

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN
DAN PARIWISATA KABUPATEN PENUKAL ABAB
LEMATANG ILIR (PALI) DALAM PENGEMBANGAN
OBJEK WISATA CANDI BUMI AYU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna

Memperoleh Gelar derajat Sarjana Strata (SI) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Hubungan Masyarakat



Disusun oleh:

TAHSYA SERLI MARYANI

07031381924210

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN KOMPREHENSIF SKRIPSI

“STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN PENUKAL ABAB LEMATANG ILIR (PALI) DALAM PENGEMBANGAN OBJEK WISATA CANDI BUMI AYU”

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi**

Oleh:

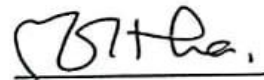
TAHSYA SERLI MARYANI

07031381924210

Pembimbing I

Miftha Pratiwi, M.I.Kom., AMIPR

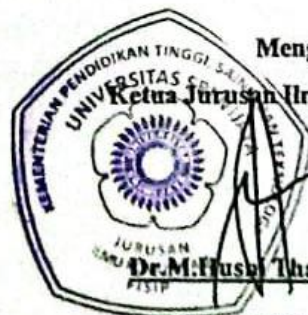
NIP.199205312019032018



Pembimbing II

Rindang Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP.198802112019032011



Mengetahui

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. M. Husein Thamrin, M.Si

NIP.196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN PENUKAL ABAB LEMATANG ILIR (PALI) DALAM PENGEMBANGAN OBJEK WISATA CANDI BUMI AYU

SKRIPSI

Oleh:

TAHSA SERLI MARYANI
07031381924210

Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 18 juni 2025
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Pembimbing I

Miftha Pratiwi, M.I.Kom., AMIPR
NIP.199205312019032018



Pembimbing II

Rindang Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP.198802112019032011



Penguji I

Krisna Murti, S.I.Kom., M.A.
NIP. 198807252019031010



Penguji II

Dr.M.Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001



Mengetahui


Dekan FISIP UNSRI
Dr.Ardiyanto Saptawan, M.Si
NIP.196511171990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi


Dr.M.Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tahsya Serli Maryani
NIM : 07031381924210
Tempat dan Tanggal Lahir : Tambak, 20 September 2000
Program Studi/ Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan
Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang
Ilir (Pali) Dalam Pengembangan Objek Wisata
Candi Bumi Ayu

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya Ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh dari melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 2025

Yang membuat pernyataan,


Tahsya Serli Maryani

NIM.07031381924210

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

*“If you hate your life, maybe your life will hate you too but
if you love your life, your life will love you back to”*

- Rm BTS

It will pass, everything you've gone through it will pass

- Rachel Vennya

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga saya, Ayah, Ibu, Kakak serta Adik-adik yang selalu hadir dan mendoakan semua proses saya dari awal berkuliah hingga sekarang. Tak lupa juga untuk teman-teman yang telah kebersamai saya selama 5 tahun belakang.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh affiliator TikTok @mylifeasme dalam mempromosikan produk melalui program TikTok Affiliate. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana affiliator menerapkan strategi pemasaran digital dengan menggunakan model perencanaan SOSTAC (*Situation, Objective, Strategy, Tactic, Action, Control*) yang dikembangkan oleh PR Smith dan Dave Chaffey. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam kepada informan kunci dan pendukung yang berperan aktif dalam kegiatan affiliate marketing. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan strategi pemasaran digital affiliator tidak hanya bergantung pada kreativitas konten, tetapi juga pada kemampuan dalam memahami pasar, membangun hubungan dengan audiens, dan melakukan evaluasi berkelanjutan. Temuan ini memberikan kontribusi pada pemahaman strategi pemasaran digital di era platform berbasis konten, khususnya bagi individu yang memanfaatkan program affiliate sebagai peluang ekonomi digital.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Digital, Affiliate Marketing, mylifeasme, SOSTAC

Pembimbing I



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP 196406061992031001

Pembimbing II



Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 198607072023212056

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP 196406061992031001

ABSTRACT

This research aims to analyze the communication strategy applied by the Culture and Tourism Office of Penukal Regency Abah Lematang Ilir (PALI) in the development of the Bumi Ayu Temple tourist attraction. Bumi Ayu Temple is one of the historical sites that has great potential to attract tourists, but it is still less known by the general public. The method used in this research is a qualitative approach with data collection techniques through interviews, observations, and documentation studies. The research results show that the PALI Culture and Tourism Office implements several communication strategies, including: the use of social media, the implementation of cultural events, and collaboration with private parties. In addition, the challenges faced in this communication strategy include budget limitations, lack of trained human resources, and minimal community participation. This research is expected to provide recommendations for the development of more effective communication strategies in promoting tourist attractions in PALI Regency, as well as increasing public awareness of the importance of cultural preservation and local tourism.

Keywords: *Communication Strategy, Culture and Tourism Office, Bumi Ayu Temple, Tourism Development, PALI Regency.*

Pembimbing I



Miftha Pratiwi, M.I.Kom., AMIPR

NIP.199205312019032018

Pembimbing II



Rindang Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP.198802112019032011



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga dengan kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir Dalam Pengembangan Objek Wisata Candi Bumi Ayu”. skripsi ini dilaksanakan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang Pendidikan perkuliahan Strata-1 pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya Palembang.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu pada tahap penyusunan hingga selesainya skripsi ini, khususnya kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran selama menyelesaikan skripsi ini
2. Kedua orang tua dan keluarga saya yang telah memberi dukungan baik materi dan dukungan secara mental yang juga memberikan doa kepada saya,serta mendukung saya dalam setiap kondisi apapun
3. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si selaku Rektorat Universitas Sriwijaya
4. Kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bapak Dr. Ardiyan Saptawan, M.Si selaku Dekan Fakulats Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya

5. Wakil Dekan 1 Dr.H. Azhar, SH., M.Sc, LL.M., Wakil Dekan II Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd., Wakil Dekan III Dr. Andries Leonardo, M.Si.
6. Ketua Jurusan Dr. M. Husni Thamrin, S.IP., M.Si
7. Pembimbing 1 Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom dan Pembimbing II Rindang Andarini, S.Ikom., M.Ikom
8. Bapak -bapak dan Ibu-ibu Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingannya serta bantuannya
9. Staf dan kepegawaian Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah banyak membantu
10. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2019 terutama kelas A Palembang
11. Kepada diri saya sendiri yang telah banyak mengalami masa-masa sulit tapi tetap bertahan saat ini
12. Kepada keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan materi yang sangat membantu di perantauan
13. Kepada BTS yang telah mengajarkan saya cara mencintai diri sendiri lewat lagu-lagu yang saya dengarkan dan memotivasi untuk mengerjakan skripsi
14. Kepada Ustad Adi Hidayat dan Habib Ja'far, dan Ustadz Abdul Somad lewat ceramah dan quotes yang menguatkan saya ketika sedang down
15. Kepada bts,got7,justinbieber,seventeen,exo,Ariana grande,Charlie puth, sabrina carpenter, taylor swift dan blackpink karya yang saya dengarkan pada saat mengerjakan skripsi.

16. Knowing brother, Tonight Show, dan Login (Habib ja'far dan Onad), Podcast vidi aldiano dan deddy corbuzier (podhub), Drakor dan film barbie acara yang saya tonton saat mengerjakan skripsi
17. Kepada saudara-saudara yang telah memberikan dukungan mental dan membuat saya semangat dalam mengerjakan skripsi
18. Kepada teman-teman saya yang membantu saya pada saat mengerjakan skripsi baik berupa saran dan kata-kata motivasi supaya semangat
19. Kepada teman-teman saya yang sedang berjuang dan saling menguatkan satu sama lain
20. Kepada para staf kepegawaian Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kelemahan maka kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna membuat skripsi ini lebih baik lagi. Atas Kerjasama dan perhatiannya, penulis mengucapkan terimakasih banyak dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, 2025

Penulis

Tahsya Serli Maryani

Nim.07031381924210

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN KOMPREHENSIF SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Akademis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN LITERATUR	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Konseptual	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN (KUALITATIF)	Error! Bookmark not defined.
3.1 Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Definisi Konsep.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Fokus Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4 Unit Analysis.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Kriteria Informan	Error! Bookmark not defined.

3.5.2 Key Informant	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Informan Pendukung	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
4.1. Sejarah Candi Bumi Ayu	Error! Bookmark not defined.
4.2. Profil Instansi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI)	Error! Bookmark not defined.
4.3 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir Memiliki Visi dan Misi	Error! Bookmark not defined.
4.4 Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
4.5. Profil Informan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Penyajian Data Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.2 Pembahasan per elemen Promotional Mix:..	Error! Bookmark not defined.
5.2.1 Advertising	Error! Bookmark not defined.
5.2.2 Personal Selling	Error! Bookmark not defined.
5.2.3 Sales Promotion	Error! Bookmark not defined.
5.2.4 Publicity	Error! Bookmark not defined.
5.3 Analisis Strategi Komunikasi Promosi Candi Bumi Ayu Secara Menyeluruh	Error! Bookmark not defined.
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
6.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
6.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	10

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Candi Bumi Ayu**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Kawasan Candi Bumi Ayu.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 5. 1 Wawancara Bersama Informan**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 5. 2 Wawancara Bersama Informan**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 5. 3 Wawancara Bersama Informan**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 5. 4 Wawancara Bersama Informan**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 5. 5 Wawancara Bersama Informan**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 5. 6 Wawancara Bersama Informan**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 5. 7 Wawancara Bersama Informan**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Data Key Informant.....	77
Tabel 4. 2 Data Informasi Pendukung.....	77

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	36
Bagan 2. 2 Struktur Organisasi.....	68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian daerah . Di Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI), sektor pariwisata memiliki peluang besar untuk dikembangkan mengingat kekayaan budaya dan sejarah yang dimiliki. Salah satu destinasi wisata yang memiliki nilai historis dan budaya tinggi adalah Candi Bumi Ayu. Candi ini tidak hanya merupakan situs bersejarah, tetapi juga simbol kekayaan budaya lokal yang dapat menarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Namun, potensi besar ini belum sepenuhnya tereksplorasi. Salah satu kendala utama dalam pengembangan pariwisata Candi Bumi Ayu adalah kurangnya strategi komunikasi yang efektif dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten PALI. Komunikasi yang baik dan terarah sangat penting untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan kunjungan wisatawan ke situs ini. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memiliki peran kunci dalam mempromosikan dan mengelola potensi wisata daerah melalui berbagai strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang efektif harus mencakup berbagai aspek, mulai dari promosi yang menarik, edukasi masyarakat tentang nilai sejarah dan budaya candi, hingga kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk media dan komunitas lokal. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial juga menjadi elemen penting dalam strategi komunikasi modern untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Dengan memahami strategi-strategi yang ada, diharapkan dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, serta peluang dan tantangan yang dihadapi dalam upaya meningkatkan daya tarik wisata Candi Bumi Ayu. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten PALI untuk meningkatkan efektivitas komunikasi mereka, sehingga potensi wisata Candi Bumi Ayu dapat tereksplorasi secara optimal dan memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian dan pelestarian budaya daerah.

Dinas kebudayaan dan Pariwisata merupakan unsur pelaksana pada urusan pemerintahan bidang kebudayaan dan pariwisata yang mana menjadi kewenangan Daerah, pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya. Dinas pariwisata memiliki fungsi menyelenggaraan perumusan dan penetapan kebijakan teknis kepariwisataan, kebudayaan, kesenian dan pemasaran. Pemerintah daerah bertanggung jawab mengembangkan dan mengelola segala potensi yang ada di daerahnya masing masing. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merupakan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang memiliki tugas untuk melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang Kebudayaan dan pariwisata berdasarkan atas otonomi dan tugas pembantuan. Namun, dalam realitanya kedua komponen strategis tersebut belum dikelola secara tepat, sehingga belum mampu memberikan kontribusi secara signifikan bagi pembiayaan pembangunan daerah.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (Pali) ialah leading sektor yang mewujudkan pariwisata yang modern. Semakin berkembangnya pariwisata di suatu daerah dapat mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, baik secara ekonomis, sosial maupun budaya. Akan tetapi, jika

pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan dapat menimbulkan berbagai masalah yang menyulitkan bahkan merugikan masyarakat. Dari sudut sosial, kegiatan pariwisata akan memperluas kesempatan tenaga kerja, baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana sektor usaha yang langsung maupun tidak langsung (Tunjungsari, 2020). Dari sudut ekonomi, pariwisata bisa memberi sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari objek wisata (Ahda & Rozi, 2022a).

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir. Pengembangan sektor pariwisata dijadikan sebagai salah satu sektor andalan yang dapat memberi kontribusi bagi peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta menggerakkan perekonomian daerah. Namun, sektor pariwisata belum dapat menjadi sebuah aset utama dan dikembangkan secara optimal dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi pada suatu wilayah. Hal ini juga terjadi di Penukal Abab Lematang Ilir, pengembangan wisata masih kurang mendapatkan perhatian yang serius, sehingga wisatawan kurang tertarik berkunjung, padahal objek wisata tersebut mempunyai potensi yang cukup baik.

Provinsi Sumatera Selatan adalah salah satu contoh provinsi di Indonesia yang memiliki potensi wisata yang cukup banyak dan bervariasi, mulai dari wisata budaya, wisata alam, wisata religi, wisata kuliner hingga wisata industri (Mulya & Yudana, 2018). Salah satu daerah yang mempunyai objek daya tarik wisata adalah Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. Masyarakat Pali sebagian besar belum banyak mengetahui daerah ini dikarenakan Kabupaten

Penukal Abab Lematang Ilir merupakan DOB (Daerah Otonomi Baru) pemekaran dari Kabupaten Muara Enim yang di sahkan pada tanggal 11 Januari 2013 Melalui UU no Tahun 2013. Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir posisinya berada di tengah Provinsi Sumatera Selatan, berjarak sekitar 160 Km dari kota Prabumulih dan mempunyai luas sekitar 1.840 Km² (2,11%) dari total luas Provinsi Sumatera Selatan.

Terletak di Desa Bumi Ayu, Tanah Abang, Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir, terdapat Candi Bumi Ayu yang merupakan sebuah candi Budha. Candi Bumi Ayu merupakan sebuah objek wisata yang telah lama ditetapkan sebagai tujuan wisata di Pali, Candi Bumi Ayu merupakan satu-satunya Candi yang ada di Sumatera Selatan. Untuk itu, Candi Bumi Ayu sebagai objek wisata yang memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman sejarah dan budaya sehingga dapat meningkatkan apresiasi kecintaan pengunjung terhadap wisata sejarah dan budaya. Dengan keindahan dan keunikan bangunan-bangunan Candi Bumi Ayu sebagai objek wisata sejarah. Objek wisata Candi Bumi Ayu mempunyai potensi untuk dikembangkan. Hal ini dapat dilihat dari keindahan dan keunikan bangunan Candi Muara takus sebagai wisata sejarah yang masih kental dengan budayanya yang khas dan panorama alam sekitarnya.

Balai Pelestarian Cagar Budaya (BPCB) Jambi melalui pemerintahan pusat mengelolah Candi Bumi Ayu, terhitung mulai awal November 2022. Candi Bumi Ayu menjadi tanggung jawab Balai Pelestarian Kebudayaan (BPK) Wilayah VI yang sebelumnya di kelola BPCB (Rais, 2022). Sebagaimana dinyatakan dalam Peraturan Bupati (PERBUP) No.055 Tahun 2016 tentang Pekerjaan serta Fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang, mereka

mempunyai tanggung jawab dan keunggulan yang sama dengan organisasi lainnya. Untuk melaksanakan ketentuan pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 18 tahun 2016 tentang perangkat daerah dan pasal 5 Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2016 menetapkan peraturan Bupati terkait tugas pokok dan fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (Rochman, 2020).

Pemerintahan Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (Pali) harus mampu publikasi kembali objek wisata Candi Bumi Ayu dengan strategi yang efektif dan efisien bagi pengembangan sebuah organisasi dalam rangka mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan dan perencanaan dari sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi menunjukkan arahan umum hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Komunikasi adalah suatu proses ketika seseorang atau beberapa orang maupun kelompok menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan masyarakat. Analisis pengembangan strategi komunikasi harus didasarkan pada dimensi strategi yang digunakan seperti program kebijakan dan tujuan. Penggunaan strategi komunikasi sebagai pendekatan metodis untuk mencapai tujuan organisasi (Fitriani et al., 2020)

Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir mempunyai kewenangan terhadap pelastrian dan promosi obyek wisata Candi Bumi Ayu. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir sebagai suatu organisasi yang mempunyai visi dan misi untuk mengharapkan tercapainya tujuan organisasi secara cepat, efektif, dan efisien. Adapun alasan peneliti memilih judul penelitian ini dikarenakan beberapa faktor, yaitu:

1.1.1 Kurangnya Optimalisasi Pemanfaatan Potensi Lokal

Penelitian ini dapat membantu dalam mengoptimalkan pemanfaatan potensi wisata lokal, seperti Candi Bumi Ayu, yang memiliki nilai sejarah dan budaya tinggi. Melalui strategi komunikasi yang efektif, dinas dapat meningkatkan kesadaran masyarakat lokal dan wisatawan akan keberadaan dan potensi wisata candi ini.

Maka balai pelestarian cagar budaya harus memiliki strategi komunikasi khusus dalam menghadapi pengunjung sehingga dapat untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Melihat kurangnya kesadaran masyarakat lokal dalam memanfaatkan potensi menjadikan salah satu ketertarikan sendiri bagi peneliti. Kondisi saat ini, layanan dasar yang diharapkan oleh wisatawan belum sepenuhnya memenuhi harapan wisatawan, seperti belum tersedianya tempat makan dan minum yang hygienic oleh Pemerintah Daerah, ketersediaan toilet masih terbatas jumlahnya, dan emergency service yang belum ada disekitaran Candi. Untuk layanan lanjutan yang diharapkan oleh wisatawan juga belum sepenuhnya bisa terpenuhi seperti belum tersedianya ATM khusus di seputaran Candi, belum adanya layanan ICT (*information and Communication Technology*) maupun fasilitas belanja memakai pembayaran kartu debit. Hal ini menjadi catatan penting bagi Pemerintah Daerah khususnya Dinas Pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata Candi

1.1.2 Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI) Melalui Festival Candi Bumi Ayu

Pengelolaan Candi Bumi Ayu masih kurang optimal dalam mempromosikan. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir

memberikan wewenang kepada masyarakat setempat untuk ikut mengelola dan merawat situs Candi Bumi Ayu dari masyarakat sendiri, sebagai pelaksana urusan pemerintah daerah yang harus memberikan pelayanan di bidang pariwisata meliputi bina destinasi dan sarana pariwisata, pemasaran dan kemitraan jasa pariwisata, dengan mengedepankan berbagai kegiatan serta bertindak sebagai fasilitator, mediator dan juga negosiator.

Proses pengurusan pengelolaan pelestarian objek Candi Bumi Ayu ditangani oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir. Berdasarkan pada observasi pendahuluan, peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan dan kendala - kendala yang terkait dengan pengembangan destinasi wisata Candi Bumi Ayu , yaitu sebagai berikut

1. Perhatian pemerintah dialihkan dalam mengkaji kondisi, pemeliharaan , dan perlindungan Candi Bumi Ayu di Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir.
2. Koordinasi antar bidang dan antar dinas kurang berjalan optimal terkait perencanaan, pelaksanaan, dan anggaran destinasi pariwisata Candi Bumi Ayu.
3. Evaluasi anggaran untuk aspek pelestarian dan promosi Candi Bumi Ayu yang diberikan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir.

Ada beberapa hal yang harus dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir (PALI) dalam pengembangan objek wisata Candi Bumi Ayu sangat penting, diantaranya:

1. Optimalisasi Sumber untuk Pengembangan Wisata

Dengan memahami strategi komunikasi yang tepat, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dapat lebih Daya efektif dalam menggunakan anggaran promosi. Penelitian ini dapat mengidentifikasi saluran komunikasi dan metode paling efisien untuk menarik pengunjung, sehingga mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang terbatas. Strategi komunikasi yang baik dapat membantu dalam merancang materi promosi yang lebih menarik dan sesuai dengan target audiens, meningkatkan daya tarik dan visibilitas Candi Bumi Ayu.

2. Peningkatan Kunjungan dan Dampak Ekonomi Lokal

Dengan strategi komunikasi efektif, Candi Bumi Ayu dapat menjadi lebih dikenal, menarik lebih banyak pengunjung, dan mendatangkan manfaat ekonomi yang lebih besar untuk masyarakat sekitar.

1.1.3 Pemeliharaan dan Pelestarian Warisan Budaya

Strategi komunikasi yang baik tidak hanya mempromosikan objek wisata tetapi juga meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pelestarian warisan budaya. Penelitian ini dapat membantu dalam merancang pesan yang mendorong masyarakat untuk lebih aktif agar menjaga dan merawat situs bersejarah. Dengan mengetahui strategi efektif, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata bisa merencanakan pengelolaan yang berkelanjutan dan ramah lingkungan, memastikan bahwa Candi Bumi Ayu tetap terjaga keasliannya sambil tetap menarik bagi pengunjung.

Riset ini membantu memastikan jika strategi komunikasi yang diterapkan dapat memberi manfaat maksimal bagi pengembangan objek wisata, mendukung

pertumbuhan ekonomi lokal, dan juga menjaga kelestarian warisan budaya secara berkelanjutan.

Dari penjabaran latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Komunikaasi Dinas Kebudayaan dan Kepariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir dalam melakukan pengembangan Candi Bumi Ayu”**.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimanakah strategi komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir dalam pengembangan industri wisata Candi Bumi Ayu ?

1.3 Tujuan Penelitian

Peneliti ingin mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir dalam pengembangan wisata Candi Bumi Ayu yang ada di Kabupaten Penukal Abab Lematang Ilir.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahda, M. H., & Rozi, F. (2022a). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang. *Journal Of Communication And Society*, 1(01), 14–26.
- Ahda, M. H., & Rozi, F. (2022b). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang. *Journal Of Communication And Society*, 1(01), 14–26.
- Akasse, C. S., & Ramansyah, R. (2023). Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Pengunjung Di Desa Wisata. *Jurnal Socius: Journal Of Sociology Research And Education*, 10(1), 52–60. <https://doi.org/10.24036/Scs.V10i1.457>
- Ardianti, F. (2020). EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA WISATA MALASARI, KECAMATAN NANGGUNG, KABUPATEN BOGOR The Effectiveness Of Instagram As A Promotion Media Of Malasari Tourism Village, Nanggung, Bogor District. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 4(6), 796–809. <https://doi.org/10.29244/Jsipm.V4i6.739>
- Bungin, B. (2015a). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran Dan Brand Destinasi*. Prenada Media Group.
- Bungin, B. (2015b). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran Dan Brand Destinasi*. Prenada Media Group.
- Candra, A. K., Prasetyo, D., Komunikasi, I., Nginden, S.-A., & Timur, I. (2022). *Strategi Komunikasi Promosi Pariwisata Daerah Oleh Duta Wisata Ikon Cak Dan Ning Surabaya* (Vol. 2, Issue 1). www.surabaya.go.id
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.

- Fitriani, D., Masri, R., & Tajibu, K. (2020). Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Obyek Wisata Pantai Mandala Ria Di Kabupaten Bulukumba. *Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Komunikasi*, 1(1).
- Hamdan, Lestanata, Y., & Amil. (2019). Analisis Peran Dinas Pariwisata Dalam Kegiatan Promosi Pariwisata Di Kabupaten Lombok Tengah. *JGOP: Journal Of Government And Politics*, 1(2), 86–99.
- Ika Sintia, D., Pahira Saputri, R., Andinata Dalimunthe, M., & Sazali, H. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Peningkatan Pariwisata Melalui Media Sosial Di Kabupaten Langkat. In *Jurnal Professional* (Vol. 9, Issue 1). [Www.Bps.Langkat.Id](http://www.bps.langkat.id)
- Kurniawati, D., & Yusuf, N. H. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Fajr Management Di Media Sosial Dalam Membentuk Brand Image Pada Masyarakat Kota Medan: (Studi Deskriptif Kuantitatif Komunikasi Pemasaran Akun Instagram Fajr Management). *Komunika*, 15(2).
- Lestari, N. (2023). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Destinasi Wisata Alam Gomara Swiss Kabupaten Labuhanbatu Utara Tourism Communication Strategy In Increasing Visitor Interest In The Gomara Swiss Natural Tourist Destination, North Labuhan Batu Regency. *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 2(2), 144–156.
- Liliweri, A. (2010). *Strategi Komunikasi Masyarakat*. Lkis Pelangi Aksara.
- Masyhadiah. (2019). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 2(1).
- Mulya, Q. P., & Yudana, G. (2018). Analisis Pengembangan Potensi Kawasan Wisata Sungai Musi Sebagai Tujuan Wisata Di Kota Palembang. *Cakra Wisata*, 19(2), 41–54.
- Paramita, S. (2017). Lokal Perspektif Komunikasi Pariwisata Masyarakat Di Desa Sade Lombok. *Jurnal Visi Komunikasi*, 14(4), 146–156.

- Rachmiate, A., Fitria, R., Suryadi, K., & Ceha, R. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA HALAL STUDI KASUS IMPLEMENTASI HALAL HOTEL DI INDONESIA DAN THAILAND. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 4(1). <https://doi.org/10.29313/Amwaluna.V4i1.5256>
- Rais. (2022). *Terhitung Awal Nopember 2022, BPNB Resmi Menjadi BPK*. Lidik News.
- Razzaq, M., Fitriyah, N., & Faisal, M. (2019). Fungsi Komunikasi Pariwisata Pada Kelompok Bahari Manggar Baru. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 7(3), 140–154.
- Rochman, F. (2020). *Memahami Keunikan Situs Candi Bumi Ayu Sebagai Aset Wisata Kabupaten PALI*. Times Indonesia.
- Sendjaja, S. D., Rahardjo, T., Pradekso, T., & Sunarwinadi, I. R. (2014). *Teori Komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Sitepu, E., & Sabrin. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara. *Jurnal Massage Komunikasi*, 9(1), 28–44.
- Sitepu, E., & Sabrin,). (2024). STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN MINAT BERWISATA DI SUMATERA UTARA. In *Agustus* (Vol. 9).
- Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Tunjungsari, K. R. (2020). Tourism Development For Taman Wisata Candi Borobudur (TWCB). *Jurnal Hopitality Dan Pariwisata*, 6(1), 47–55.
- Venter, E. (2019). Challenges For Meaningful Interpersonal Communication In A Digital Era. *HTS: Theological Studies*, 75(1), 1–6.