

**PERANAN HUMAS DALAM MENGINFORMASIKAN
OBYEK WISATA GOA PUTRI DI OKU**
(STUDI PADA HUMAS DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN OGAN KOMERING ULU)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Strata 1 (S1)
Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Hubungan Masyarakat



Disusun Oleh :
SYARA LESTARI
07031181520169

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PERANAN HUMAS DALAM MENGINFORMASIKAN
OBYEK WISATA GOA PUTRI DI OKU
(STUDI PADA HUMAS DINAS PARIWISATA DAN
KEBUDAYAAN KABUPATEN OGAN KOMERING ULU)**

Skripsi

Oleh :

SYARA LESTARI

07031181520169

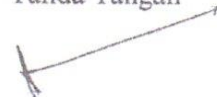
Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 28 April 2021

Pembimbing :

1. Dr. Andries Lionardo, S.Ip., M.Si
NIP. 197905012002121005

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

Tanda Tangan





Penguji :

1. Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si
NIP 199208222018031001

2. Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si
NIP 199309052019032019

Tanda Tangan





Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI

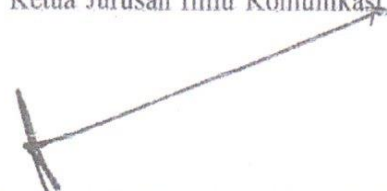
Prof. Dr. Alfritri, M.Si

NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP. 197905012002121005



HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“PERANAN HUMAS DALAM MENGINFORMASIKAN OBYEK WISATA
GOA PUTRI DI OKU**

**(STUDI PADA HUMAS DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN OGAN KOMERING ULU)”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

SYARA LESTARI

07031181520169

Pembimbing I

1. Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

Tanda Tangan



Tanggal

16/4 2021

Pembimbing II

2. Krisna Murti, S.Ikom., M.A
NIP. 198807252019031010



22/4 2021

Mengetahui,
Ketua Jurusan,


Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
Nip. 197905012002121005

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syara Lestari
NIM : 07031181520169
Tempat dan Tanggal Lahir : Seleman, 04 Agustus 1998
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / Humas
Judul Skripsi : Peranan Humas dalam Menginformasikan Obyek Wisata Goa Putri Di OKU (Studi Pada Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Ogan Komering Ulu)

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 pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

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

Palembang,

Yang membuat pernyataan,



Syara Lestari

NIM. 07031181520169

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Hidup bukan tentang siapa yang baik, Tapi siapa yang bisa berbuat baik.”

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

1. Ayahanda Kadrun dan Ibunda Susmawati tercinta.
2. Adikku Dhea, Okphes, Aji, dan Afifa tersayang.
3. Sahabat-sahabat terbaikku
4. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah Nya serta nikmat kesehatan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “”. Skripsi ini ditujukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Pada kesempatan ini, penulis ingin memberikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluargaku tersayang, saudara/i ku dan terutama kedua orangtuaku Ayah dan Ibu tercinta yang tiada hentinya selalu memberikan doa, motivasi serta dukungan.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE selaku rektor Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Andries Lionardo, M.Si dan Bapak Krisna Murti, S.Ikom, M.Ag selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberi arahan, bimbingan, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Dr. Andries Lionardo, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.
7. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan serta pengalaman sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Staff administrasi dan tata usaha yang telah banyak membantu penulis dalam urusan administrasi selama masa perkuliahan penulis.
9. Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Ogan Komering Ulu serta jajasan dan rekan-rekan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Ogan Komering Ulu yang telah bersedia

membantu penulis serta memberikan informasi terkait pengambilan data untuk penelitian ini.

10. Renny Try Putri Fahlevi, Widya Susanti, Eka Yusrina, Nopin Kurniawansyah selaku teman seperjuangan selama di bangku perkuliahan. Terimakasih atas telah menemani dan telah bersama-sama berjuang, selamat menempuh jalan kesuksesan masing-masing untuk kita berempat ya!
12. Para sahabatku : Ama, Vina, Sonia, Shofira, yang senantiasa berada di keadaan suka maupun duka penulis. Terimakasih selalu ada disaat-saat penulis membutuhkan motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
13. Calon imamku yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan selama menyelesaikan kuliah ini.
14. Keluarga Besar FISIP, Ilmu Komunikasi dan anak-anak konsentrasi Humas Universitas Sriwijaya Angkatan 2015, kakak tingkat maupun adik tingkat yang telah memberikan bantuan dan dukungan, penulis ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih memiliki banyak kekurangan. Untuk itu penulis akan sangat berterima kasih terhadap kritik dan saran yang diberikan demi penulisan yang lebih baik lagi di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua sekaligus dapat menambah wawasan dan diberkati oleh Allah SWT, Aamiin.

Indralaya, April 2021

Penulis

Syara Lestari

NIM.07031181520169

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Peranan Humas dalam Menginformasikan Obyek Goa Putri studi Pada Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU” bertujuan untuk mengetahui bagaimana Peranan Humas dalam Menginformasikan Obyek Goa Putri studi Pada Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam kepada kepala sub bagian humas dan staf humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU. Dimensi yang digunakan menurut Rosady Ruslan yaitu *Communicator* (penghubung pesan), *Relationship* (membina hubungan), *Manajemen Back Up* (manajemen pendukung) dan *Corporite Image* (membangun citra). Berdasarkan data yang telah diperoleh dapat dilihat bahwa dimensi *communicator* (penghubung), *Relationship* (membina hubungan), *manajemen back up* (manajemen pendukung) dan *Corporite Image* (membangun citra), dapat disimpulkan baik karena Peranan Humas Dalam Menginformasikan Obyek Wisata Goa Putri Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU telah melakukan tugas dan fungsi dengan sebaik-baiknya.

Kata Kunci: Peranan Humas dalam Menginformasikan Obyek Goa Putri studi Pada Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU

Pembimbing I


Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

Pembimbing II

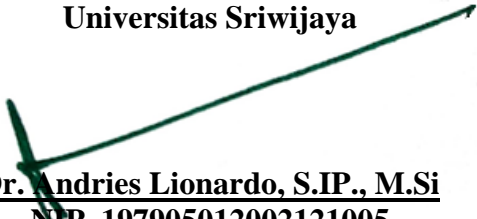

Krisna Murti, S.I.Kom., M.A
NIP. 198807252019031010

Palembang, September 2021

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya


Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

This research is titled "The Role of Public Relations in Informing Goa Putri Object of Study in Public Relations Of Tourism and Culture Office of OKU" aims to know how the Role of Public Relations in Informing Goa Putri Object study On Public Relations Of Tourism and Culture Oku. The data collection technique used is an in-depth interview to the head of the public relations sub-section and public relations staff of the OKU Tourism and Culture Office. The dimensions used according to Rosady Ruslan are Communicator (message liaison), Relationship (fostering relationships), Back Up Management (support management) and Corporate Image (building image). Based on the data that has been obtained can be seen that the dimensions of communicator (liaison), Relationship (fostering relationships), back up management (support management) and Corporate Image (building image), can be concluded both because the Role of Public Relations In Informing Tourism Objects Goa Putri Studi at the Tourism and Culture Office OKU has performed its duties and functions as best as possible.

Keywords : *The Role of Public Relations in Informing Goa Putri Object of Study in Public Relations Of Tourism and Culture Office of OKU*

Pembimbing I


Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

Pembimbing II


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

Palembang, September 2021

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**


Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1 Goa Putri merupakan pariwisata terpopuler yang ada di OKU.....	2
1.1.2 Publikasi pariwisata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU belum maksimal	5
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.2 Peranan Humas	8
2.2.1 Pengertian Humas (<i>Public Relations</i>).....	8
2.2.2 Peranan Humas	10
2.2.3 Tujuan Hubungan Masyarakat	12
2.2.4 Fungsi Hubungan Masyarakat	13
2.2.5 Tugas Hubungan Masyarakat	15
2.2.6 Proses Hubungan Masyarakat.....	16
2.2.4 Media Hubungan Masyarakat	17

2.3	Teori-Teori Peranan Humas.....	18
2.3.1	Teori menurut Dozier & Broom	18
2.3.2	Teori menurut Rusadi Ruslan	20
2.3.3	Teori Menurut Grunig dan Hunt.....	21
2.4	Teori Yang Digunakan.....	21
2.5	Kerangka Teori	22
2.6	Kerangka berpikir	23
2.7	Penelitian Terdahulu	26
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Definisi Konsep	28
3.3	Fokus Penelitian.....	29
3.4	Unit Analisis	30
3.5	<i>Key Informant</i>	30
3.6	Lokasi Penelitian.....	31
3.7	Sumber Data.....	31
3.7.1	Data Primer	31
3.7.2	Data Sekunder	31
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.8.1	Wawancara Mendalam.....	31
3.8.2	Studi Dokumentasi	32
3.8.3	Observasi.....	32
3.9	Teknik Analisis Data.....	33
3.10	Teknik Keabsaan Data	33
3.11	Sistematika Penulisan	33
BAB IV GAMBARAN UMUM.....		
4.1.	Gambaran Umum Obyek Wisata Goa Putri.....	35
4.1.1	Lokasi Obyek Wisata Goa Putri.....	36
4.2.	Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU.....	37
4.2.1	Lokasi penelitian	38
4.2.2	Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU	38
4.3.	Logo	39

4.4. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU	43
BAB V HASIL & ANALISIS	
5.1. Communicator (Penghubung/Penyampai Pesa)	44
5.1.1 Latar Belakang Pendidikan	45
5.1.2 Latar Belakang Pengalaman Kerja	48
5.1.3 Patner Kerja	49
5.1.4 Adanya Penyampaian Pesan	51
5.1.5 Media yang Digunakan	56
5.2. Membina Relationship (Membina Hubungan)	58
5.1.1 Komunikasi Efektif	60
5.2.2 Kerja Sama	62
5.3. Manajemen Pendukung (<i>Management Back Up</i>)	63
5.1.1 Pembuatan Ide	65
5.1.1 Mediator	65
5.4. Membina Corporate Image (Membangun Citra)	66
5.4.1 Publikasi	65
5.4.2 Sosialisasi	65
BAB VI KESIMPULAN & SARAN	
6.1. Kesimpulan	96
6.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Obyek wisata yang ada di OKU.....	3
1.2 Data Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Tahun 2019.....	4
2.1 Konsep dan Teknis Kemampuan Humas	19
2.2 Penelitian Terdahulu	25
3.1 Fokus Penelitian	29
5.1.1 Pengumpulan Data Latar Belakang Pendidikan.....	46
5.1.2 Pengumpulan Data Latar Belakang Pengalaman Kerja	47
5.1.3 Pengumpulan Data Latar Belakang Patner Kerja.....	50
5.1.4 Adanya Penyampaian Pesan	53
5.1.5 Pengumpulan Data Media Yang Digunakan.....	55
5.2.1 Pengumpulan Data Komunikasi Efektif.....	58
5.2.1 Pengumpulan Data Kerja Sama.....	61
5.3.1 Pengumpulan Data Pembuatan Ide	63
5.3.2 Pengumpulan Data Mediator (Menjembati Informasi)	65
5.4.1 Pengumpulan Data Publikasi	68
5.3.2 Pengumpulan Data Sosialisasi	70

DAFTAR BAGAN

2.1. Alur Pemikiran.....	24
--------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

4.1 lokasi obyek wisata goa putri.....	36
4.2 denah obyek wisata goa putri.....	36
4.3 tampak didalam obyek wisata goa putri.....	37
4.4 logo pemerintahan OKU	39
5.1 media publikasi humas dinas pariwisata dan Kebudayaan OKU.....	64

BAB

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penerapan komunikasi pada saat ini berkembang sangat pesat. Awal munculnya ilmu komunikasi dikenal sebagai bidang ilmu yang mempelajari jurnalistik dan penyiaran. Seiring perkembangan zaman dan globalisasi menuntut para ahli untuk mengembangkan bidang penerapan ilmu komunikasi menjadi lebih luas dan fleksibel. Komunikasi merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya Strategi komunikasi pemasaran daerah dipakai sebagai strategi untuk menjual destinasi waktu. Perkembangan strategi seiring dengan semakin kuatnya pariwisata sebagai salah satu modal strategi sebuah daerah serta persaingan pariwisata antara daerah yang semakin kompetitif, peluang seperti ini semakin diperkuat dengan desentralisasi penyelenggaraan daerah yaitu otomi daerah. Otomi daerah mempermudah pemerintah setempat untuk mengembangkan potensi daerah terutama sector pariwisata.

Di Indonesia dengan segala hasil budayanya dalam kehidupan , berbangsa, dan bernegara menjadi titik sentral, subjek perkembangan dan kekuatan dasar pembangunan pariwisata. Kepariwisatan mampu membangun kondisi semua aspek kehidupan bangsa dan pariwisata akan turut membangun. Geografis Indonesia merupakan Negara kepulauan yang terdiri atas kurang lebih 17.508 pulau mencakup wilayah yang luasnya lebih dari 1,9 juta km dan dua pertiganya merupakan wilayah perairan dan memiliki garis pantai lebih 81.000 km. kondisi geografis yang demikian bisa memberi peluang sangat besar bagi upaya perkembangan pariwisata.

Pariwisata di Indonesia saat ini merupakan pilihan destinasi wisata favorit wisatawan didunia. Dibuktikan dengan suksesnya Indonesia dinobatkan sebagai Negara terfavorit untuk sektor pariwisata dunia dalam ajang *Travel Award* 2017 dari majalah DIVE. Salah satu majalah pariwisata ternama didunia. Dengan adanya penobatan tersebut membuat para praktis pemasaran yang ada di Indonesia untuk meciptakan sebah strategi komunikasi dalam

mempromosikan dan memasarkan suatu daerah dan obyek wisata secara efektif. Pada era sekarang ini banyak pemerintah daerah yang kreatif dalam mempromosikan wilayahnya. Karena pemerintah mempunyai hak dan peran dalam meningkatkan citra dan penandaan daerahnya guna untuk menarik perhatian masyarakat khususnya para wisatawan. (*City Branding*). (Rainisto dkk, 2009)

Pada saat ini kota-kota besar yang ada di Indonesia sudah berusaha mempromosikan pariwisata daerah dengan *City Branding*. Seperti “Bali Pulau Dewata” serta masih banyak kota-kota lainnya. Pemerintah OKU melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU melakukan strategi promosi pariwisata yaitu berupaya untuk melaksanakan aktivitas humas dalam membranding obyek wisata Goa Putri yang ada di OKU. Dengan melakukan pelaksanaan aktivitas humas dalam membranding obyek wisata Goa Putri peneliti melihat ada beberapa hal yang menjadi tantangan harus dihadapi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk membranding obyek wisata Goa Putri di OKU.

Ada dua alasan atas pemilihan judul dan permasalahan penelitian ini. Kedua alasan tersebut adalah:

- 1) Goa Putri merupakan pariwisata terpopuler yang ada di OKU
- 2) Publikasi pariwisata oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU belum maksimal

1.1.1 Goa Putri merupakan pariwisata terpopuler yang ada di Ogan Komering Ulu

Pariwisata yang ada di Kabupaten Ogan Komering Ulu sangat bervariasi namun pariwisata yang sangat dikenal diluar Kabupaten Ogan Komering Ulu hanya Goa Putri. Namun pada kenyataannya masih banyak obyek wisata yang lainnya. Obyek wisata yang sering kali dikunjungi dan menjadi tujuan utama para pengunjung luar Ogan Komering Ulu. Pengunjungnya pun tidak tertentu mulai dari yang anak-anak, remaja hingga orang tua. Selain itu juga Obyek wisata Goa putri sering dikunjungi oleh Sekolah-sekolah terdekat bahkan diluar Sumatera.

Tidak hanya sekolah saja, namun sering juga universitas-universitas baik swasta maupun Negeri. Salah satunya yaitu Universitas Sriwijaya.

Berdasarkan uraian diatas terdapat data yang ril menjelaskan bahwa Obyek Wisata Goa Putri merupakan obyek wisata yang terpopuler dan unggulan. Objek wisata yang ada di Kabupaten Ogan Komering Ulu saat ini cukup banyak, baik berupa wisata alam maupun wisata buatan. Dari data OKU dalam rangka (BPS,2007) .

Tabel 1.1 Obyek Wisata Yang Ada Di Ogan Komering Ulu

No	Nama Wisata	Letak
1.	Goa Putri	Di Desa Padang Bindu Kecamatan Semidang Aji (35 KM dari Baturaja).
2.	Air Terjun Kambas	Didesa Ulak Lebar Kecamatan Ulu Ogan
3.	Air Panas Gemuhak	Di Desa Gunung Tiga Kecamatan Ulu Ogan
4.	Batu lesung Bintang	Di Desa Laya Kecamatan Baturaja Barat
5.	Bendali Rantau Kumpai	Di Desa Tungku Jaya Kecamatan Sosoh Buay Rayap
6.	Wisata Arum Jeram Desa Mendingin	Di kecamatan Ulu Ogan
7.	Mandi Hawa	Di Desa Tualang Kecamatan Lengkiti
8.	Bukit Pelawai	Di empat desa : desa Laya, Desa Pusar, Desa Batu Kuning, dan Desa Karang Agung Kecamatan Baturaja Barat
9.	Goa Harimau	Di Desa Padang Bindu Kecamatan Semidang Aji
10.	Air Terjun Langga	Di Desa Gedung Pakuon Kecamatan Lengkiti

Sumber : www.disparbudOKUkab.go.id

Selain itu juga mengapa Goa putri menjadi obyek wisata yang terpopuler, karena Goa putri merupakan obyek wisata yang memiliki pengunjung terbanyak dari pada obyek wisata yang lain. Dari obyek wisata yang sudah dipaparkan diatas, ada tiga obyek wisata yang menjadi favorit bagi masyarakat. Dari tiga obyek wisata tersebut ialah obyek wisata Goa Putri, obyek wisata air terjun kambas, dan obyek wisata bendali rantau kumpai. Dari obyek wisata yang telah disebutkan terdapat data yang ril bahwa obyek wisata goa putri merupakan obyek wisata penjung terbanyak.

Tabel 1.2 Data Jumlah Pengunjung Obyek Wisata Tahun 2020

No	Nama Obyek Wisata	Bulan												Jumlah
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	jul	agts	sep	okt	nov	Des	
1	Goa Putri	900	800	135	-	-	-	80	585	300	200	117	183	3300
2.	Bedali Rantau Kumpai	252	228	131	-	-	-	79	375	116	60	60	-	1301
3.	Air Terjun Kambas	184	135	120	-	-	-	-	-	-	-	-	-	439

Sumber Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU

1.1.2 Publikasi Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU belum maksimal

Publikasi yang di lakukan oleh Dispar belum berjalan dengan maksimal. Sedangkan kita ketahui bahwa publikasi adalah kegiatan menyebarluaskan informasi kepada khalayak dengan menggunakan media komunikasi. Informasi sebagai hasil menyebarluaskan melalui media komunikasi. Philip dan Herbert dalam Rosady Ruslan (2005 : 54), mengatakan bahwa “publikasi merupakan tugas humas dalam menceritakan atau menyampaikan informasi sebanyak mungkin pesan atau informasi mengenai kegiatan perusahaan kepada masyarakat luas”. Jika publikasinya sudah berjalan dengan optimal, akan membuat pengunjung lebih banyak lagi. Bias juga akan banyak lebih tertarik lagi jika publikasinya dilakukan secara maksimal.

Table 1.3 Media Publikasi Yang Digunakan Dinas Pariwisata & Kebudayaan OKU

No	Media Publikasi	Akun Media Publikasi	Keterangan
1.	Media Sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Fb : disparbud Kabupaten OKU • Ig : Pariwisata dan Kebudayaan OKU 	Hanya ada 2 sosial media belum ada <i>wa</i> dan <i>blog</i>
2.	Media Cetak	<ul style="list-style-type: none"> • Harian Pagi OKU Ekspres • Harian Pagi Sumatera Ekspres 	Belum ada kerja sama dengan media cetak nasional dan luar negeri untuk publikasi
3.	Website	www.disparbudOKUkab.go.id	Akun website saat ini pasif belum dikelola aktif

Sumber : Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dirumuskanlah masalah penelitian ini, yaitu **‘Bagaimana Peranan Humas Dalam Menginformasikan Obyek Wisata Goa Putri di OKU (Studi Pada Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten OKU)’?**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan humas dalam menginformasikan obyek wisata goa putri di OKU (studi pada humas dinas pariwisata dan kebudayaan di OKU).

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang positif tidak saja bagi penulis sebagai peneliti, akan tetapi juga bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, meliputi :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan-masukkan bagi beberapa pihak diantaranya yaitu sebagai berikut :

Bagi akademis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan pada bidang ilmu Komunikasi terutama dalam bidang kajian Hubungan Masyarakat antara teori dan praktek dalam hal mempublikasikan sesuatu. Selain itu juga, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mata kuliah di bidang ilmu komunikasi, Khususnya konsentrasi Humas.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis diharapkan menjadi masukan dan informasi bagi pihak-pihak luar atau pihak yang bersangkutan, seperti :

1. Bagi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten OKU untuk dapat mengevaluasi guna meningkatkan kinerja bidang Humas agar dapat melaksanakan tugas membranding obyek Wisata Goa Putri.

2. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat memberikan informasi dan referensi untuk mengkaji topik yang berkaitan dengan masalah ini.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai aktivitas humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan OKU dalam membranding wisata Goa Putri di OKU.

DAFTAR PUSTAKA

- Adcock, Dennis, dkk. 2001. *Marketing Principles and Practice*. British Library.
- Anholt, Simon. 2003. *Brand New Justice: Branding Places and Products Help the Developing World*. London:Elsevier.
- Anholt, Simon. 2007. *Competitive Identity: The New Brand Management For Nations, Cities and Regions*. New York: Palgrave Macmillan.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Intermedia
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Effendi, Onong Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung : Rosdakarya.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Predana Media Grup.
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanegara, 2006. *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Ilmu Populer
- Kotler,Philip 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Littlejohn, Stephen dan Foss Karen. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moelong, Lexy. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Rosdakarya.

Ruslan, Rosadi. 2003. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers

Ruslan, Rosadi. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo

Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2007. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya.

Widjaja. 2008. *Kosmunikasi & Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara