabat di MAKNJ, eMAK '98, dan Himagifo untuk selalu bersedia berbagi tawa dan bahagia saat penulis mulai jenuh.
13. Para informan pada penelitian ini, atas waktu dan dukungannya.

Penulis sangat berharap, penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi pengembangan pariwisata di Madura demi peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak untuk hasil terbaik dari penelitian ini.

Surabaya, 4 Juli 2022

Penulis

Abstrak

***Public Relations Activism* Pengelola dan Aliansi Ulama Pantura
Dalam Kontroversi Pengembangan Destinasi Wisata Pantai Lon Malang
Di Madura (Perspektif *Critical Public Relations*)**

Penelitian ini melihat aktivisme sebagai bagian dari praktik *Public Relations* (PR). *Activism as a PR*. Karena praktik PR juga ada dalam sistem masyarakat bahkan dalam konteks budaya yang berlangsung di masyarakat. Pengembangan alternatif kajian PR dalam perspektif kritis yang ditawarkan dalam penelitian ini juga menjadi hal baru dalam kajian PR yang selama ini didominasi oleh paradigma positivis-fungsionalis.

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini dilakukan di Desa Bira Tengah Kecamatan Sokobanah Kabupaten Sampang dengan subjek penelitian pengelola pantai *Lon Malang* dan kiai dari Aliansi Ulama Pantura (AUP). Penelitian ini menemukan adanya kontestasi dalam konflik kepentingan yang terjadi antara keduanya untuk memenangkan keberpihakan masyarakat terhadap pengelola sebagai kelompok progresif modern dan AUP sebagai kelompok konservatif kultural. Dalam strateginya, pengelola menggunakan *dialog*, lobi dan negosiasi, *media relations*, *community relations*, *media sosial*, *gravity*, dan bermitra dengan pihak lain. Sedangkan AUP menggunakan *dialog*, lobi dan negosiasi, *media relations*, serta *event*.

Cultural economic theory yang memasukkan unsur budaya sebagai konsep dasar dalam PR yang dipakai dalam penelitian ini juga menemukan bahwa selain lima spektrum yang ditawarkan, yaitu *regulation*, *representation*, *production*, *identity*, dan *consumption*, agama juga menjadi unsur yang mendominasi aktivisme PR yang dilakukan oleh pengelola dan AUP.

Kata kunci: *Critical Public Relations*, aktivisme, *cultural economic theory*, pantai *Lon Malang*.

Abstract

Public Relations Activism by the Managers and Aliansi Ulama Pantura in the Controversy of Tourism Development of *Lon Malang* Beach in Madura (Critical Public Relations Perspective)

This study viewed activism as a part of Public Relations (PR) Practice due to its existence in the system of the society and even within its context of culture. The development of an alternative study on PR from a critical perspective proposed in this research is a novelty to the existing domination of the positivism-functionalism paradigm.

By employing the qualitative method, this research investigated tourism development at Bira Tengah village of Sokobanah district of Sampang regency with Lon Malang beach managers and *kiai* from Pantura Islamic Scholars Alliance (AUP) as the research subjects. The findings showed that conflict of interest contestation occurred between the two subjects to gain people's support towards the managers as the modern progressive group and AUP as the cultural conservative one. The strategies practiced by the managers were through dialogue, lobbying, negotiation, media relations, community relations, social media, gravity, and collaboration with other parties. Meanwhile, AUP chose to have dialogue, lobbying, negotiation, media relations, and events.

The cultural economic theory which included culture within the basic concept of PR utilized in this study indicated that religion also dominated PR activism implemented by the subjects in addition to the remaining five spectrums such as regulation, representation, production, identity, and consumption.

Keywords: Critical Public Relations, activism, cultural economic theory, *Lon Malang* beach.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan	
Surat Pernyataan	
Hasil Uji Turnitin	
Ucapan Terima Kasih	
Abstrak	
Abstract	
Daftar Isi	
Daftar Gambar	
Daftar Tabel	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	15
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	15
1.3.1 Tujuan Peneltian	15
1.3.2 Manfaat Penelitian	15
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL DAN TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Kerangka Konseptual	17
2.2. Studi dan Riset Terdahulu	17
2.2.1 Studi dan Riset Tentang Pariwisata	17
2.2.2 Studi dan Riset Tentang <i>Public Relations</i>	23
2.2.3 Penelitian Tentang <i>Activism</i>	28
2.3. <i>Gap of Knowledges</i>	30
2.4. Landasan Teori.....	31
2.4.1 Kajian <i>Public Relations</i> : Dulu dan Kini	31
2.4.2 <i>Public Relations Campaign</i>	39
2.4.3 <i>Activism Dalam Public Relations</i>	42

2.4.4	Teori Kritis sebagai Alternatif Kajian <i>Public Relations</i>	50
2.4.5	<i>Cultural – Economic Theory</i>	52
BAB III METODE PENELITIAN.....		59
3.1.	Pendekatan Penelitian	59
3.2.	Lokasi Penelitian dan waktu Penelitian	59
3.3.	Subyek Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	59
3.4.	Limitasi Penelitian.....	62
3.5.	Teknik Analisa Data dan Triangulasi Data	63
BAB IV KIAI DAN STRUKTUR SOSIAL MASYARAKAT MADURA		65
4.1.	Struktur Sosial dan Ekonomi Masyarakat Madura	65
4.2.	Kiai Sebagai Simbol Budaya di Madura	69
4.3.	Dinamika Aktivisme Kiai di Madura	71
4.4.	Pariwisata di Madura: Antara Harapan dan Kontroversi	83
BAB V KONTESTASI KEPENTINGAN		87
5.1.	Klaim Kebenaran Pengelola Versus Aliansi Ulama Pantura: Kontestasi Kepentingan Dalam Pengembangan Pantai <i>Lon Malang</i>	87
5.2.	Motivasi dan Klaim Kebenaran Aliansi Ulama Pantura	101
5.3.	Motivasi dan Klaim Kebenaran Pengelola Pantai <i>Lon Malang</i>	107
BAB VI <i>PUBLIC RELATIONS ACTIVISMS</i>		114
6.1	Pandangan <i>Cultural Economic Theory</i> Terhadap <i>PR Activisms</i> Pengelola dan Aliansi Ulama Pantura (AUP)	113
6.1.1	<i>Regulation</i>	113
6.1.2	<i>Representation</i>	123
6.1.3	<i>Production</i>	125
6.1.4	<i>Identity</i>	128
6.1.5	<i>Consumption</i>	131
6.2	Pandangan Kiai Terhadap Pantai <i>Lon Malang</i>	134
6.3	Aktivisme Dalam Praktik PR: Sebuah Strategi.....	137

6.3.1	<i>PR Activisms Aliansi Ulama Pantura</i>	138
6.3.2	<i>PR Activisms Pengelola Pantai Lon Malang</i>	160
BAB VII PENUTUP		184
7.1	Simpulan	187
7.2	Implikasi Teoritik	191
7.3	Saran	194
DAFTAR PUSTAKA		196
LAMPIRAN		

Daftar Gambar

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Gambar 2.2. Spektrum *Cultural Economic Theory*

Gambar 4.1. Aksi demonstrasi Aliansi Ulama Madura untuk menutup destinasi wisata Bukit Bintang Pamekasan

Gambar 4.2. Aksi Pembakaran Wisata Bukit Bintang Pamekasan oleh warga yang digerakkan oleh Aliansi Ulama Madura

Gambar 5.1. Pemberitaan tentang aPResiasi yang diberikan oleh Bupati Sampang terhadap pantai *Lon Malang*

Gambar 5.2. Pemberitaan tentang dukungan Pemerintah Kabupaten Sampang terhadap dibukanya pantai *Lon Malang* sebagai destinasi wisata

Gambar 5.3. Pemberitaan tentang dukungan Kementerian Pariwisata terhadap dibukanya pantai *Lon Malang* sebagai destinasi wisata

Gambar 5.4. Pemberitaan tentang dukungan Pemerintah Kabupaten Sampang terhadap dibukanya pantai *Lon Malang* sebagai destinasi wisata

Gambar 5.5. Pemberitaan tentang dukungan Bupati Sampang terhadap dibukanya pantai *Lon Malang* sebagai destinasi wisata

Gambar 5.6. Pemberitaan tentang dukungan Bupati Sampang terhadap dibukanya pantai *Lon Malang* sebagai destinasi wisata

Gambar 6.1. dialog dan audiensi dengan Pemerintah Kabupaten Sampang dan para ulama se-kabupaten untuk membahas keberadaan wisata pantai *Lon Malang*

Gambar 6.2 Pemberitaan tentang kedatangan Aliansi Ulama pantura di kantor Pemerintah Kabupaten Sampang

Gambar 6.3. Pemberitaan tentang audiensi yang dilakukan oleh AUP bersama DPRD Kabupaten Sampang

Gambar 6.4. Pemberitaan tentang para kiai bersama MUI Kabupaten Sampang menemui Bupati Sampang

Gambar 6.5. Pemberitaan tentang kekhawatiran AUP terhadap keberadaan beberapa pantai di Sokobanah dengan nama yang tidak mendidik

Gambar 6.6. Pengelola seringkali mendapat kunjungan warga untuk membahas beberapa hal yang terjadi di masyarakat sekitar lokasi wisata pantai *Lon Malang*

Gambar 6.7. Pengelola bersama Kasi. Pariwisata Disporabudpar Kabupaten Sampang

Gambar 6.8. Pengelola bersama tim keamanan yang bertugas disekitar pantai *Lon Malang*

Gambar 6.9. Akun instagram pantai *Lon Malang*

Gambar 6.10. Akun Tiktok pantai *Lon Malang*

Gambar 6.11. Prestasi pan *Lon Malang* sebagai Penyaji Virtual Tour Desa Wisata Festival Dewi Cemara 2021

Gambar 6.12. Pemberitaan keindahan pantai *Lon Malang*

Gambar 6.13. Gravity '*Papa Pergi Mama Tak Becca* (Papa Pergi Mama Tidak Basah)' yang menjadi kontroversi di pantai *Lon Malang*

Gambar 6.14. 'Loket Asmara'. Gravity yang dianggap berkonotasi negatif oleh AUP

Gambar 6.15. Gravity dengan simbol angka '69' yang dianggap berkonotasi negatif oleh AUP

Gambar 6.16. Gravity pengganti dan lebih islami setelah gravity sebelumnya dicabut oleh AUP

Daftar Tabel

Tabel 2.1. *The Cultural Economic Grid*

Tabel 6.1 Poin-poin keberatan AUP terhadap keberadaan destinasi pantai *Lon Malang*