

***DESTINATION BRANDING AL-QUR'AN AL-AKBAR PALEMBANG
SEBAGAI WISATA RELIGI DI ERA NEW NORMAL***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
menempuh derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Jurnalistik



Oleh:

Heru Prayoga

07031281722087

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

2021

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF
**DESTINATION BRANDING AL-QUR'AN AL-AKBAR PALEMBANG
SEBAGAI WISATA RELIGI DI ERA *NEW NORMAL***

Skripsi
Oleh :

HERU PRAYOGA
07031281722087

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 30 Agustus 2021

Pembimbing :

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

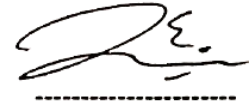
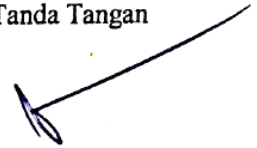
2. Krisna Murti, S.I.Kom., M.Si
NIP. 198807252019031010

Penguji :

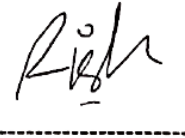
1. Dr. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001

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

Tanda Tangan



Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001

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



HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
DESTINATION BRANDING ALQURAN AL-AKBAR PALEMBANG
SEBAGAI WISATA RELIGI DI ERA NEW NORMAL

Oleh:

Heru Prayoga

07031281722087

Pembimbing I

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

NIP. 197905012002121005

Tanda Tangan



Tanggal

28 Juli 2021

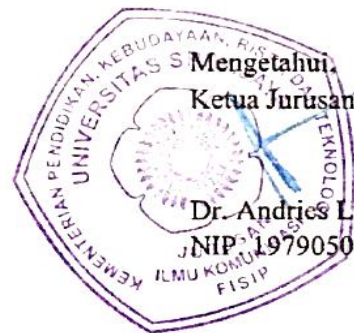
Pembimbing II

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

NIP. 198807252019031010



25 Juli 2021



MENGETAHUI
KETUA JURUSAN,

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Heru Prayoga
NIM : 07031281722087
Tempat dan Tanggal Lahir : Kupang, 9 November 1999
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Destination Branding Al-Qur'an Al-Akabar Palembang
Sebagai Wisata Religi Di Era New Normal

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, 26 November 2021
Yang membuat pernyataan,



Heru Prayoga
NIM. 07031281722087

MOTTO

SELAGI HALAL, APAPUN JADI UANG

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti bisa menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini. Penyusunan proposal skripsi ditujukan agar dapat memenuhi sebagian persyaratan untuk meraih derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya. Adapun judul proposal skripsi ini tentang ***“Destination Branding Al-Qur’an Al-Akbar Palembang Sebagai Wisata Religi di Era New Normal”***.

Peneliti menyadari penyusunan proposal skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan, serta bantuan maupun dukungan dari berbagai pihak. Dengan itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, serta kepada Nabi Muhammad SAW.
2. Bapak Prof. Dr.Ir. H. Anis Saggaf, MSCE, sebagai Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Kgs. M. Sobri. Prof., M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si sebagai Ketua Jurusan dan Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si sebagai Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si dan Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., M.A sebagai dosen pembimbing skripsi yang sudah bersedia memberikan banyak waktu untuk memberikan arahan maupun bimbingan saat proses penyusunan proposal skripsi.
6. Bapak Adi Inggit Handoko, S.I.Kom., M.I.Kom sebagai Dosen Pembimbing Akademik.
7. Mbak Vira selaku staf administrasi Ilmu Komunikasi yang membantu kelancaran dalam proses administrasi peneliti selama penyusunan proposal skripsi ini.
8. Ayah dan ibu maupun keluarga yang selalu memberikan dukungan serta doa.

9. Sahabat-sahabat yang memberikan semangat, kebersamaan, maupun bantuan pemikiran.
10. Rekan-rekan seperjuangan khususnya angkatan 2017.
11. Seluruh pihak yang telah membantu pada penyelesaian penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Oleh sebab itu, peneliti berharap adanya saran maupun kritik yang dapat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan proposal ini. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat serta dapat berguna bagi para pembaca khususnya yang berkaitan dengan bidang ilmu komunikasi.

Indralaya, Februari 2021

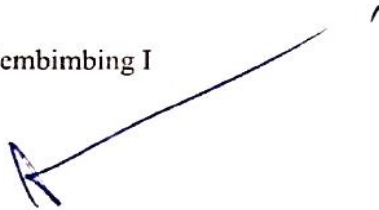
Heru Prayoga

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan terkait dengan implementasi dan dampak dari adanya sebuah *destination branding*, terutama pada objek wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar Palembang di Era New Normal. Penelitian ini dilakukan dengan cara metode deskriptif kualitatif, yakni dengan terjun langsung ke lapangan, melakukan wawancara, dan juga melakukan dokumentasi, lalu dideskripsikan dan menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan *destination branding* pada wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar. Penelitian dilakukan di lingkungan pondok pesantren Al-Ihsaniyah Gandus Palembang, yang juga menjadi lokasi objek wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar memiliki potensi yang luar biasa sebagai objek wisata religi di kota Palembang, namun pihak pengelola wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar belum melakukan *destination branding* secara maksimal, sehingga wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar sulit untuk berkembang.

Kata Kunci: Destination Branding, Wisata Religi, Era New Normal

Pembimbing I

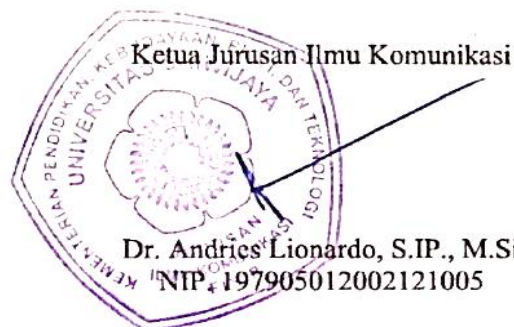


Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

Pembimbing II



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

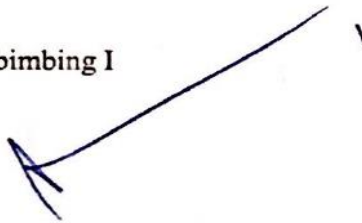


ABSTRAK

This study aims to describe the implementation and impact of the existence of destination branding, especially religious tourism object of the Al-Qur'an Al-Akbar in the New Normal Era. This research was conducted by means of qualitative descriptive method, namely by going directly to the field, conducting interview, and also doing documentations, then described and analyzed things related to destination branding in Al-Qur'an Al-Akbar religious tourism. The research was conducted in the Al-Ihsaniyah Gandus islamic boarding school in Palembang, which also the object the location of the Al-Qur'an Al-Akbar religious tourism object. The result of this study indicate that Al-Qur'an Al-Akbar religious tourism has tremendous potential as a religious tourism object in the city of Palembang, but the management of Al-Qur'an Al-Akbar religious tourism has not carried out destination branding optimally, so that Al-Qur'an Al-Akbar religious tourism is difficult to develop.

Keywords: Destination Branding, Religious Tourism, New Normal Era.

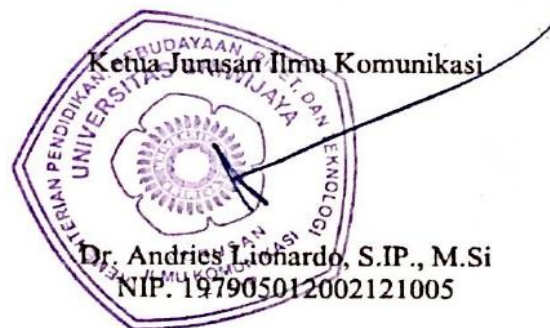
Pembimbing I



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

Pembimbing II

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



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

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	12
2.3 Komunikasi Pemasaran	12
2.4 <i>Branding</i>	15
2.5 <i>Destination Branding</i>	17
2.5.1 Branding Menurut Melodena Stephens Balakhrisan.....	18
2.5.2 Destination Branding Menurut Morgan & Pritchard	19
2.6 Pariwisata Religi	21
2.7 Teori yang Digunakan	22

2.7.1	<i>Destination Branding</i> Menurut Morgan & Pritchard.....	23
2.8	Kerangka Berpikir.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Desain Penelitian.....	27
3.2	Definisi Konsep.....	27
3.3	Fokus Penelitian	29
3.4	Unit Analisis dan Unit Observasi Penelitian.....	33
3.4.1	Unit Analisis.....	33
3.4.2	Observasi.....	33
3.5	Kriteria Informan dan Informan Penelitian.....	33
3.5.1	Kriteria Informan	33
3.5.2	Informan Penelitian.....	33
3.6	Key Informan	33
3.7	Data dan Sumber Data.....	34
3.7.1	Data	34
3.7.2	Sumber Data.....	34
3.8	Teknik Pengumpulan Data	34
3.8.1	Wawancara.....	35
3.8.2	Observasi.....	35
3.8.3	Studi Dokumentasi	35
3.9	Teknik Keabsahan Data.....	36
3.10	Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV GAMBARAN UMUM.....		38
4.1	Sejarah Singkat Al-Qur'an Al-Akbar Palembang	38
4.2	Lokasi Al-Qur'an Al-Akbar Palembang	41
4.3	Struktur Kepengurusan Wisata Religi Al-Qur'an Al-Akbar	43
BAB V HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		44
5.1	<i>Market Investigation, Analysis, and Strategic Recommendations</i>	44

5.1.1 Riset Potensi Pasar	45
5.1.2 Hal Yang Dikembangkan Pada Destinasi Wisata	46
5.1.3 Strategi Yang Dilakukan Dalam Mengembangkan Destinasi.....	47
5.1.4 Mengidentifikasi kebutuhan pengunjung.....	48
5.1.5 Menganalisis Peluang Pasar.....	49
5.1.6 Menciptakan Produk Sesuai Dengan Permintaan Pasar.....	50
5.1.7 Menentukan nilai produk/jasa.....	51
5.2 <i>Brand Identity Development</i>	53
5.2.1 Nama.....	53
5.2.2 Logo.....	54
5.2.3 Tagline.....	56
5.3 <i>Brand Launch and Intoduction: Communicating The Vision</i>	56
5.3.1 Advertising.....	57
5.3.2 Direct Marketing.....	59
5.3.3 Sales Promotion	62
5.3.4 Public Relation.....	63
5.4 <i>Brand Implemantation</i>	65
5.5 <i>Monitoring, Evaluation, and Review</i>	71
BAB VI PENUTUP	76
6.1 Kesimpulan.....	76
6.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Foto wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar	4
Gambar 1. 2 Sewa baju adat Sumsel di wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar	6
Gambar 1. 3 Kondisi jalan menuju wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar	7
Gambar 4. 1 Daftar Donatur utama wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar	39
Gambar 4. 2 Tampak depan wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar	40
Gambar 4. 3 Pameran adat melayu pada wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar	41
Gambar 4. 4 Lokasi wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar	42
Gambar 5. 1 Pengunjung wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar	46
Gambar 5. 2 Fasilitas pada wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar	47
Gambar 5. 3 Peresmian Al-Qur'an Al-Akbar oleh Bapak SBY.....	49
Gambar 5. 4 Produk yang dijual pada wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar.....	51
Gambar 5. 5 Harga tiket masuk wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar	52
Gambar 5. 6 Foto depan wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar	54
Gambar 5. 7 Logo dari wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar Palembang.	55
Gambar 5. 8 Berita tentang wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar.....	57
Gambar 5. 9 Berita tentang wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar.....	58
Gambar 5. 10 Liputan TAU GAK SIH Stasiun Televisi Trans 7	58
Gambar 5. 11 Liputan dari Kompas TV.....	59
Gambar 5. 12 Facebook resmi Al-Qur'an Al-Akbar.....	60
Gambar 5. 13 Akun Instagram wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar.....	61
Gambar 5. 14 Website resmi wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar.....	62
Gambar 5. 15 Dukungan Pemerintah lewat peresmian pembukaan kembali wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar.....	66
Gambar 5. 16 Dukungan pemerintah lewat vidio wisata era new normal	66
Gambar 5. 17 Kondisi akses jalan menuju wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar... ..	68
Gambar 5. 18 Produk yang dijual pedagang yang berasal dari masyarakat sekitar wisata.....	69
Gambar 5. 19 Medsos wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar	72

Gambar 5. 20 Produk yang ada pada shopping center wisata religi Al-Qur'an

Al-Akbar 73

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Wisata-wisata Religi di Kota Palembang.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian	29

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2. 1 Alur Pemikiran.....	26
---------------------------------------	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata sejak dahulu memiliki dampak yang cukup besar bagi masyarakat dan negara, industri pariwisata juga banyak memberikan dampak atau pengaruh terhadap sektor lain. Industri pariwisata adalah mata rantai ekonomi yang saling berkaitan, mulai dari biro perjalanan, jasa angkutan, perhotelan, restoran, kegiatan pemanduan, kerajinan rakyat, pemeliharaan objek wisata dan lain sebagainya merupakan pengaruh dari adanya pariwisata. Selain itu, industri pariwisata juga akan memerlukan hasil pertanian, peternakan, perikanan bahan dan alat bangunan, banyak tenaga kerja juga yang akan bekerja didalamnya untuk mendukung berjalannya mata rantai tersebut. Dengan hal dapat dapat diketahui jika pengembangan pada kegiatan pariwisata jelas mempunyai dampak atau pengaruh yang sangat besar berbagai sektor, terutama terhadap pada sektor perekonomian masyarakat setempat. Pariwisata sendiri terdiri dari berbagai jenis, seperti wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, wisata religi, dan lain sebagainya.

Kota Palembang merupakan kota terbesar kedua di pulau Sumatera, yang dikenal sebagai ibukota dari provinsi Sumatera Selatan, yang tidak hanya memiliki pempek, model, tekwan sebagai makanan khasnya, tidak hanya memiliki jembatan Ampera sebagai bangunan ikoniknya, tetapi juga memiliki berbagai macam wisata-wisata religi yang dapat memberikan hiburan maupun memupuk nilai-nilai spritual terhadap para pengunjungnya. Wisata religi di kota Palembang tersebar di berbagai wilayah di kota Palembang, pada wisata-wisata religi tersebut tak hanya dijadikan sebagai sarana dakwah, maupun sebagai sarana hiburan saja, tetapi juga sekaligus sebagai penggerak perekonomian bagi masyarakat disekitar lokasi wisata religi tersebut.

Berikut ini daftar wisata-wisata religi yang berada di kota Palembang, yang dapat dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara:

Tabel 1. 1
Wisata-wisata Religi di Kota Palembang

No	Nama Objek Wisata	Keunikan atau Ciri Khas
1	Al-Qur'an Al-Akbar	Al-Qur'an terbesar di dunia, yang dibuat dengan cara di pahat
2	Masjid Agung Palembang	Dikenal dengan arsitekturnya bernuanasa Indonesia, Eropa dan China
3	Kawah Tekurep	Merupakan peninggalan kesultanan Palembang sekaligus menjadi tempat dimakamkannya Sultan Mahmud Badaruddin
4	Masjid Cheng Ho di pulau kemaro	Bangunan Masjid yang bernuanasa atau berarsitektur Thionghoa
5	Kampung Almunawar	Dikenal sebagai kampung Arab di kota Palembang
6	Ziarah Kubro	Tempat dimakamkannya para habib dan ulama di kota Palembang
7	Masjid Ki Marogan	Masjid di tepian yang dibangun ulama Palembang sejak zaman Belanda

Kota Palembang yang memiliki berbagai wisata religi menjadi potensi yang cukup besar bagi industri pariwisata di kota Palembang, yang mana akan berdampak cukup luas pada berbagai sektor di kota Palembang, baik itu sektor ekonomi, budaya maupun sektor lainnya. Pariwisata sendiri adalah sumber pemasukan yang bisa terus diperbaharui serta diremajakan, bentuk pembaruan atau peremajaan suatu daerah wisata ini bisa seperti renovasi, serta perawatan secara konsisten, dengan begitu pariwisata adalah investasi jangka panjang yang cukup menjanjikan pada sektor non

migas untuk Indonesia, terkhusus bagi kota Palembang. Industri pariwisata yang sejatinya investasi jangka panjang pada sektor ekonomi di masa depan, hal ini berdampak pada perputaran barang maupun jasa pelayanan pada berbagai tempat wisata yang berada di kota Palembang.

Pada sekian banyak destinasi atau tujuan wisata yang bernuansa religi di kota Palembang, yang paling menarik perhatian adalah Al-Qur'an Al-Akbar, sebab Al-Qur'an Al-Akbar ini memiliki keunikan tersendiri dibandingkan wisata religi lain di kota Palembang, yakni menjadi Al-Qur'an terbesar yang ada di dunia, yang mana pembuatannya dilakukan dengan cara dipahat pada kayu tembesu, dengan tinggi 15 meter dengan memiliki 315 potongan papan tembesu dengan ukuran 177 x 140 cm sebanyak 630 halaman. Selain itu wisata Al-Qur'an raksasa seperti ini belum ada di Indonesia, bahkan di dunia hanya beberapa saja, dengan sedikitnya jumlah Al-Qur'an berukuran besar di belahan dunia, proses pembuatannya yang dipahat pada kayu tembesu ikut menjadi keunikan atau ciri khas pada Al-Qur'an Al-Akbar Palembang, hal ini tentu akan menjadi potensi bagi Al-Qur'an Al-Akbar Palembang menjadi tujuan wisatawan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

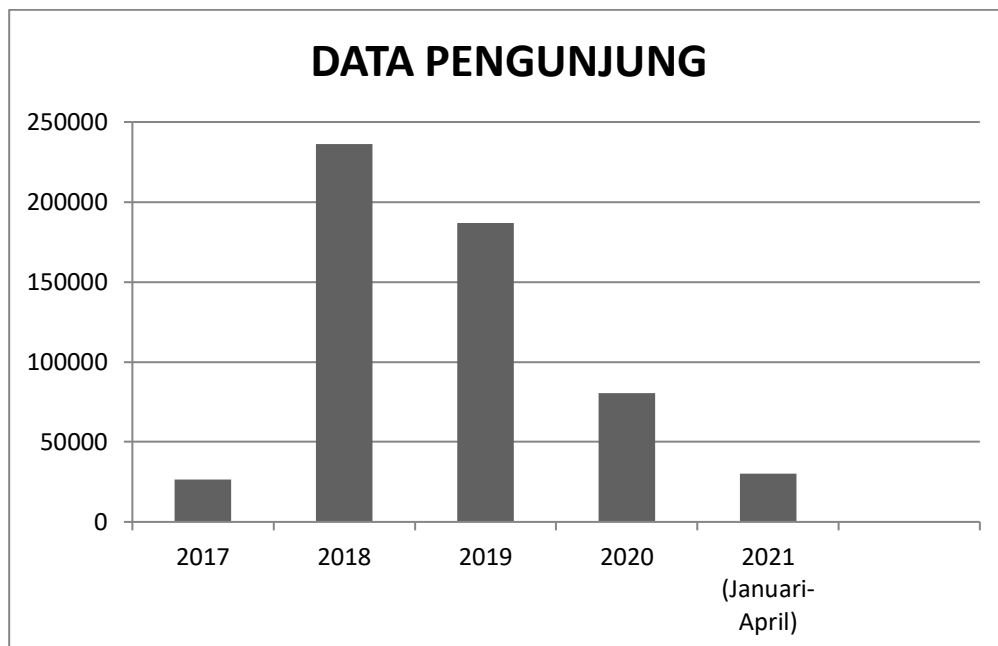
Destination Branding adalah suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan demi perkembangan dan kemajuan suatu objek wisata. Sebab dengan *Destination Branding* pada wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar Palembang diharapkan dapat lebih mengenalkan wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar kepada masyarakat luas. Yang mana nantinya dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke sana. Lalu Al-Qur'an Al-Akbar dapat menjadi pedoman terkait dengan penyampaian syiar islam di seluruh dunia. Dengan wisata religi Al-Qur'an raksasa ini dapat mengingatkan kepada umat islam terkait dengan pentingnya mengingat allah, serta pentingnya membaca dan menghafal Al-Qur'an, yang diyakini sebagai petunjuk kehidupan bagi umat islam di seluruh dunia.



Gambar 1. 1 Foto wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar

Sumber: dokumentasi peneliti

Seperti yang kita ketahui bersama hampir seluruh penjuru dunia terkena dampak pandemi covid-19 atau virus corona, tak terkecuali Indonesia termasuk kota Palembang. Pandemi covid-19 ini berdampak pada semua sektor kehidupan, terutama sektor *pariwisata* yang benar-benar merasakan dampak yang sangat besar dari adanya pandemi covid-19. Yang mana sebelumnya terjadi penutupan pada seluruh objek pariwisata, dengan harapan dapat memutus mata rantai penyebaran covid-19. Sektor yang berkaitan dengan industri pariwisata juga merasakan sekali dampak dari adanya pandemi covid-19 ini, seperti perhotelan, jasa angkutan transportasi, rumah makan, dan sebagainya, lalu pandemi covid-19 sangat berdampak pada wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar, hal ini dapat dilihat dari grafik di bawah ini:



Grafik 1. 1 Jumlah pengunjung Al-Qur'an Al-Akbar dalam 5 tahun terakhir

Sumber: Pengelola Wisata Al-Qur'an Al-Akbar Palembang

Untuk saat ini pemerintah sendiri telah menggaungkan wisata di *era new normal*, yang artinya kegiatan industri pariwisata yang telah dibuka kembali harus berjalan sesuai dengan protokol kesehatan covid-19 yang telah ditetapkan oleh pemerintah, antara lain seperti menggunakan masker, mencuci tangan, menjaga jarak, dan sebagainya. Dengan adanya wisata di *era new normal* ini dibutuhkan adanya *Destination Branding* pada wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar Palembang, hal ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke sana. *Destination Branding* ini juga diharapkan dapat membuat masyarakat tidak takut lagi untuk berwisata religi, dengan begitu akan meningkatkan kembali gairah pariwisata, yang mana sebelumnya terganggu akibat adanya pandemi covid-19.

Selain membentuk keunikan dengan Al-Qur'an yang berukuran besar yang dibuat dengan metode pahat, wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar juga menampilkan kebudayaan Melayu di, mulai dari ukiran Al-Qur'an yang merupakan perpaduan seni kaligrafi dan ukiran melayu, lokasi Al-Qur'an Al-Akbar yang berada di rumah panggung, yang tak lain ada rumah adat Melayu, maupun baju adat Melayu yang dapat disewa oleh pengunjung, ketika mengunjungi Al-Qur'an Al-Akbar Palembang

pengunjung tak hanya mendapat siraman rohani tentang Al-Qur'an semata, namun juga pengenalan terhadap kebudayaan-kebudayaan Melayu. Lalu pada wisata religi ini juga menjual berbagai makanan khas Palembang yang dapat dinikmati oleh para pengunjung, hal ini tentu semakin memperkenalkan budaya Sumatera Selatan, khususnya budaya kota Palembang kepada para pengunjung yang datang.



Gambar 1. 2 Sewa baju adat Sumsel di wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar
Sumber: dokumentasi peneliti

Namun dengan segala keunikan dan potensi yang ada, wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar Palembang memiliki beberapa kekurangan, antara lain infrastruktur yang kurang memadai, serta moda transportasi yang cukup sulit saat hendak mengunjungi wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar ini, diketahui jika akses atau jalan menuju wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar masih kurang memadai, selain itu, lokasi Al-Qur'an Al-Akbar yang berada di pinggiran kota Palembang, berakibat pada pilihan moda transportasi menuju lokasi wisata Al-Qur'an Al-Akbar tak begitu banyak.



Gambar 1. 3 Kondisi jalan menuju wisata religi Al-Qur'an Al-Akbar
Sumber: dokumentasi peneliti

Diharapkan dengan Destination Branding dapat menjadi solusi pada masalah tersebut, mengingat dalam industri pariwisata tak hanya ciri khas atau keunikan pada suatu objek wisata saja yang menjadi daya tarik suatu wisata, yang mana harus di dukung oleh berbagai sektor lain, yakni salah satunya dari segi infrastruktur dan moda transportasi, ketika semua faktor pada suatu wisata sudah berjalan dengan baik, maka akan berdampak atau berpengaruh pada objek wisata tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan alasan atau latar belakang masalah diatas, maka dari permasalahan ini peneliti dapat merumuskan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Destination Branding Al-Qur'an Al-Akbar Palembang.
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Destination Branding Al-Qur'an Al-Akbar.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana *Destination Branding* Al-Qur'an Al-Akbar Palembang Sebagai Wisata Religi, dengan begitu diharapkan Al-Qur'an Al-Akbar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luar, hal ini nantinya akan berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung Al-Qur'an Al-Akbar.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara ilmiah, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan kepada masyarakat mahasiswa ataupun penelitian lainnya untuk melakukan *Destination Branding* terhadap suatu objek atau tempat, yang memiliki keunikan agar dapat dikenal lebih luas lagi, yang nantinya dapat memberikan berbagai macam manfaat.
2. Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh dinas pariwisata, maupun pengelola Al-Qur'an Al-Akbar Palembang sebagai acuan terhadap strategi, maupun kebijakan yang akan diambil.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 1991. *Managing Brand Equity. Capitalizing on the value of a brand name.* New York: Free Press.
- Anholt, S. (2002). *Nation-brand and The Value Of Provenance, Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition.* 1st Ed, Elsevier Ltd. Oxford.
- Balakrisnan, Molodena Stephens. 2009. *Strategic Branding of Destination. A Framework.* United Kingdom. Emerald Group Publishing, Limited.
- Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Rineka Cipta
- Blain, C., Levy, S., dan Ritchie, JRB. 2005. *Destination Branding: Insights and Practices from Destination management Organization.* Journal of Travel Research. Vol 43, No. 4, PP. 328- 338.
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata.* Jakarta: Prenamedia Group.
- Cai, L.A. (2002). *Cooperative Branding for Rural Destination.* Annals of Tourism Research 29(3): 720-742.
- Farrinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran.* Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Govert, Robert & Frank Go. 2009. *Place Branding.* UK: Palgrave Macmillan
- Hasan, Ali. *Tourisme Marketing.* Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service)
- Morgan, Nigel, Annet, Pritchard. Dan Roger, Pride. 2004. *Destination Branding Creating The Unique Destination Proposition Second Edition:* Elseiver: Butterworth Heinemann
- Pendit, Nyoman, S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana,* Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Pitana. I Gede. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata.* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ridwan, Mohamad. 2012. *Perencanaan Pengembangan Pariwisata.* Medan: PT. Softmedia.
- Simamora. 2005. *Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran,* Jakarta: PT Bumi Aksara.

Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)

Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Yoeti. Oka. A. 1996. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa

<https://rsjd-surakarta.jatengprov.go.id/wp-content/uploads/2020/06/Kesejahteraan-Psikologis-di-Era-New-Normal-Dra-Sepi-RSJD-Surakarta.pdf> diakses pada tanggal 2/11/2021 <https://www.kemendikbud.go.id/post/instruksi-presiden-republik-indonesia-nomor-16-tahun-2005> diakses pada tanggal 22-1-2021

<https://catatanpringadi.com/8-destinasi-wisata-religi-di-palembang/>

<https://www.alquranakbar.com>

https://www.instagram.com/alquranakbar_official/

<https://www.facebook.com/alquran.plg/>

<https://www.antaranews.com/berita/1681374/pengunjung-al-quran-al-akbar-palembang-meningkat>

<https://youtu.be/YzVTSSO02u3Q>

https://youtu.be/PYdTpeP_Zkc

<https://youtu.be/4bT4eoYWV64>

<https://regional.kompas.com/read/2021/04/24/163003178/wisata-religi-mengunjungi-al-quran-terbesar-dunia-di-palembang?page=all>

<https://sumeks.co/gubernur-sumsel-resmikan-bayt-al-quran-al-akbar-kembali-di-buka-untuk-umum/>