

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Pariwisata adalah merupakan salah satu aset yang sangat penting di suatu negara atau daerah yang harus dijaga dan terus dikembangkan. Selain itu juga pariwisata merupakan awal langkah besar suatu negara dalam mengembangkan dari sisi perekonomian negara atau daerah. Peluang mega bisnis di bidang pariwisata tentunya merupakan langkah yang tepat, karena di bidang pariwisata para khalayak atau ratusan bahkan jutaan orang rela mengeluarkan ratusan juta, miliaran, bahkan triliunan jumlahnya demi berkecimpung di dalam bisnis di bidang kepariwisataan. dan perlu kita ingat sebagai publik bahwa para masyarakat rela menghabiskan waktunya, meninggalkan pekerjaan mereka, meninggalkan rumah mereka bahkan aktivitas mereka demi memuaskan dan membahagiakan diri (*Pleasure*) dan untuk menghabiskan waktu luang (*leisure*).

Hal inilah yang dapat kita lihat saat ini dan fenomena ini sudah berlaku di dalam kehidupan sehari-hari dan sudah menjadi gaya hidup di negara-negara maju khususnya di negara Indonesia. Seperti halnya di Indonesia banyak sekali berbagai macam pariwisata yang sangat indah dan sangat bagus, Namun perlu kita ketahui demikian memposisikan pariwisata sebagai bagian esensial dalam kehidupan sehari-hari merupakan fenomena yang relatif baru saat ini. Karena dalam sejarahnya sendiri di dunia kepariwisataan baru mulai muncul dan terlihat

Sejak berakhirnya Perang Dunia ke II di saat dunia pariwisata sendiri meledak dalam skala besar yang mengejutkan publik sebagai suatu kekuatan baru yang merambah di dunia Sosial dan Politik.

Dalam hal ini perlu kita banyak ketahui berkembangnya dunia pariwisata sudah terjadi sejak dulu tetapi, awal mulanya sendiri berkembang pesatnya di bidang pariwisata bermula kisaran pada abad ke-20 dan lebih tepatnya pada periode tahun 1960-1980 pada kisaran 20 tahun itu bidang pariwisata berkembang pesat pada sektor jumlah orang yang melakukan perjalanan pariwisata dan kegiatan berwisata. baikpun jumlah berkembang pesat orang yang berkunjung ke pariwisata di seluruh dunia lebih dari 300 juta orang para wisatawan di seluruh mancanegara atau internasional tercatat tiap tahunnya di negara yang banyak memiliki tujuan wisata yang menarik dari berbagai negara. Bahkan ada survei yang mengatakan dengan mencatat bahwa jumlah para wisatawan Domestik jauh lebih besar dibandingkan dengan jumlah pengunjung Wisatawan internasional, mungkin disebabkan oleh jarak tempuh yang mudah untuk Dijangkau oleh para pengunjung pariwisata Domestik. (Bungin burhan, 2017, h.97)

Bagi Indonesia sendiri, jejak pariwisata dapat ditelusuri kembali ke dasawarsa 1910, yang ditandai dibentuknya VTV (*Vereeniging Toeristen Verker*), Sebuah badan pariwisata belanda, di Batavia. Badan pemerintah ini sekaligus juga bertindak sebagai *tour operator* dan *Travel agent*, yang secara gencar mempromosikan indonesia, Khususnya Jawa dan Bali. Pada 1926 berdiri pula , di jakarta ,sebuah cabang dari Lisind (Lissonne Lindeman) yang pada tahun 1928 berubah menjadi Nitour (*Nederlandsche Indische Touriten Bureau*)

, Sebagai anak perusahaan pelayaran belanda (KPM).KPM secara rutin melayani pelayaran yang menghubungkan Batavia, Surabaya ,Bali, Makassar , dengan mengangkut wisatawan (Spillane dan Vickers 2009, h35).

Dapat kita lihat disini bahwa sejarah perjalanan pariwisata di indonesia bukan merupakan hal yang baru, Karena Negara indonesia sejatinya merupakan negara yang banyak memiliki aset wisata dan negara Indonesia juga merupakan salah satu negara kepulauan, terbukti dari Sabang sampai Merauke dalam setiap jajaran pulau-pulau terdapat beragam potensi wisata. Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh Indonesia adalah potensi wisatanya. Indonesia dipenuhi dengan kekayaan budaya, sumber daya alam, adat istiadat, religi, wisata kuliner, musik tradisional, obyek wisata, dan lain sebagainya. Hal inilah yang menjadi daya tarik yang sangat kuat bagi para wisatawan, baik lokal maupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia dengan tujuan ingin menikmati keindahan alam dan kekayaan wisatanya. Beragam budaya serta potensi wisata yang ada di setiap provinsi di Indonesia menjadi ciri khas masing-masing dari provinsi tersebut.

Pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Di era globalisasi saat ini, sektor pariwisata akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia dan menjadi industri yang mengglobal. Pariwisata akan memberikan banyak pemasukan bagi daerah yang sadar akan potensinya terhadap sektor pariwisata (Ismayanti, 2010, h.1).

Pariwisata adalah merupakan suatu kebutuhan sekunder yang akan dipenuhi oleh manusia ketika kebutuhan primer telah tercapai. Pariwisata sendiri pada dasarnya adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan juga ekonomi. Perkembangan pariwisata ini dilihat sebagai suatu cara yang tepat dan efisien dalam penggerak ekonomi rakyat karena sektor ini dianggap paling siap dari segi fasilitas, sarana prasarana dibandingkan sektor lainnya. Dengan harapan pariwisata ini dapat dikembangkan dalam suatu strategi pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan pariwisata berbasis kerakyatan atau *community-based tourism development* (Ismayanti, 2010, h.2).

Sektor pariwisata merupakan kegiatan yang tak pernah mati dan menjadi hal yang sangat penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata, lebih dikhususkan untuk pemerintah daerah, objek wisata akan menjadi pemasukan bagi daerah itu sendiri. Dengan berkembangnya pariwisata, akan mendongkrak sektor yang lain, seperti: kunjungan wisatawan, ekonomi kreatif, membuka kesempatan kerja, mengurangi pengangguran (Ismayanti, 2010, h.3).

Dari berbagai aspek pariwisata yang ada banyak sektor yang perlu diperhatikan. karena pada dasarnya Pariwisata perlu ditingkatkan dan diperluas untuk meningkatkan banyak nilai, baik itu nilai dalam penerimaan devisa, dapat memberikan dan membuka lapangan pekerjaan dan turut serta dalam hal memperkenalkan nilai-nilai pariwisata dan kebudayaan di daerah tersebut. Sangat diperlukan sekali pembinaan serta pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan terpeliharanya nilai-nilai kebudayaan dan kearifan

lokal. Untuk itu penting dari berbagai pihak yang berpengaruh dan memiliki peran penting, dalam hal ini perlu mengambil secara tegas langkah-langkah dan pengaturan-pengaturan yang lebih terarah guna demi meningkatkan nilai-nilai kebudayaan dan pariwisata yang berada di naungan pemerintahan. berdasarkan kebijaksanaan yang terpadu, Banyak sekali bidang-bidang yang sangat berpengaruh di sektor kepariwisataan banyak berbagai aspek penunjang antara lain bidang promosi, bidang strategi komunikasi, para ikon duta wisata daerah ,dan penyediaan fasilitas serta mutu dan kelancaran pelayanan.

Pariwisata juga dapat diartikan secara luas sebagai salah satu kebutuhan suatu daerah ataupun kebutuhan masyarakat di lingkungan, karena pariwisata merupakan suatu jembatan untuk menyambungkan peran pemerintah kepada masyarakat dari berbagai aspek, baik itu aspek perekonomian daerah, perekonomian masyarakat, ataupun juga sebagai ikon yang dapat dilihat dan dikunjungi secara langsung di lingkungan daerah tersebut, Banyak hal yang dapat kita ketahui bahwa pariwisata dapat menjadi sumber alat utama dalam mengembangkan kecihan khasan yang dimiliki daerah tersebut serta tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia dan melibatkan banyak pihak baik dari bidang pemerintahan dan masyarakat terutama pada kebutuhan ekonomi masyarakat daerah.

Komunikasi Pemasaran yang dilakukan dengan baik dapat menjadi Peluang untuk dapat meningkatkan minat dan daya tarik pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata dan sebagai alat Promosi yang tentu saja diharapkan

akan berdampak pada peningkatan angka kunjungan pula di destinasi wisata tersebut, sehingga akan meningkatkan wisatawan untuk mengunjungi wisata yang ada di daerah tersebut. Dengan memanfaatkan berbagai aspek dan peluang yang ada sebuah Organisasi dapat memadukan berbagai macam strategi untuk dapat mencapai tujuan Organisasi tersebut. Untuk itu Strategi komunikasi pemasaran peranya sangatlah penting guna membantu suatu organisasi pemerintahan di bidang pariwisata dalam mengembangkan potensi wisata yang ada di daerah tersebut. Dengan adanya Strategi Komunikasi Pemasaran yang baik agar wisata tersebut dapat dikenal lebih luas baik secara Lokal bahkan sampai Internasional.

Dalam bidang Kepariwisataaan Negara Indonesia Mempunyai Otonomi Daerah yang diatur dalam UU No. 22 Tahun 1999 yang kemudian telah direvisi dalam UU No. 32 Tahun 2004 menjadikan hampir semua daerah di Indonesia berlomba-lomba mengeksplorasi potensi yang ada di wilayahnya. Otonomi daerah merupakan hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Hal tersebut berarti bahwa pemerintah daerah bertanggung jawab penuh terhadap kemajuan daerahnya masing-masing. dengan munculnya Peraturan tentang otonomi Daerah tersebut pada akhirnya memunculkan persaingan yang positif dalam inovasi dan pengembangan potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah. Dengan pengelolaan dan manajemen yang baik terhadap kekayaan sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam (SDA) yang dimiliki, maka Pemerintah Daerah dapat meningkatkan hasil Pendapatan Asli Daerah (PAD). Untuk dapat

mewujudkan hasil yang diinginkan dengan menjadikan daerahnya masing-masing menjadi daerah yang mampu bersaing maka pemerintah masing-masing daerah melaksanakan Strategi khusus sehingga diharapkan mampu mencapai hasil yang dituju secara maksimal.

Menunjukkan keunggulan suatu kota atau daerah melalui pembentukan identitas, maka masyarakat umum akan mulai menyadari nilai lebih yang dimiliki oleh kota atau daerah tersebut. Sehingga nantinya muncul image yang berbeda dari setiap daerah yang didasarkan atas keunikan, keragaman potensi pariwisata, dan juga budaya yang dimiliki oleh masyarakat dan wilayahnya. Pariwisata mulai berkembang karena adanya gerakan manusia di dalam mencari sesuatu yang belum diketahuinya, menjelajahi wilayah yang baru, mencari perubahan suasana, atau untuk mendapat perjalanan baru (Robinson, 1976; Murphy, 1985). Sektor pariwisata ini selanjutnya memberi sumbangan pula dalam devisa negara dan Pendapatan Asli Daerah (PAD), karena bidang ini memperluas peluang kerja, meningkatkan taraf hidup bagi masyarakat, serta sebagai sarana untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya dan kekayaan alam milik daerah.

Salah satu contoh yang terdapat di salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang memiliki potensi wisata adalah provinsi Sumatera selatan. Dimana provinsi ini menyimpan potensi wisata yang cukup banyak dan bervariasi, mulai dari wisata budaya, wisata alam, wisata religi, wisata kuliner dan wisata industri. Provinsi Sumatera selatan terletak di bagian Selatan pulau Sumatera, Indonesia. Ibu kotanya terletak di Palembang. Provinsi Sumatera

Selatan secara geografis terletak antara 1–4° Lintang Selatan dan 102–106° Bujur Timur. Luas wilayahnya 87.017.41 km², dan jumlah penduduknya 8.370.300 jiwa (sensus 2018). Sumatera Selatan (Sumsel) adalah provinsi di Indonesia yang terletak di bagian Selatan Pulau Sumatera. Provinsi ini beribukota di Palembang. Secara geografis, Sumatera Selatan berbatasan dengan provinsi Jambi di utara, provinsi Kep. Bangka-Belitung di timur, provinsi Lampung di selatan dan Provinsi Bengkulu di barat. Provinsi ini kaya akan sumber daya alam, seperti minyak bumi, gas alam dan batubara.

Selain itu ibu kota provinsi Sumatera Selatan, Palembang, telah terkenal sejak dahulu karena menjadi pusat Kerajaan Sriwijaya. Di samping itu, provinsi ini banyak memiliki tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi seperti Sungai Musi, Jembatan Ampera Pulau Kemaro, Danau Ranau, Kota Pagaralam dan lain-lain. Karena sejak dahulu telah menjadi pusat perdagangan, secara tidak langsung ikut memengaruhi kebudayaan masyarakatnya. Makanan khas dari provinsi ini sangat beragam, di antaranya adalah pempek, model, tekwan, pindang patin, pindang tulang, sambal jokjok, pindang ikan Patin berengkes dan tempoyak. Kabupaten Penukal abab Lematang ilir atau sering disingkat Pali adalah salah satu Kabupaten yang ada di provinsi Sumatera selatan, Indonesia. Ibu kotanya adalah Pendopo talang ubi.

Kabupaten Penukal Abab lematang ilir Merupakan DOB (daerah otonomi baru) yang Merupakan pemekaran dari kabupaten Muara enim yang disahkan pada Tanggal 11 Januari 2013 melalui UU no 7 tahun 2013. Secara Geografis terletak pada 2°50' - 3°30' Lintang Selatan dan 103°30' - 104°20'

Bujur timur. Kabupaten ini berada di bagian tengah Provinsi Sumatera selatan yang berjarak sekitar 160 Km[4] dari Kota Prabumulih. Luas wilayahnya 1.840 Km² atau 2,11 persen dari total luas Provinsi Sumatera selatan. Sebagai daerah otonomi baru di Sumatera Selatan Kabupaten Pali Provinsi Sumsel merupakan Kabupaten pemasok Minyak Bumi terbanyak di Provinsi Sumatera Selatan, Selain itu juga Kabupaten Penukal abab lematang ilir mayoritas penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai Petani karet dan juga sebagai Petani Sawit. Selain di bidang industri Kabupaten Pali juga banyak memiliki wisata Kuliner khas Pali seperti contohnya Ikan segolorong. Kabupaten Pali juga mempunyai potensi wisata serta tempat wisata yang bagus untuk dikunjungi.

Potensi wisata di Kabupaten Pali terbagi dalam beberapa kategori, antara lain: Potensi wisata warisan budaya, potensi wisata kuliner, potensi wisata alam, potensi wisata religi, dan potensi wisata industri. Dalam memperkenalkan potensi wisata Kabupaten Pali kepada wisatawan, selain pengelolaan tempat wisatanya yang baik dibutuhkan juga promosi yang kreatif dan efektif sehingga informasi mengenai potensi wisata yang ada di Kabupaten Pali dapat diterima baik oleh khalayak. Hal ini bukan hanya menjadi peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pali atau dinas yang terkait, melainkan ini juga menjadi tugas dan tanggung jawab seluruh masyarakat Kabupaten Pali khususnya generasi muda yang memiliki tingkat kreatifitas yang tinggi.

Salah satu pariwisata yang diprioritaskan dan terus dikembangkan saat ini oleh Dinas kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Pali Provinsi Sumatera Selatan

adalah Wisata bersejarah yang merupakan warisan budaya yang bernama Candi Bumi Ayu yang terletak di desa Bumi Ayu kecamatan Tanah abang Kabupaten Pali. Candi bumi ayu sendiri merupakan satu-satunya objek wisata warisan budaya yang berbentuk Candi di Sumatera selatan Sebagai pusat perkembangan Kerajaan Sriwijaya, Sumatera Selatan memiliki banyak peninggalan bersejarah. Selain prasasti ada juga sebuah kompleks candi. Namanya yang dikenal saat ini adalah Candi Bumi Ayu yang berdiri di area seluas 76 hektar. Meski tak semegah Candi Borobudur di Jawa Tengah namun Candi Bumi Ayu menjadi satu-satunya candi di Sumatera selatan. Candi Bumi Ayu merupakan salah satu situs peninggalan agama Hindu yang terdapat di pesisir sungai lematang, di hilir desa siku sebagai desa paling hilir dari kecamatan Tanah abang masih kawasan Kabupaten Penukal abab lematang ilir Provinsi Sumatera Selatan. Di dalamnya terdapat sembilan buah candi yang terdapat di dalam kompleks percandian Bumi Ayu di Pali, Sumatera Selatan. Nama Bumiayu diambil dari nama desa di mana candi ini terletak, Desa Bumiayu, Tanah Abang. Komplek Candi Bumi Ayu pertama kali ditemukan oleh EP. Tombrink dalam kondisi terkubur tanah dan rusak pada tahun 1864. Candi ini diperkirakan dibangun pada 819 Saka atau 897 Masehi dan merupakan candi Hindu terbesar di luar Pulau Jawa. Lokasi penemuan komplek candi ini berada di pesisir Sungai Lematang, Muara Enim. Masyarakat sekitar yakin jika lokasi Candi Bumi Ayu adalah bekas istana sebuah kerajaan Gedebong Undang.

Luas komplek Candi Bumiayu PALI adalah 76 hektar, dengan 11 buah candi yang terdapat di dalamnya. Candi-candi tersebut memiliki aliran siwa dan

merupakan peninggalan agama Hindu, sama seperti Candi Prambanan di Jawa Tengah. Pemerintah daerah telah memugar enam bangunan candi yang ada yaitu candi 1, candi 2, candi 3 dan 4 candi 8 dan candi 9. Selain itu, pemerintah juga melakukan pembangunan jalan, pembebasan tanah serta pembangunan Gedung Museum Lapangan. Saat berkeliling candi, Anda bisa melihat arca Siwa Mahaguru, Narawahana, Agastya dan Nandi yang merupakan simbol agama Hindu. Masyarakat di sekitar Candi Bumi Ayu sendiri justru menyebut kompleks tersebut dengan sebutan kuil. Sedangkan penyebutan kata candi justru mengikuti bahasa Jawa.

Dalam kompleks Candi Bumi Ayu, Anda akan melihat hiasan berupa kereta yang ditarik oleh seekor singa di kedua sisi tangga. Di depan tangga terdapat sisa-sisa bangunan yang disebut sebagai regol (paviliun). Ciri khas simbol agama Hindu juga terlihat pada komponen bangunan atapnya yang dinamai 'ratna'. Di salah satu bagian candi terdapat sejumlah fragmen seperti kepala arca yang berwajah raksasa (ugra), arca perempuan sedang memegang ular serta arca perempuan yang mengenakan kalung dari untaian tengkorak serta arca-arca binatang. Lokasi Candi Bumi Ayu berjarak 85 kilometer dari Kota Muara Enim, dan bisa ditempuh dalam waktu sekitar 2 jam perjalanan berkendara dengan mobil. Jika anda datang dari arah Palembang, jarak yang harus anda tempuh sekitar 130 km.

Dan Candi bumi ayu saat ini masih terus dikembangkan karena menurut para ahli geodesi bahwa Candi bumi ayu masih bisa terus bertambah karena masih adanya bangunan yang masih tertimbun di sekitaran kompleks Percandian

tersebut.dengan adanya wisata Candi Bumi Ayu di Kabupaten Pali peranan dari pemerintah , seluruh masyarakat, dan khususnya para generasi muda yang mempunyai nilai kreatifitas bagi generasi milenial saat ini untuk terus membantu mempromosikan dan memperkenalkan Candi Bumi ayu kepada para khalayak agar bisa diproyeksikan menjadi Wisata bersejarah layaknya Candi Borobudur dan prambanan di Jawa tengah dan dapat dijadikan sebagai Ikon wisata di Provinsi Sumatera selatan khususnya Ikon wisata kabupaten Pali.

Peran pemuda sebagai komunikator dalam mempromosikan sebuah daerah sangat dibutuhkan oleh pemerintah. Terjadinya komunikasi yang efektif jika komunikator memiliki ethos atau credibility (ahli dan dapat dipercaya), memiliki daya tarik (*attractiveness*) dan kekuasaan (*power*). Serta diharapkan mampu bekerjasama dengan pemerintah atau dinas pariwisata terkait. Sehingga pesan yang disampaikan diharapkan dapat diterima baik oleh komunikan, menghasilkan feedback atau umpan balik, dan terjadinya efek Persuasif. Figur yang dapat membantu dalam memperkenalkan atau mempromosikan Objek wisata Candi bumi ayu di kabupaten Pali serta membantu mengembangkan selain dinas kebudayaan dan pariwisata di kabupaten Pali yaitu melalui Duta wisata atau biasa disebut Bujang dan Gadis . Dengan adanya ajang pemilihan duta wisata disetiap daerah di Indonesia diharapkan lahir suatu generasi muda yang kreatif dan inovatif sehingga mampu menjadi promotor untuk mempromosikan potensi kekayaan wisata yang ada di daerah tersebut. Di Kabupaten Pali setiap tahun diadakan pemilihan duta wisata dari putra putri asal Kabupaten Pali. Setiap finalis atau pemenang dengan berbagai nominasi

yang diraih secara langsung akan tergabung dalam ikatan putra-putri Kabupaten Pali atau dikenal dengan nama Bujang dan Gadis.

Bujang dan Gadis sebagai duta wisata Pali yang berada dibawah naungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang memiliki peran penting dalam memperkenalkan potensi wisata Kabupaten Pali khususnya objek Wisata Candi Bumi ayu kepada massa serta khalayak yang lebih luas. Di samping itu, pemilihan duta wisata diharapkan juga mampu menjadi inspirator dan motivator bagi generasi muda zaman milenial saat ini dalam menjalankan peran dan fungsinya di masyarakat secara langsung. Dalam menjalankan peran sebagai duta wisata Kabupaten Pali dibutuhkan kemampuan komunikasi yang baik atau keahlian dalam mempromosikan potensi wisata serta memiliki penampilan yang menarik yang mampu mempengaruhi massa.

Bujang dan Gadis Pali sebagai komunikator harus memiliki kemampuan tersebut. Selain itu, dibutuhkan juga suatu promosi yang efektif karena meningkatkan dan mempersuasif para khalayak untuk penasaran mengunjungi Objek wisata Candi bumi ayu. Dengan kata lain meningkatkan kunjungan wisatawan, sehingga hal ini dapat menarik minat para wisatawan untuk memilih Kabupaten Pali sebagai tempat untuk Dikunjungi sebagai destinasi wisata bersejarah warisan budaya yang menarik untuk di datangi. Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ketertarikan seseorang akan sesuatu itu dipengaruhi oleh komunikator dan strategi komunikasi pemasaran yang efektif. Meninjau kembali apa yang telah dijelaskan diatas mengenai tujuan promosi, kurangnya promosi suatu daerah dikhawatirkan akan

menyebabkan berkurangnya jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Pali yang nantinya juga akan berdampak buruk baik bagi pembangunan bahkan perekonomian daerah. Akan dirasa memprihatinkan jika ada suatu potensi wisata yang mampu menjadi maju dan berkembang malah kurang mendapatkan perhatian dari publik maupun dari dinas terkait. Dengan adanya ajang pemilihan duta wisata nantinya diharapkan ada sosok yang mampu menjadi seorang promotor untuk mempromosikan potensi wisata yang ada di daerah tersebut.

Strategi komunikasi menurut Rogers adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Sedangkan menurut Middleton strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi dari komunikator, pesan, saluran penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi optimal. Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi, sebab jika pemilihan strategi salah maka hasil yang diperoleh bisa fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi, dan tenaga. Konsep strategi komunikasi disini diletakkan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai, sedangkan perencanaan strategi tidak lain adalah kebijaksanaan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang (Hafied cangara,2013 h.44)

Komunikasi Pemasaran merupakan pendekatan multidisplin yang menggabungkan teori dan konsep ilmu komunikasi dan ilmu pemasaran. Kajian

tersebut menghasilkan kajian “baru” yang disebut dengan komunikasi pemasaran atau *Marketing Communication*. *Marketing Communication* merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi yang bertujuan memberikan informasi perusahaan terhadap target pasarnya.” (Priansa, 2014, h. 94)

Ajang pemilihan duta wisata yang ada di Kabupaten Pali adalah pemilihan duta wisata yang ada di Kabupaten Pali yang mana diharapkan memiliki peran dan strategi komunikasi yang signifikan di bidang pariwisata dalam memperkenalkan Pariwisata yang ada di Kabupaten Pali khususnya Candi bumi ayu .dengan pentingnya peran Dinas kebudayaan dan pariwisata yang ada di kabupaten Pali Provinsi Sumsel dalam hal mengembangkan pariwisata yang ada disana dengan menggunakan berbagai aspek pendukung lainnya, Akhirnya melihat permasalahan dan fenomena tersebut maka peneliti memilih judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Candi Bumi Ayu di Kabupaten Pali Provinsi Sumatera selatan” (Studi deskriptif kualitatif Strategi komunikasi pemasaran wisata candi bumi ayu oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Pali Provinsi Sumatera selatan).

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, peneliti memfokuskan penelitian berdasarkan **“Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Candi**

Bumi Ayu yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di Kabupaten Pali Provinsi Sumsel ?”.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Mengacu pada fokus penelitian di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran wisata Candi Bumi Ayu oleh Dinas kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Pali Provinsi Sumatera selatan dalam menyebarkan informasi kepada khalayak?
- 2) Bagaimana Strategi komunikasi Pemasaran Wisata Candi Bumi Ayu oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Pali Provinsi Sumatera selatan dalam mempengaruhi atau menarik khalayak untuk melakukan Kunjungan?
- 3) Bagaimana strategi komunikasi Pemasaran Wisata Candi bumi ayu oleh Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Pali Provinsi Sumatera selatan dalam mengingatkan khalayak untuk melakukan kunjungan?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dilakukannya Penelitian ini adalah:

- 1) Mengetahui tentang strategi komunikasi Pemasara Wisata Candi Bumi Ayu Oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pali Provinsi Sumatera Selatan dalam Menyebarkan informasi kepada Khalayak.

2) Mengetahui tentang strategi komunikasi Pemasaran Wisata Candi Bumi Ayu Oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pali Provinsi Sumatera Selatan dalam mempengaruhi atau menarik khalayak untuk melakukan kunjungan.

3) Mengetahui tentang strategi komunikasi Pemasaran Wisata Candi Bumi ayu Oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pali Provinsi Sumatera Selatan Dalam mengingatkan Khalayak untuk melakukan kunjungan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian pengembangan ilmu pengetahuan yaitu Komunikasi khususnya mengenai bidang kajian Hubungan Masyarakat (Humas).
- 2) Penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan dalam bidang ilmu komunikasi.
- 3) Penelitian ini dapat menjadi bahan informasi bagi orang yang berkepentingan dalam istilah yang diteliti.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu bahan masukan pemikiran dalam menambah wawasan pengetahuan mengenai bidang kajian Ilmu Komunikasi khususnya mengenai bidang kajian Hubungan

Masyarakat terutama mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran wisata Candi Bumi Ayu oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang terdapat di Kabupaten Pali Provinsi Sumatera selatan yang terus berusaha mengembangkannya baik dari sektor menyebarkan informasi, atau mempengaruhi khalayak serta melalui langkah dengan mengingatkan khalayak untuk melakukan kunjungan ke wisata Candi Bumi Ayu.