

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN DAN  
PARIWISATA PEMERINTAH KABUPATEN PADANG  
LAWAS UTARA DALAM PUBLIKASI WISATA CANDI  
BAHAL**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam  
Negeri Sumatera Utara Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Oleh**

**Vivi Mayanti  
Nim : 0105173266**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2021**

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN DAN  
PARIWISATA PEMERINTAH KABUPATEN PADANG LAWAS  
UTARA DALAM PUBLIKASI WISATA CANDI BAHAL**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam  
Negeri Sumatera Utara Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Oleh:**

**Vivi Mayanti**  
**0105173266**

**Pembimbing I**



**Dr. Muhammad Alfikri S. Sos, M. Si**  
**NIDN. 2023038301**

**Pembimbing II**



**Dr. Indira Fatra Deni P. S. Sos. I, M. A**  
**NIDN. 2024068602**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN  
2021**

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN DAN  
PARIWISATA PEMERINTAH KABUPATEN PADANG LAWAS  
UTARA DALAM PUBLIKASI WISATA CANDI BAHAL**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam  
Negeri Sumatera Utara Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Oleh:**

**Vivi Mayanti**  
**0105173266**

**Pembimbing I**



**Dr. Muhammad Alfikri S. Sos, M. Si**  
**NIDN. 2023038301**

**Pembimbing II**



**Dr. Indira Fatra Deni P. S. Sos. I, M. A**  
**NIDN. 2024068602**

**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi**



**Dr. Muhammad Alfikri S. Sos, M. Si**  
**NIDN. 2023038301**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN  
2021**

## **SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Kepada**

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial  
UIN Sumatera Utara Medan  
Di Medan

Assalamu'alaikum Warahmatulahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Vivi Mayanti

NIM : 0105173266

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara Dalam Publikasi Wisata Candi Bahal

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami harap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera di Munaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 29 September 2021

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Muhammad Alfikri S. Sos, M. Si  
NIDN. 2023038301



Dr. Indira Fatra Deni P. S. Sos. I, M. A  
NIDN. 2024068602

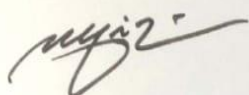
## PENGESAHAN

Skripsi berjudul : **“Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara dalam Publikasi Wisata Candi Bahal”** atas nama Vivi Mayanti, NIM. 0105173266 Program Studi Ilmu Komunikasi telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan pada tanggal : 21 Oktober 2021.

Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.KOM) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

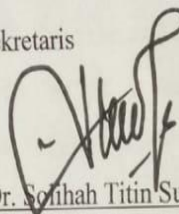
Medan, 24 November 2021

Ketua



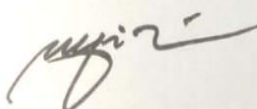
Dr. Muhammad Alfikri, S.Sos, M.Si  
NIDN. 2023038301

Sekretaris



Dr. Sofiah Titin Sumanti, M.Ag  
NIDN. 2013067301

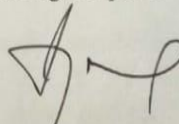
Pembimbing Skripsi I



Dr. Muhammad Alfikri, S.Sos, M.Si  
NIDN. 2023038301

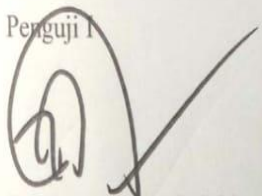
Penguji

Pembimbing Skripsi II



Dr. Indira Fatra Deni P.S.Sos. I,MA  
NIDN. 2024068602

Penguji I



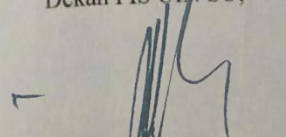
Dr. Abdul Rasyid, MA  
NIDN. 2002204640

Penguji II



Dr. Anang Anas Azhari, MA  
NIDN. 0104107401

Mengetahui  
Dekan FIS UIN SU,



Dr. Marzubang, MA  
NIP. 196905291997031003

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vivi Mayanti  
Nim : 0105173266  
Tempat/Tanggal Lahir : Gunung Tua, 25 Maret 1999  
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UINSU Medan  
Alamat : Gunung Tua, Kampung Banjir

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kabupaten Paluta dalam Publikasi Wisata Candi Bahal” benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan, September 2021



Yang membuat pernyataan

*Vivi Mayanti*  
Vivi Mayanti

NIM. 0105173266



## ABSTRAK

### Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara dalam Publikasi Wisata Candi Bahal



Nama : Vivi Mayanti  
NIM : 0105173266  
Pembimbing I : Dr. Muhammad Alfikri S. Sos, M. Si  
Pembimbing II : Dr. Indira Fatra Deni P. S. Sos. I, M. A  
Tempat,tanggal lahir : Gunung Tua, 25 Maret 1999  
No. Hp : 081260983623  
Email : vivimayanti408@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Padang Lawas Utara dengan tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh Pemerintahan Kabupaten Padang Lawas Utara dalam publikasi potensi Wisata Candi Bahal. Teori yang digunakan adalah teori pemasaran. Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang mengemukakan permasalahan yang terjadi dilapangan dengan penganalisaan Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Publikasi Objek Wisata Candi Bahal Portibi. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan teori *Soffjan Assauri*. Hasil penelitian di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Padang Lawas Utara dapat diperoleh bahwa strategi yang dilakukan dalam publikasi Wisata Candi Bahal dapat dikatakan baik, karena dalam publikasi suatu Wisata Candi Bahal harus memperhatikan beberapa aspek antara lain dengan menerapkan tujuan dan sasaran, program, serta kebijakan yang akan di buat. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Padang Lawas Utara sudah melakukan strategi dengan menggunakan analisis publikasi, namun masih terdapat hambatan dan kekurangan dalam melakukan pelayanan dan belum sesuai dengan keinginan masyarakat. Antara lain, fasilitas yang belum lengkap di sekitar kawasan Wisata Candi Bahal, serta sumber daya manusia yang kurang profesional.

**Kata Kunci :** *Strategi Komunikasi, Publikasi, Candi Bahal, Objek Wisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata*

Diketahui,  
Pembimbing I



**Dr. Muhammad Alfikri S. Sos, M. Si**  
NIDN. 2023038301



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT karena atas kuasanya dan ridho-nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tercurah kepada *Rasulullah Shalallahu 'alayhi wasallam*, yang menjadi suri tauladan bagi setiap muslim dan sang revolusiner sejati dalam Islam yang telah membawa risalah Islam berjuang menuntun para ummat dari zaman kejahilan menuju jalan kebaikan. Semoga kita dapat meneladani sifat beliau, Aamiin. Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara dalam Publikasi Wisata Candi Bahal” disusun dalam rangka memenuhi tugas-tugas dan melengkapi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Fakultas Ilmu Sosial UIN SU Medan.

Selama proses mengerjakan skripsi, penulis berupaya semaksimal mungkin agar skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, Namun penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan baik dari segi isi maupun tata bahasa karena keterbatasan dan pengalaman penulis miliki. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini dan berguna bagi para pembacanya.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang sangat berjasa. Untuk itu rasa terima kasih penulis sampaikan kepada berbagai pihak diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA, selaku rektor Universitas Islam Negeri Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Prof. Dr. Maraimbang, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Alfikri Matondang, S.Sos, M.Si, selaku ketua Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Solihah Titin Sumanti, M.Ag selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Muhammad Alfikri S. Sos, M. Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu, membimbing dan memberikan arahan kepada

penulis dalam mengerjakan skripsi.

6. Bapak Dr. Indira Fatra Deni P. S. Sos. I, M. A, selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah banyak memberikan arahan dan motivasi kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf pegawai Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan yang selama ini telah mendidik dan memberikan Ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ilmu Sosial UIN SU Medan.
8. Teristimewa penulis sangat bersyukur kepada Allah Subhanahu wa ta'la telah memberikan seseorang yang menjadi panutan serta motivator saya dalam mengerjakan skripsi ini, yaitu Ayahanda tercinta Suparman Harahap yang senantiasa memberikan dukungan dan doa pada setiap langkah penulis. Tidak lupa pula Ibunda saya Rosmaun Nasution yang juga selalu memberikan dukungan serta doa dalam setiap perjalanan hidup penulis. Tidak tinggal juga, terimakasih kepada saudara kandung saya Syawaluddin, Muhammad Aripin, Firmansyah, Novi yantika, dan Novita Sari yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, serta kedua abang ipar saya yaitu Mahmub Junaidi Siregar dan Erwin Siregar dengan segala dukungannya.
9. Teruntuk sahabat Istimewa yang banyak sekali membantu serta memberi semangat di setiap hari penulis yaitu Masdiana, Kak Tina, Tati, Tya, Rafika, Karmila, Nurmala, Irna, Ayu, Jurmiyati, Ricky, Dewi, Susanti, Kak Ifa, Nurhalimah, Aslizar, Sahminan, Anhar, Sofyan, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
10. Terimakasih kepada sahabat seperjuangan yaitu Keluarga Besar Ilmu Komunikasi seluruh Angkatan 2017 Fakultas Ilmu Sosial yang telah banyak memberikan bantuan berupa tenaga, pikiran dan selalu mewarnai hari-hari penulis dengan canda tawa dan semangat. Semoga Allah membalas semua kebaikan yang mereka perbuat kepada penulis.

11. Kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan karya ilmiah ini, semoga Allah *Subhanahu wa ta'la* memberikan Rahmat dan Hidayahnya kepada kita semua. Aamiin.

Kepada mereka semua tidak ada sesuatu yang dapat penulis berikan sebagai imbalan kecuali do'a semoga Allah selalu membimbing langkah hidup mereka dan membalas kebaikan mereka dengan balasan yang lebih banyak dan lebih baik. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam kepenulisan skripsi ini karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>5</b>
A. Pengertian Strategi Komunikasi .....	5
B. Defenisi Objek Wisata.....	8
C. Jenis Objek Wisata .....	8
D. Manfaat Pariwisata .....	10
E. Pembentukan Proses Publikasi .....	11
F. Penelitian Terdahulu.....	18
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
A. Jenis Penelitian .....	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	22
C. Sumber Data dan InformanPenelitian.....	23
D. Teknik Pengumpulan Data .....	26
E. Teknik Analisis Data .....	27
F. Uji Keabsahan Data.....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
A. Lokasi Penelitian .....	29
B. Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Padang Lawas Utara .....	33
C. Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Publikasi Wisata Candi Bahal .....	36

D. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemerintahan Kabupaten Padang Lawas Utara dalam Publikasi Wisata Candi Bahal .....	38
E. Daftar Hasil Wawancara.....	43
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>47</b>
A. Kesimpulan .....	47
B. Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Padang Lawas Utara adalah leading sektor yang mewujudkan Pariwisata yang modern. Berkembangnya Pariwisata disuatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial, dan budaya. Namun, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang menyulitkan atau bahkan merugikan masyarakat. Dari sudut sosial, kegiatan Pariwisata akan memperluas kesempatan tenaga kerja baik dari kegiatan pembangunan sarana dan prasarana, baik dari sektor usaha yang langsung maupun tidak langsung. Dari sudut ekonomi bahwa kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari Objek Wisata yang datang berkunjung. Dalam aspek ekonomi, kepariwisataan diharapkan mampu untuk memberdayakan masyarakat setempat, menumbuhkan ekonomi daerah tujuan Wisata dan memberikan manfaat bagi kesejahteraan rakyat.

Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang memiliki leading sektor untuk mewujudkan Pariwisata yang modern. Kondisi yang diinginkan adalah meningkatkan daya tarik objek wisata yang sampai saat ini masih kurang menarik bagi wisatawan. Selain itu juga berusaha meningkatkan pendapatan asli daerah dan masyarakat Kabupaten Padang Lawas Utara pada umumnya.

Sektor Pariwisata merupakan salah satu sektor yang cukup memiliki potensi untuk dikembangkan di Kabupaten Padang Lawas Utara dan sektor ini merupakan salah satu sektor yang dapat mendukung pertumbuhan suatu wilayah. Pengembangan sektor Pariwisata dijadikan sebagai salah satu sektor andalan yang mampu memberikan kontributor bagi peningkatan pendapatan asli daerah dan menggerakkan perekonomian daerah. Namun pada saat sektor pariwisata belum menjadi suatu aset utama dan dikembangkan secara optimal untuk mendukung

pertumbuhan ekonomi pada suatu wilayah. Hal ini juga terjadi di Kabupaten Padang Lawas Utara, pengembangan Wisata yang masih ada kurang mendapat perhatian sehingga kurang tertarik, padahal Objek Wisata tersebut memiliki potensi yang cukup baik

Di samping itu Wisata juga dapat dilibatkan dengan pengambilan dan peringatan disetiap kehidupan manusia, karena setiap perjalanan kehidupan manusia terdapat pelajaran sebagai peringatan untuk menjalani kehidupan yang lebih baik, dalam hal ini ayat wisata juga dijelaskan dalam hal i Al-Qur'an surah An'am ayat 11-12 :

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ ﴿١١﴾ قُلْ لِمَنْ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ قُلْ لِلَّهِ كَتَبَ عَلَى نَفْسِهِ الرَّحْمَةَ لِيَجْمَعَنَّكُمْ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ لَا رَيْبَ فِيهِ الَّذِينَ خَسِرُوا أَنفُسَهُمْ فَهُمْ لَا يُؤْمِنُونَ ﴿١٢﴾

11. Katakanlah: "Berjalanlah di muka bumi, Kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu."

12. Katakanlah: "Kepunyaan siapakah apa yang ada di langit dan di bumi." Katakanlah: "Kepunyaan Allah." dia Telah menetapkan atas Diri-Nya kasih sayang. dia sungguh akan menghimpun kamu pada hari kiamat yang tidak ada keraguan padanya. orang-orang yang meragukan dirinya mereka itu tidak beriman.

Maksudnya: Allah Telah berjanji sebagai kemurahan-Nya akan melimpahkan rahmat kepada mahluk-Nya, dan Maksudnya dari arti ayat 12 yaitu : orang-orang yang tidak menggunakan akal-fikirannya, tidak akan mau beriman.

Salah satu peninggalan Hindu-Buddha berupa Candi terdapat di Sumatera Utara bagian selatan yang bertempat dilokasi Desa Bahal Portibi, Candi ini merupakan salah satu tempat yang paling bersejarah di masa pengaruh Hindu-Buddha (Klasik). Candi ini juga merupakan adopsi dari kata dalam bahasa sanskerta, vihara yang berarti tempat belajar mengajar dan ibadah khususnya bagi penganut agama Hindu-Buddha. Nama lain dari Candi Bahal ini sendiri adalah Candi Portibi. Portibi itu sendiri merupakan sebuah kata dalam bahasa batak yang berasal dari bahasa sanskerta atau Hindu. Candi Bahal ini terdiri dari III, yaitu

Candi Bahal I, II, dan III yang letaknya terpisah beberapa meter, Candi II berjarak kurang lebih 300 m dari Candi I dan Candi III berjarak kira-kira 100 meter dari jalan, namun harus melewati rumah penduduk dan ladang sawah terlebih dahulu. Tiga bangunan Candi yang mengandung nilai sejarah dan budaya yang tinggi. Secara relatif Candi-Candi di Padang Lawas Utara (Portibi) diperkirakan sudah berdiri sejak abad ke-11 M.

Pemerintahan Kabupaten Padang Lawas Utara harus mampu publikasi kembali Objek Wisata Candi Bahal, karena suatu strategi menjadi sangat penting bagi pengembangan sebuah organisasi/perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Komunikasi adalah suatu proses ketika seseorang atau beberapa orang, kelompok, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Jadi Strategi Komunikasi adalah perencanaan suatu komunikasi yang sifatnya mencapai satu tujuan yang sama. Namun harus di dukung oleh teori, karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah di uji kebenarannya.

Sekarang ini Candi Bahal Portibi sudah tidak banyak pengunjungnya, pada tahun 2015 Wisata Candi Bahal sangat ramai dikunjungi oleh Parawisatawan dari beberapa daerah yang berbeda-beda, Candi ini dulunya tempat penelitian yang sangat bersejarah, tetapi dengan sekarang ini Wisata Candi Bahal sudah tidak banyak pengunjungnya di karenakan begitu banyak nya Objek Wisata yang ada di Kabupaten Padang Lawas Utara namun ada juga beberapa Wisatawan yang berkunjung, Candi Bahal Portibi juga bisa dijadikan sebagai tempat photo prewedding. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara dalam Publikasi Objek Wisata Candi Bahal”.

## **B. Batasan Masalah**



Pada penelitian ini penulis ingin memberi batasan pada masalah dan memfokuskan masalah agar pembahasannya tidak melebar. Untuk itu, penulis membatasi pembahasan hanya pada bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara dalam Publikasi Objek Wisata Candi Bahal.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka dalam studi ini di arahkan untuk mencapai tujuan dengan rumusan masalah :

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintahan Kabupaten Padang Lawas Utara dalam Publikasi Objek Wisata Candi Bahal?
2. Apa ada promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Publikasi Wisata Candi Bahal?
3. Masalah apa yang sering di alami oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Publikasi Wisata Candi Bahal?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yang hendak dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi seperti apa yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Padang Lawas Utara dalam publikasi potensi Objek Wisata Candi Bahal.
2. Untuk mengetahui faktor pendorong dan faktor penghambat Pemerintahan Kabupaten Padang Lawas Utara dalam publikasi Objek Wisata Candi Bahal.

### **E. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan acuan untuk digunakan sebagai berikut :

1. Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan berguna sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan dan

sebagai bahan masukan yang dapat mendukung bagi peneliti maupun pihak lain yang tertarik dalam bidang penelitian yang sama.

## 2. Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak pemerintah daerah khususnya pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Padang Lawas Utara dengan komunikasi seperti apa publikasi kawasan Objek Wisata Candi Bahal Portibi.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Pengertian Strategi Komunikasi**

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (*strifatus* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Konsep strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi.

Strategi adalah konsep yang mengacu pada suatu jaringan yang kompleks dari pemikiran, ide-ide, pengertian yang mendalam, pengalaman, sasaran, keahlian, memori, persepsi dan harapan yang membimbing untuk menyusun suatu kerangka pemikiran umum agar kita dapat memutuskan tindakan-tindakan yang spesifik bagi tercapainya suatu tujuan.

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan atau *planning* atau manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah jalan saja tetapi harus menunjukkan taktik operasionalnya.

Strategi adalah cara-cara yang sifatnya mendasar dan fundamental yang akan dan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan berbagai sasaran dengan selalu memperhitungkan kendala lingkungannya yang pasti akan dihadapi. Strategi merupakan katalisator atau elemen dinamis pengelola yang memungkinkan sebuah organisasi dapat mencapai sasarannya.

Strategi merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang apa yang dilaksanakan guna mencapai tujuan. Strategi sering disebut sebagai siasat didalam misi, ketika strategi sudah baik maka dapat diprediksi bahwasanya hasil yang akan didapat baik juga.

## 1. Tahapan Strategi

Strategi juga memasuki beberapa tahapan dalam prosesnya, secara garis besarnya strategi memiliki tiga tahapan, yaitu sebagai berikut :

a). Perumusan Strategi Langkah pertama yang dilakukan adalah merumuskan strategi yang akan dilakukan. Sudah termasuk didalamnya pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman eksternal. Menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal dan menetapkan suatu objektivitas menghasilkan suatu strategi alternative dan memilih strategi untuk dilaksanakan. Dalam strategi juga ditemukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas, menghindari dan melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.

b). Implementasi Strategi Setelah kita merumuskan dan memilih strategi yang ditetapkan, maka langkah selanjutnya adalah melaksanakan strategi tersebut. dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi, jika tidak maka proses formulasi dan analisis hanya menjadi impian dan jauh dari kenyataan. Implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan perorganisasian sumber daya yang ditetapkan melalui penetapan suatu organisasi dan mekanisme kepemimpinan.

Menurut Jain setiap membutuhkan strategi harus menghadapi situasi berikut :

1. Sumber daya yang dimiliki terbatas.
2. Ada ketidak pastian mengenai kekuatan bersaing organisasi.
3. Komitmen terhadap sumber daya tidak dapat diubah lagi.
4. Keputusan-keputusan harus dikoordinasikan antara bagian sepanjang waktu.
5. Ada ketidak pastian mengenai pengendalian inisiatif.

Sementara defenisi strategi menurut beberapa ahli seperti yang diungkapkan oleh :

1. Chandler menyatakan bahwa “Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak lanjut serta prioritas lokasi sumber daya”.
2. Menurut Porter yang menyatakan bahwa “Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.
3. Menurut Stephanie K. Marrus yang menyatakan bahwa “Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai”.
4. Menurut Hamel dan Prahalad yang menyatakan bahwa “Strategi tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat ) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi merupakan kerangka yang fundamental pada suatu organisasi sehingga organisasi tersebut dapat menyatakan keberlangsungannya, dan pada saat bersamaan dapat bertahan dari lingkungan dan perubahan yang terjadi.(Effendy, 2003 p. 255)


Komunikasi adalah suatu aspek kehidupan manusia yang paling mendasar, penting, dan kompleks. Kehidupan sehari-hari kita sangat dipengaruhi oleh komunikasi kita sendiri dengan orang lain, bahkan oleh pesan yang berasal dari orang yang kita tidak tahu (*we can not not communication*). Karena ke-kompleks-an komunikasi, maka Little John mengatakan, komunikasi adalah sesuatu yang sulit untuk didefenisikan. Sementara itu, menurut ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia, komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain, agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. (Burhan, Bungin, 2007. Jakarta kencana).

Dalam menemukan strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Padang Lawas Utara dalam meningkatkan pengunjung, maka penulis mengambil beberapa pikiran yaitu :

1. Komunikator merupakan pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan dalam proses komunikasi. Komunikator tidak hanya berperan sebagai pengirim pesan saja, akan tetapi juga memberikan sebuah respon atau tanggapan dan menjawab dari proses komunikasi yang sedang berlangsung. Baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Adapun ruang lingkup kajian komunikator meliputi pihak internal dan pihak eksternal.
2. Pesan atau informasi merupakan keseluruhan apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan bisa berupa kata-kata, tulisan, gambaran, atau sebuah perantara lainnya. Pesan ini mempunyai inti yaitu mengarah pada usaha untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain. Inti pesan akan selalu mengarah kepada tujuan akhir komunikasi tersebut. Di kajian ini meliputi pesan kata-kata, dan pesan gambar.
3. Media merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian disini bisa berupa media massa dan media nirmassa.
4. Komunikan merupakan pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari komunikator kepada komunikan. Komunikan dapat terdiri dari satu orang atau lebih dan bisa pula dalam bentuk kelompok. Meliputi individu, kelompok, dan institusi.
5. Feedback/ Respon Feedback merupakan tanggapan yang diberikan oleh komunikan sebagai akibat penerimaan pesan dari komunikator. Dari strategi yang dilakukan diharapkan dapat memberikan pemahaman serta menghindari kesalahpahaman, sehingga pengunjung wisata Candi Bahal Portibi meningkat.

Dalam proses komunikasi yang lengkap, ada lima unsur komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dengan istilah “*Who Says What in Which Channel to Whom with What Effect*”. Kelima unsur komunikasi tersebut adalah *Who*(sumber atau komunikator), *Says What* (pesan), *in Which Channel*

(saluran/media), to *Whom* (komunikasi), with *What Effect* (efek atau dampak). Lima unsur komunikasi yang dikemukakan oleh Harold Laswell di atas akan bisa membantu para komunikator dalam menjalankan tugas komunikasinya. Dalam hal ini dapat kita lihat ayat komunikasi dalam Al-Quran surah *al-Ahzab* ayat 70.


 يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah perkataan yang benar,

Berhasil tidaknya suatu komunikasi tergantung dari kelima unsur komunikasi tersebut. Bagaimana komunikator bisa mempengaruhi komunikannya, sehingga bisa bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator, bahkan bisa merubah sikap dan perilaku dari komunikan tersebut. Namun, komunikator, pesan, dan media yang bagaimana yang akan bisa merubah sikap dan perilaku komunikan, serta perubahan yang bagaimana yang diharapkan dapat terjadi, merupakan hal yang perlu untuk diteliti.

#### 1. Pengantar

Sumber pesan berpengaruh atas susunan keterbukaanpenerima pesan daripengantar namun bukan mempengaruhi dampak pesan yang terus menerus. Berdasarkan Hovland beserta rekanya pada buku komunikasi persuasive, maka pengaruh sumber pesan yang terus menerus disebut sebagai sleeper effect.

#### 2. Pesan

Pesan jelas nyata terdapat dalam suatu sistem komunikasi, yakni cara memperoleh kebenaran. Kemudian penelitian akan berdampak sesuai pesan mediasi yang akan diperoleh oleh si penerima tersebut.

#### 3. Media

Media juga dapat menginformasikan pesan saat perubahan informasi seperti tulisan, film atau catatan dan pendapat yang masuk lewat jaringan digital yang dapat dijadikan suatu informasi.

#### 4. Penerima

Komunikasikan maupun masukan dari audien seperti penerima. Penerima bersifat andal tentang langkah suatu pesan yang akan diterima.

#### 5. Lingkungan sosial

Hubungan mempengaruhi atau dapat dipengaruhi suatu lingkungan sosial. Maka, hubungan dapat dijadikan seperti suatu cara atau kesibukan yang saling membutuhkan. ( Kelly, 1953 p. 227)

Untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Padang Lawas Utara dalam meningkatkan pengunjung Candi Bahal Portibi, maka peneliti mengemukakan kerangka pikir yang menggunakan strategi komunikasi, meliputi: komunikator, pesan, media, komunikasi, dan feedback / respon. Kerangka pikir ini peneliti gunakan supaya penelitian yang dikaji menjadi terarah juga merupakan acuan agar penelitian menjadi sistematis.

Dengan demikian strategi komunikasi adalah suatu paduan perencanaan komunikasi (*communication planing*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, Strategi Komunikasi juga harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis yang harus dilakukan. Dalam hal ini terdapat dalam surah *an-Nisa* ayat 9.

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا

اللَّهِ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya : “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”.

#### B. Defenisi Objek Wisata

Menurut (Chafid Fandeli, 2000 p. 58) dalam skripsi (Nining Yuningsih, 2005 p. 18) , Objek Wisata adalah suatu perwujudan ciptaan manusia, tata hidup,



seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi Wisatawan. Sedangkan Objek Wisata alam adalah Objek Wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya.

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati Objek dan daya tarik Wisata. Wisata juga bisa disebut sebagai gambaran atau tempat hiburan dan pengunjung dapat juga mempelajari kapasitas sumber daya alam, seperti halnya dalam keadaan alami atau sesudah adanya upaya eksploitasi (Mappi, 2001 p. 30). Wisata memiliki karakteristik-karakteristik antara lain :

1. Bersifat sementara, bahwa dalam jangka waktu pendek pelaku Wisata akan kembali ke tempat asalnya.
2. Melibatkan komponen-komponen Wisata, misalnya sarana Transportasi, Akomodasi, Restoran, Objek Wisata, Toko Cenderamata dan lain-lain.
3. Umumnya dilakukan dengan mengunjungi Objek Wisata dan atraksi Wisata.
4. Memiliki tujuan tertentu yang intinya untuk mendapatkan kesenangan.
5. Tidak untuk mencari nafkah ditempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi.
6. Kebijakan pengelolaan pariwisata

Pengelolaan pariwisata haruslah mengacu pada prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan nilai-nilai kelestarian lingkungan alam, komunitas, dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas lokal. Menurut Cox, pengelolaan pariwisata harus memperhatikan prinsip-prinsip berikut:

- a). Pembangunan dan pengembangan pariwisata haruslah didasarkan pada kearifan lokal dan special local sense yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.

- b). Preservasi, proteksi, dan peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi basis pengembangan kawasan pariwisata.
- c). Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada khasanah budaya lokal.
- d). Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal.
- e). Memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata jika terbukti memberikan manfaat positif, tetapi sebaliknya mengendalikan dan/atau menghentikan aktivitas pariwisata tersebut jika melampaui ambang batas (*carrying capacity*) lingkungan alam atau akseptabilitas sosial walaupun di sisi lain mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Menurut UN-WTO, peran pemerintah dalam menentukan kebijakan pariwisata sangat strategis dan bertanggung jawab terhadap beberapa hal berikut:

### **C. Jenis Objek Wisata**

Penggolongan jenis Objek Wisata akan terlihat dari ciri-ciri khas yang ditonjolkan oleh tiap-tiap Objek Wisata. Menurut (Mappi,2001 p. 30-33) dalam skripsi (Angga Pradikta,2013 p. 15) Objek Wisata dikelompokkan kedalam tiga jenis, yaitu :

1. Objek Wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (merapai), danau, sungai, dan lain-lain.
2. Objek Wisata budaya , misalnya : upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, dan sebagainya.
3. Objek Wisata buatan, misalnya : sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (seperti sulap), taman rekreasi, taman nasional, pusat perbelanjaan dan sebagainya.

Dalam membangun Objek Wisata tersebut harus memperhatikan keadaan sosial ekonomi masyarakat setempat, sosial budaya daerah setempat, nilai-nilai agama, adat istiadat, lingkungan hidup, dan Objek Wisata itu sendiri. Pembangunan Objek Wisata dan daya tarik dapat dilakukan oleh pemerintah,

badan usaha maupun perseorangan dengan melibatkan dan bekerjasama pihak-pihak terkait.

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang ke Pariwisata disebutkan daya tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan Wisatawan. Kata Wisatawan (tourist) menunjuk kepada orang. Secara umum Wisatawan menjadi subset atau bagian dari traveler atau visitor ( I Gede Pitana & I Ketut Surya, 2009 p. 35)

Jenis-jenis Objek Pariwisata Menurut Pendit, jenis-jenis pariwisata terdiri dari dari :

a. Wisata Budaya

Wisata budaya ini dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan melakukan kegiatan perjalanan ke tempat lain, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan, adat-istiadat mereka, cara hidup mereka, dan budaya dan seni mereka.

b. Wisata Maritim atau Bahari

Jenis Wisata ini biasanya dikaitkan oleh kegiatan olahraga air seperti danau, pantai, dan laut. Misalnya memancing, berlayar, berselancar, menyelam sambil melakukan pemotretan, dan lain sebagainya.

c. Wisata Pertanian

Wisata pertanian ini melakukan perjalanan Wisata ke perkebunan, ladang pembibitan, dan sebagainya.

d. Wisata Pilgrim

Jenis Wisata ini dikaitkan dengan agama, sejarah, adat-istiadat dan kepercayaanumat atau kelompok atau masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau pegunungan yang dianggap keramat. Wisata pilgrimini banyak di hubungkan dengan niat atau hasrat sang Wisatawan untuk memperoleh berkah dan kekayaan yang melimpah.

#### **D. Manfaat Pariwisata**

Menurut pendit, manfaat Parawisata antara lain :

1. Pariwisata adalah faktor yang penting untuk menggalang persatuan bangsa yang rakyatnya memiliki daerah yang berbeda, dialek, adat-istiadat dan citra rasa yang beraneka ragam pula.
2. Pariwisata menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi, karena kegiatannya mendorong perkembangan beberapa sektor ekonomi nasional misalnya :
  - a. Meningkatkan urbanisasi karena pertumbuhan pembangunan fasilitas Wisata. Hal ini meliputi perbaikan prasarana Pariwisata.
  - b. Mengugah industri – industri yang berkaitan dengan jasa – jasa Wisata misalnya : usaha-usaha transportasi, akomodasi, yang memerlukan perluasan beberapa industri seperti peralatan hotel, kerajinan tangan dan lain-lain.
  - c. Menambahkan permintaan dan pemakaian akan hasil-hasil pertanian semakin bertambah dan memperluas pasar barang-barang lokal.
  - d. Menunjang pendapatan negara dengan Paluta asing sehingga mengurangi defisit di dalam neraca pembayaran dan memajukan perekonomian nasional.
  - e. Memperluas lapangan kerja
  - f. Membantu pembangunan daerah-daerah terpencil dalam suatu negara jika daerah itu memiliki daya tarik pariwisata.
3. Pariwisata juga berperan dalam meningkatkan kesehatan. Pergantian tempat dan serta menjauhkan diri dari segala kehidupan rutin sehari-hari.
4. Pengunjung Wisata

Pengunjung adalah mereka yang tinggal di tujuan wisata kurang dari 24 jam. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengunjung adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada objek dan daya tarik wisata. Pengunjung pada suatu objek wisata memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan melakukan kunjungan ke suatu objek wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata sehingga dapat menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung.

Menurut Gamal Suwanto, faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengunjung yaitu sebagai berikut Dasar-Dasar Pariwisata. (Yogyakarta: ANDI,2004). Objek dan Daya Tarik wisata Dalam kedudukannya yang sangat menentukan objek dan daya tarik wisata yaitu wisata tersebut harus dirancang dan dibangun atau dikelola berdasarkan kriterianya secara professional sehingga dapat menarik minat pengunjung.

Prasarana Wisata Prasarana wisata merupakan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mutlak dibutuhkan oleh pengunjung dalam perjalanan di daerah tujuan wisata.

Sarana Wisata Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk kebutuhan pengunjung dalam menikmati perjalanan wisatanya. Tata Laksana / Infrastruktur Merupakan situasi yang mendukung sarana dan prasarana wisata, baik berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik.

Masyarakat / Lingkungan Merupakan daerah wisata yang merupakan objek dan tarik wisata akan mengundang kehadiran pengunjung. Masyarakat di sekitar objek wisata yang akan memberikan layanan yang diperlukan oleh para pengunjung.

#### 5. Bidang Pemasaran

- a. Bidang Pemasaran Pariwisata mempunyai tugas mempersiapkan permusan kebijakan teknis, fasilitasi, koordinasi, pemantauan dan evaluasi pengembangan promosi pariwisata, pengadaan sarana promosi pariwisata dan pemasaran pariwisata.
- b. Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud diatas, Bidang Pemasaran Pariwisata mempunyai fungsi:
  1. Pelaksanaan koordinasi dengan Kecamatan dan stakeholder dan lembaga-lembaga pariwisata untuk pengembangan pasar.
  2. Perumusan segmen pasar dalam dan luar negeri dan strategi pemasaran.
  3. Penyiapan bahan-bahan informasi pariwisata sebagai sarana promosi pariwisata.
  4. Pelaksanaan promosi potensi pariwisata di dalam dan luar negeri.

5. Pelaksanaan pelaporan tugas Bidang Pemasaran Pariwisata kepada kepala dinas.

6. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

6. Seksi Promosi Pariwisata

a. Seksi Promosi Pariwisata mempunyai tugas mempersiapkan pelaksanaan promosi pariwisata pada lingkup segmen pasar dalam dan luar negeri sesuai dengan kriteria dan prosedur dalam rangka pengembangan pasar pariwisata.

b. Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan Kabupaten/Kota, stakeholder dibidang bahan informasi, strategi pemasaran, prosedur dan pedoman sebagai bahan promosi pariwisata didalam dan luar negeri. Melaksanakan dan menyiapkan bahan dan melengkapi standar administratif serta dokumen-dokumen dalam pelaksanaan promosi pariwisata. Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Promosi Pariwisata. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.

7. Pengembangan Pariwisata dan Hubungan Antar Lembaga

A. Seksi Pengembangan Pariwisata dan Hubungan Antar Lembaga mempunyai tugas mempersiapkan mengumpulkan dan mengolah data bahan-bahan informasi pariwisata sebagai bahan Pengembangan pariwisata dan bahan koordinasi promosi dan pemasaran, pengkajian, analisis dan merumuskan strategi pemasaran dalam pengembangan pariwisata.

B. Uraian tugas adalah:

1. Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi bahan koordinasi dalam rangka pengumpulan, pengolahan bahan-bahan informasi pariwisata se-Kabupaten Padang Lawas Utara yang akurat dan up to date dan untuk mengkaji dan menganalisa informasi pasar dalam dan luar negeri.

2. Melaksanakan dan menyiapkan bahan-bahan informasi pariwisata sesuai dengan standar, kriteria, norma dan prosedur yang berlaku bagi segmen pasar dalam dan luar negeri.

3. Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi dengan lembaga pariwisata.
  4. Melaksanakan dan menyiapkan bahan koordinasi terpadu pengembangan pemasaran pariwisata tingkat Provinsi, Regional dan Nasional.
  5. Melaksanakan dan menyiapkan bahan menjalin dan meningkatkan koodinasi dengan lembaga-lembaga pariwisata pusat dan stakeholder dalam rangka pengembangan promosi dan pemasaran pariwisata.
  6. Melaksanakan dan menyiapkan bahan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas Seksi Pengembangan Pariwisata dan Hubungan Antar Lembaga.
  7. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan.
8. Bidang Kebudayaan
- a). Bidang Kebudayaan dipimpin oleh seorang Kepala Bidang yang mempunyai tugas pokok membantu pimpinan dalam kegiatan kebudayaan dilingkungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Padang Lawas Utara.
  - b). Uraian tugas adalah :
    1. Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pelaksanaan penggalian, pengembangan dan pelestarian nilai budaya daerah.
    2. Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pelaksanaan kegiatan kebudayaan dalam rangka peningkatan apresiasi, kualitas, kuantitas, pengayaan serta evaluasi dan seleksi nilai budaya dari atau ke mancanegara.
    3. Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pemberian bantuan dan penghargaan dalam mendorong peningkatan dan penanaman nilai kebudayaan.
    4. Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan kegiatan koordinasi dengan instansi terkait sesuai dengan bidang tugasnya.
    5. Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan petunjuk teknis dalam kegiatan kebudayaan.

6. Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan penyusunan laporan hasil – hasil yang dicapai dalam pelaksanaan tugasnya.
7. Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan serta memberikan petunjuk teknis pelaksanaan tugas kepada bawahan.
8. Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pelaksanaan tugas lain atas petunjuk pimpinan.
9. Mengkoordinasikan, membina dan merumuskan pelaksanaan tugas sub dinas.
10. Membuat laporan sesuai hasil yang telah dicapai sebagai pertanggung jawaban pelaksanaan tugas.
11. Menilai hasil kerja bawahan dengan mengisi buku catatan penilaian sebagai bahan penilaian bawahan.
12. Melakukan pembinaan kepada bawahan dengan cara lisan dan tulisan untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
13. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

## **E. Pembentukan Proses Publikasi**

### **1. Teori Pemasaran**

Cara pemasarannya yaitu terdapat beberapa kegiatan yang dapat dijadikan sebelum melakukan kegiatan pemasaran yang akan dilaksanakan. Seperti halnya dapat dikatakan suatu kemudahan untuk menyapaikan suatu informasi. Pemasaran ialah suatu kegiatan atau penyebaran berita. Sementara itu maksud dari pemberitaan diperoleh dari sebutan pemasaran yang akan dilakukan. Penentuan cara pemasarannya juga harus melalui umpan publik yang terdapat dalam tingkat awal dan memperluas berita informasi. Mengetahui kapasitas yang dimiliki suatu media massa ketika penyebarluasan berita informasi, bahwa dibutuhkan tentang spekulasi sarana atau aturan-aturan pemakaian media. Kemudian media betul-betul diperoleh dan dapat digunakan baik dan efisien pada suatu cara pemasarannya akan informasi. ( F. Rachmadi, 1992 p. 88).

Publikasi berperan sebagai sistem dimana publikasi ini yang mengolah informasi hingga sampai pada proses informasi itu dapat tersebar pada publik.



Menurut proses dari kegiatan yang dilakukan publikasi merupakan suatu kegiatan yang berat dan harus bisa dipertanggung jawabkan. Sebab dalam proses yang dilakukan publikasi ini berhubungan dengan kasus yang sedang di alami oleh publik. Sehingga pesan informasi yang di olah dan akan disampaikan itu harus-harus fakta dan mempunyai respon tanggung jawab terhadap kasus yang sedang dialami oleh instansi atau lembaga yang terkait.

Menurut Lesly publikasi ialah penyebaran pesan yang akan dirancang dan dikerjakan akan suatu keinginan spesifik suatu organisasi dan pribadi tanpa penyeteroran pada media. Suatu cara pemasaran iklan seperti adanya produksi yang mewujudkan cipta yang begitu kreatif dan menyenangkan. Maksudnya kreatifitas adalah produksi yang akan dilaksanakan untuk mencapai maksud dari organisasi tersebut. (Rosady ruslan, 1994 p. 58). (Lesly, Philip, 1992 p. 257)

Cara pemasaran bersumber pada suatu pemberitahuan yaitu akan setiap kata yang disebarkan dan dapat dipengaruhi oleh banyak orang atau masyarakat. Cara pemasaran ini bersangkut atas nilai-nilai dalam pertimbangan terhadap penduduk, seperti bagaimana respon yang akan disetujui oleh pihak yang berkepentingan saat melaksanakan informasi atau suatu masalah yang diterima.

#### a. Unsur-Unsur Publikasi

Berdasarkan definisinya terdapat unsur utama yang mempengaruhi dalam proses publikasi, diantaranya :

- 1) Adanya sumber publikasi sebagai sumber informasi, yang dimana stimuli, media, atau informan penyampaian pesan berupa informasi yang sedang terjadi baik melalui media atau seseorang sumber informan.
- 2) Adanya message yang bersifat informative, yakni terdapat sesuatu isi pesan yang disampaikan sebagai bahan informasi.
- 3) Adanya media dalam bentuk ruang-ruang fisik sebagai tempat dimana sesuatu diinformasikan atau disebarluaskan. yaitu media sebagai suatu penyalur dimana informasi itu akan diumumkan.
- 4) Adanya menejemen kegiatan atau aktivitas mulai dari perencanaan, pengorganisasian dan pengawasan atau evaluasi.

- 5) Adanya audiens, masyarakat atau khalayak umum, segmen khalayak khusus yang menjadi target penyebarluasan informasi.
- 6) Yaitu audiens sebagai sasaran untuk menerima dari hasil publikasi sehingga dapat dimengerti isi pesan dari informasi yang disebarakan.
- 7) Adanya tujuan, yaitu untuk mengetahui suatu informasi tertentu, mengubah sikap untuk setuju atau tidak setuju tentang sesuatu yang ditunjukkan dengan adanya keputusan tertentu yang untuk diikuti. (Astrid Susanto, 1986 p. 59). (Alo Liliweri, 2011 p. 460)

#### b. Fungsi Proses Publikasi

##### 1) Pure publicity (publikasi murni)

Ialah suatu proses mempublikasi diri kepada masyarakat melalui kegiatan kemanusiaan selaku bisa mewujudkan suatu hubungan masyarakat dan cultural secara murni. Maksud kegiatan dalam pemasaran ini mendorong suatu tekad dari manusia bahwa hubungan masyarakat bermanfaat bagi kepentingan fisik, kepentingan psikologi dan kepentingan sosiologis pada kehidupan penduduk.

##### 2) Free publicity (publikasi bebas)

Pemasaran yang dilaksanakan oleh individu secara independen tanpa ada pungutan uang untuk membeli suatu media. Hal tersebut bisa jadidikarenakan sebagaimana banyak media yang mempersiapkan tempat, ruangan dan waktu untuk notifikasi diri pribadi, informasi dan sebagainya. Adanya proses yang harus dilakukan dalam publikasi bebas yaitu :

- a) Saling barter informasi lewat bertukar komentar yang dapat di blokir yang terdapat di wibesite yang bersangkutan pada bidang tersebut.
- b) Mengajak beberapa wartawan media massa dan media cetak untuk meminta mencatatkan beberapa hal penting tentang suatu yang diketahui oleh narasumber.
- c) Memakai adanya rekaman video klip saat mengusulkan pada televisi atau di kirim lewat youtube.

d) Menjelaskan atau memperjelas berbagai berita singkat lewat postingan atau lewat SMS. (Alo Liliweri, 2011 p. 461)

c. Pokok-pokok dasar publikasi

1) Produksi adalah suatu pokok awal dalam publikasi. Hubungan kreativitas dari adanya publikasi ini yang terbentuk dan dapat dijadikan sebagai hal nya dalam kemampuan yang dapat mewujudkan gagasan dan diperoleh sebagai pandangan yang sangat memuaskan.

2) Variasi publikasi

Adanya rangkaian media yang mewujudkan penyebaran berita yang begitu bermacam-macam. Seperti lewat jurnal, televisi, hp, surat menyurat dan lain sebagainya.

3).Nilai

Nilai sebagai pokok awal dalam publikasi yang dapat terlihat sebagai hasil suatu yang akan di umbarkan ke media sosial. Seperti adanya informasi dimana berita yang akan di umbarkan atau dipublikasi.

3) Visibilitas

Visibilitas ini biasanya mengajukan pesan yang akan dikemukakan pada asas penilaian ( total pesan yang dikirim).

4) Memahami adanya publikasi

Dengan adanya pemahaman publikasi maka semakin besar pula seseorang memahami adanya informasi pada kalimat tersebut. Pada semua kalimat dapat dipahami, maka dari itu para penulis harus menggunakan atau memastikan secara benar-benar bisa dibaca huruf nya dengan jarak jauh.

5) Understandability

Pemahaman dari isi pesan atau berita saat dikemukakan lewat adanya berbagai macam media. Seperti perbandingan pesan yang

mesti diamati sebelum berita diumbar antara lain yaitu ringkas dapat dipahami dan jelas, tidak menggunakan kalimat-kalimat yang berlebihan, dan harus menggunakan terminologi yang tetap dipakai oleh suatu penonton.

6) Advance Dahulu/koreksi

Pada awalnya berita dipublikasikan lewat suatu arti yang disarankan. Supaya dapat diterima oleh sejenis penelitian kecil dan dapat diketahui suatu dorongan dari penerima atau keinginan yang akan di tergetkan. (Ibid, 2000 p. 463)

d. Tahapan Proses Publikasi

1) Merencanakan publikasi

Perencanaan (planning) merupakan suatu fungsi manajemen yang paling utama. Secara umum perencanaan merupakan proses penentuan tujuan organisasi (perusahaan) dan kemudian menyajikan dengan jelas strategi (program), taktik (cara melaksanakan program), dan operasi (tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan). Perencanaan adalah proses dasar manajemen untuk menentukan tujuan dan langkah-langkah yang harus dilakukan agar tujuan dapat tercapai. Berikut adalah perencanaan pada penyusunan bagaimana cara publikasi dan informasi dilakukan yaitu :

a) Penafsiran

Penafsiran ialah suatu elemen cara yang dapat mengendalikan manajemen dengan fungsi suatu perlengkapan atau perancangan yang bisa dikendalikan dan dapat diwujudkan dalam suatu aktivitas organisasi biar lebih efektif dan efisien. Cara penulisan penafsiran mempengaruhi banyak pihak, mulai dari manajemen tingkat tinggi sampai manajemen tingkat rendah. Suatu cara penafsiran terdapat beberapa tahapan cara penyusunan penafsiran yang menetapkan terget atau tujuan penafsiran,

perbaikan panafsiran dan evaluasi suatu anggaran atau dorongan dari pihak lain.

b) Kunjungan atau tujuan suatu strategi dan penyiaran yang dapat di peruntukkan atau menginformasikan ke publik adanya kejadian yang berlangsung di lingkungann sekeliling.

1. Total salinan, ialahberapa terhitung kertas yang dapat di publikasi dan dapat di cetak, maksud dari berita yang akan dipublikasikan itu sudah jelas, maksud dari umbaran beritayaitu dapat dijangkau oleh para kunjungan yang sudah ditargetkan.

2. Kesesuaian, apakah berita dapat dimuat sebagai elemen yang diumbar bermacam-macam dengan seperti hal lainnya.

3. Kemampuan manusia yang dapat di kordinasi mengenai atas tanggung jawab pada aktivitas publikasi.

4. Evaluasi : mengevaluasi sejauh mana efektivitas publikasi.

(Deddy Mulyana, 2010 p. 87)

e. Macam-macam Publikasi

- 1) Pemberitaan Bebas

Awalnya tak ada pemberitaan yang betul-betulindependen tanpa mengeluarkan dana. Ketika praktek berinteraksi itu dapat dimaksud suatu pemberitaan yang independen seperti yang diwujudkan dalam suatu hubungan kerja sama yang saling menguntungkan satu sama lain dalam sejumlah anggota dan mengikuti prinsip take and give dalam mengusahakan publisitas secara bersamaan. Pemberitaan yang independen akan terjadi dalam suatu penyelenggaraan yang membentuk suatu hubungan persatuan yang disponsori oleh media lokal. Kecuali dalam bidang pemberitaan dapat juga mempunyai ikatan hubungan tautan yang baik dalam suatu media dan disponsori. Kemudian dapat diharapkan dalam suatu arti yang bersamaan oleh beberapa pihak.

- 2) Pemberitaan Dana Rendah

Pada pemberitaan dana rendah yang di atas dapat disebut sebagai pemberitaan dana yang sederhana, yaitu seluruh berita yang terkait dalam suatu apa yang dipertunjukkan pada sehelai kertas dan dapat dicetak lalu disebarakan sebelum kegiatan beroperasi. Kemudian ada beberapa model-model pemberitaan dana rendah yaitu :

a) Pamphlet

Pamphlet adalah suatu media yang mempersingkat penyebaran berita yang terdapat didalam beberapa sebagian pokok penting dalam suatu.

b) Poster

Poster ialah suatu media tulisan dan gambar yang dapat memberikan informasi kepada khalayak ramai atau bisa juga disebut masyarakat.

c) Majalah

Majalah yaitu suatu penerbitan yang dicetak menggunakan tinta pada kertas dan diterbitkan berkala, Seperti misalnya dalam mingguan ataupun bulanan..

d) Klender

Klender ialah suatu sistem pengorganisasian dalam satuan-satuan waktu dan dapat juga disebut sebagai media cetakan yang mencantumkan adanya hari, bulan dan tahunnya.

e) Telepon

Telepon ialah media pemberitaan yang ekonomis, setelah adanya telepon sekarang ini kita dapat mudah melalui telepon seluler dan dapat mengirimkan pesan-pesan lewat SMS. (F. Rachmadi, 1992 p. 89).

## 2. Teori Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan

hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Dalam bidang pemasaran atau produk bergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasi fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar. William J. Stanton menjelaskan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan. Jadi pemasaran sebagai suatu sistem dari suatu kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan suatu barang yang akan dipromosi. Kegiatan tersebut beroperasi didalam suatu lingkungan yang dibatasi oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri maupun konsekuensisosial dari perusahaan. Pada umumnya, dalam pemasaran mampu menciptakan suatu jasa yang yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pembeli. Namun demikian, pemasaran dilakukan untuk mengembangkan, mempromosikan dan mendistribusikan program-program dan jasa yang disponsori oleh organisasi atau suatu proses sosial. (Liberty, 2005 p.5). Keputusan strategi publikasi bisa kita jadikan produk apa yang akan kita produksi, apa produksi itu layak kita rancang, apa perlu dikemas, selain itu apa yang akan kita harus gunakan untuk produksi tersebut. Ketentuan tentang produk itu harus berkaitan dalam suatu tujuan dan dapat melakukan promosi.

Dalam pemasaran ini juga, kita harus mengetahui dengan cara apa kita ingin mempromosikan nya. Seperti dengan adanya media sosial atau media cetak. Media sosial itu contohnya seperti adanya instagram, facebook, dan you tube. Dan kalo dia seperti media cetak yaitu dengan adanya poster-poster, spanduk, pamflet dan lain sebagainya.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Seperti dalam penelitian yang sudah ada untuk mendapatkan keabsahan dalam penulisan, penulis juga mencantumkan penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan rujukan sehingga nantinya hasil akhir dari penelitian ini dianggap relevan. Berikut adalah penelitian terdahulu.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti / Tahun	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan Peneliti Terdahulu Dengan Skripsi Peneliti ini
1	Abdul Aziz Saleh Siregar / 2020	Metode kualitatif	Dilihat dari hasil peneliti yang dituliskan, ada beberapa poin yang dicatatkan di dalamnya diantaranya adalah kita dapat mengetahui cara DISBUDPAR dalam mengembangkan Objek Wisata Candi Bahal.	Adapun perbedaan antarajenis karya mahasiswa USU dengan penelitian yang akan penulis buat terletak pada fokus publikasi nya. Penelitian terdahulu ini fokus pada bagaimana cara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam



				publikasi Objek Wisata Candi Bahal Portibi, yang akan peneliti buat brfokus pada publikasi nya.
2	Putri Almayani / 2020	Metode kualitatif	Dilihat dari hasil penelitian yang dituliskan, ada beberapa hasil poin yang dicatatkan di dalamnya, diantaranya adalah yang mengandung pendidikan budi pekerti. Yang kedua dapat kita ketahui naik turunnya jumlah pengunjung Wisata Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar	Adapun perbedaan antara jenis karya mahasiswa UIN SUSKA RIAU dengan penelitian yang akan penulis buat terletak pada Strategi Komunikasi nya. Yang sering digunakan dalam kajian ilmu komunikasi yaitu dengan menggunakan teori dari Sofjan Assuari.

3	Mia Dwi Lufyani / 2020	Metode kualitatif	Dilihat dari hasil peneliti yang dituliskan, ada beberapa poin yang dicatatkan di dalamnya diantaranya adalah kita dapat mengetahui cara DISBUDPAR mempromosikan Wisata Candi Borobudur.	Adapun perbedaan antara jenis karya mahasiswa IAIN Ponegoro dengan penelitian yang akan penulis buat terletak pada fokus promosi nya.
4	Kobul Harahap / 2019	Metode penelitian kualitatif	Dilihat dari hasil penelitian yang dituliskan, ada beberapa poin hasil yang dicatatkan di dalamnya. Di antaranya adalah terdapat bagaimana pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dengan adanya Objek Wisata Candi Prambanan.	Adapun perbedaan antara jenis karya mahasiswa UINSU Medan dengan penelitian yang akan penulis buat jelas tampak pada bagian pengembangan.

5	Suanti Tunggala / 2019	Metode penelitian kualitatif	Dilihat dari hasil penelitian yang dituliskan, ada beberapa poin hasil yang di catatkan di dalamnya yang terdapat pada pemasaran nya.	Adapun perbedaan antara jenis karya mahasiswa IAIN Walisongo ini dengan penelitian yang akan penulis buat jelas tampak pada bagian pemasaran. Penelitian ini fokus bagaimana cara pemasaran suatu Objek Wisata.
---	------------------------------	------------------------------------	---	--

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menggambarkan, menjelaskan atau yang dapat digambarkan melalui pendekatan deskriptif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mendapatkan uraian mendalam tentang ucapan, tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat maupun organisasi tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh dan menyeluruh. (Lexy J Moleong, 2000 p. 105)

#### **B. Lokasi Penelitian dan Waktu penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Candi BahalPortibi Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara. Untuk dapat menuju ke lokasi penelitian ini dapat menggunakan jalur darat antara lain dengan transportasi sepeda motor atau angkot dengan satu kali naik angkot dari rumah ke Candi Portibi tersebut. Jarak tempuh dari Kabupaten ke lokasi penelitian ini kurang lebih 15km, sedangkan jarak tempuh dari Kecamatan ke lokasi penelitian kurang lebih 15km.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini direncanakan dari bulan Juli sampai dengan bulan Oktober di Candi PortibiKecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara, berikut tabel rencana pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Waktu Penelitian**

Jenis Kegiatan	Juli				Agustus				September				Oktober			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Mengumpulkan bahan proposal																
Membuat daftar pertanyaan																
Jadwal Melakukan wawancara																
Menentukan informan yang tepat																
Mengumpulkan alat pendukung																
Observasi dan wawancara																
Menganalisis data																
Menyusun laporan																
Menyelesaikan hasil dari semua kegiatan																

### C. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini terbagi dua yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data sangat ditentukan oleh metodologi riset kualitatif adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Sumber data primer yaitu data pokok atau utama yang diperoleh dari Objek penelitian berupa informasi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Padang Lawas Utara
  2. sumber data sekunder adalah hasil dokumentasi, observasi dan wawancara yang diambil dari pengembangan Objek Wisata Candi Bahal Portibi. Objek penelitian ini adalah para informan yang dianggap memiliki pengetahuan yang terkait dengan Objek Wisata yang diteliti yakni Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintahan Kabupaten Padang Lawas Utara dalam publikasi Objek Wisata Candi Bahal Portibi.
- a. Sumber data primer yaitu :
1. Nama : Eva Sartika Siregar, SH, M.Kn  
Umur : 38 Tahun  
Jabatan : Kepala Dinas Pariwisata Paluta
  2. Nama : Iskandar Siregar S.H  
Umur : 46 Tahun  
Jabatan : Kepala Bidang Kebudayaan Pariwisata
  3. Nama : Jomson Siregar S. Pd, M. Si  
Umur : 43 Tahun  
Jabatan : Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata
- b. Sumber data sekunder yaitu :
4. Nama : DR. H. Haddad Ulum Harahap M. A  
Umur : 58 Tahun  
Jabatan : Kepala Kementrian Agama Paluta
  5. Nama : Ahmad Nazri Adalani Siregar S. Pd  
Umur : 27 Tahun  
Jabatan : Ketua Tokoh Pemuda
  6. Nama : Siti Nurmala Harahap S. Pd  
Umur : 25 Tahun  
Jabatan : Bagian Kehumusan Paluta

7. Nama : Jurmiyati Simamora  
 Umur : 22 Tahun  
 Jabatan : Masyarakat Desa Portibi

**Tabel 3.2**  
**Sumber Data Penelitian**

<b>NO</b>	<b>Informasi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Informasi yang di butuhkan</b>
1	Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	1	Data-data terkait dengan judul penelitian tentang Strategi Komunikasi Pemerintahan Kabupaten Paluta Dalam Publikasi Obek Wisata candi Bahal Portibi
2	Kapala Bidang Pemasaran Pariwisata	1	Straregi Promosi yang dilakukan oleh dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam meningkatkan kunjungan Objek Wisata Candi Bahal Portibi dan produk pariwisata
3	Kepala Bidang Kebudayaan	1	Informasi yang terkait dengan publikasi / pengelolaan pengembangan Objek Wisata Candi Bahal Portibi
	Kepala Kementrian Agama	1	Informasi terkait

4			dibangunnya Candi Bahal Portibi
5	Staf Bagian Kehumasan	1	Informasi tentang adanya Objek Wisata Candi Bahal Portibi
6	Tokoh Pemuda	1	Keuntungan bagi pemuda di bangun nya Candi Bahal Portibi
7	Masyarakat yang tinggal disekitar Objek Wisata Candi Bahal Portibi	1	Informasi yang membantu memperkuat data dan informasi yang terdapat di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
7			

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi, adalah pengamatan, pengelihatn, memperhatikan, atau kegiatan memperhatikan sesuatu secara langsung dan akurat, dengan mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antara aspek-aspek dalam fenomena tersebut. Pada penelitian ini saya mengobservasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintahan Kabupaten Padang Lawas Utara dan mengobservasi lokasi yang bertempat di Kecamatan Portibi
2. Wawancara, adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab secara tatap muka antara pewawancara dan yang di wawancarai tentang masalah yang diteliti. Wawancara yang saya lakukan terhadap informan penelitian. Wawancara dengan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, kepala bidang pemasaran, kepala bidang kebudayaan,



kementrian agama, bagian kehumasan, tokoh pemuda dan masyarakat Desa Portibi.

3. Dokumentasi, yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berbentuk file, foto, tulisan, buku, surat, gambar, dan dokumen yang diberikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, maka datanya dipaparkan dengan cara deskriptif. Setelah semua yang dibutuhkan terkumpul, maka selanjutnya penulis melakukan analisa terhadap data-data tersebut. Untuk proses analisa data maka penganalisaan dilakukan dengan analisa domain (*domain analysis*) maksudnya adalah penelitiannya di target untuk memperoleh gambaran seutuhnya dari Objek yang diteliti tanpa harus merinci secara detail unsur-unsur yang ada dalam keutuhan objek yang diteliti.

Menurut Miles dan Huberman seperti yang dikutip oleh Ulber, kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang dilakukan secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. (Ulber Silalahi, 2009 p. 339)

1. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian, pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis di lapangan.
2. Penyajian data yaitu sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
3. Menarik kesimpulan/verifikasi.

#### **F. Uji Keabsahan Data**

Dalam memeriksa keabsahan data, bisa dilakukan dengan memakai tehnik triangulasi. Triangulasi merupakan tehnik pemeriksaan kabsahan data yang memanfaatkan diluar data demi kebutuhan pengecekan atau pembanding terhadap

data. Peneliti menggunakan metode triangulasi yang dapat memperkuat penafsiran validasi tersebut.

Adapun teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. (Burhan, Bungin, 2007 p. 265).Burhan Bunginmenjelaskan bahwa hal ini dapat dicapai dengan cara yaitu:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan persepektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi dan pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

**BAB IV**  
**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PUBLIKASI WISATA CANDI**  
**BAHAL**

**A. Lokasi Penelitian**



**Gambar 4.1**

**Halaman Depan Komplek Candi Bahal**

Sumber : Foto pribadi



**Gambar 4.2**

**Candi Bahal**

Sumber : Foto pribadi

Candi ini dulunya memiliki dataran yang subur dengan sawah yang menghijau, sehingga daerah itu dikelilingi banyak sungai dan juga dikelilingi oleh gunung-gunung yang tinggi. Dulunya Candi ini disebut sebuah Negeri yang bernama Panai. Rumah penduduk disekitar Negeri Panai dibangun berjajar rapi sehingga masyarakat dapat beraktivitas sesuai dengan tugas dan kewajibannya masing-masing. Dapat kita lihat pula anak-anak bermain dengan gembira di halaman mereka. Di sela gunung-gunung yang tinggi terdapat sumber air yang sangat penting untuk kehidupan di Negeri Panai, sumber air tersebut bernama sungai Batang Pane.

Sungai Batang Pane sangat besar manfaatnya bagi masyarakat Negeri Panai, selain digunakan untuk mengairi sawah dan mencari ikan, sungai Batang Pane juga digunakan sebagai sarana transportasi pada masa itu. Bukan hanya masyarakat Negeri Panai yang menggunakan sungai Batang Pane sebagai jalur transportasi tetapi juga digunakan oleh orang asing yang berkunjung ke Negeri Panai. Orang-orang asing yang datang ke Negeri Panai bukan hanya berasal dari Pulau Sumatera tetapi juga dari luar pulau seperti Jawa, Arab, India, dan Tiongkok, hal ini menunjukkan bahwa pada masa itu berbagai suku bangsa telah hidup berdampingan dengan damai di Negeri Panai. Bukan sekedar berkunjung, sebagian orang asing itu juga tinggal di Negeri Panai.

Mereka berbaur dengan masyarakat sekitar, mereka juga datang ke Negeri Panai untuk berdagang. Barang dagangan mereka antara lain barang-barang kaca, manik-manik, perhiasaan, gerabah, keramik, dan sebagainya. Selain berdagang, orang asing itu membeli hasil bumi, hasil tambang, dan hasil hutan masyarakat Negeri Panai seperti emas, kemenyan, dan kapur (kamper) untuk dijual di Negeri mereka. Masyarakat yang tinggal didataran rendah menggantungkan dari hasil sawah, kebun, dan perdagangan.

Namun ada pula masyarakat yang tinggal di pegunungan yang hidup dari berladang, dan mencari hasil hutan untuk dijual dipasar. Masyarakat Negeri Panai membuat wadah gerabah, alat logam, dan kayu untuk bertani. Mereka juga menggunakan alat-alat tersebut untuk keperluan sehari-hari, di Negeri Panai tersebut tampak bangunan megah yang menjulang tinggi yang berdekatan dengan

aliran sungai Batang Pane berwarna kemerahan dan ada tiga bangunan besar di Negeri Panai di lokasi yang berdekatan, yaitu Candi Bahal I, II, dan III.

Pada masa itu, Candi-Candi tersebut didirikan sebagai tempat ibadah masyarakat Negeri Panai yang beragama Hindu-Buddha, Candi-Candi tersebut dibangun masyarakat Negeri Panai secara bergotong royong dengan di tangani oleh seorang arsitek, yaitu seorang pemuka agama Hindu-Buddha. Saat ini Candi Bahal I, II dan III terletak di Desa Bahal, Kecamatan Portibi, Kabupaten Padang Lawas Utara, Provinsi Sumatera Utara. Di sekitar Candi Bahal I, II, dan III, masih terdapat banyak Candi-Candi lain yang lebih kecil.

Candi Bahal I merupakan salah satu dari tiga bangunan besar tinggalan masa Hindu-Buddha di wilayah Negeri Panai, dua Candi besar selain Candi Bahal I, yaitu Candi sangkilon dan Candi sipamutung yang terletak lebih ke Selatan. Candi Bahal I dibatasi oleh pagar tebal berbentuk persegi yang terbuat dari bata merah dengan apura pintu masuk di sebelah Timur. Di dalam pagar pembatas terdapat tiga bangunan kecil dan satu bangunan besar yang juga terbuat dari bata. Bangunan besar itu disebut Candi induk. Bangunan persegi yang ada di depannya disebut mandapa, dan bangunan kecil yang ada disamping bangunan tinggi itu disebut Candi Perwara.

Dibagian kaki Candi induk dikelilingi oleh ukiran singa. Singa pada waktu itu dianggap sebagai penjaga bangunan tersebut, pada bagian pipi tangga Candi induk terdapat ukiran raksasa menari. Disebelah tenggara tampak sebuah bangunan bata yang mirip dengan Candi bahal I tetapi ukurannya lebih kecil, itulah Candi Bahal II. Candi Bahal II terdiri dari dua tingkat dengan atap berbentuk persegi delapan, yang dikelilingi oleh pagar bata berbentuk persegi. Disebelah Timur Candi Bahal II, terdapat satu bangunan lagi yang disebut sebagai Candi Bahal III, Candi Bahal III juga terdiri dari dua tingkat dengan atap berbentuk persegi empat, dan dikelilingi pagar bata berbentuk persegi.

Negeri Panai ini didiami oleh masyarakat pada sekitar abad 11 sampai 14 Masehi. Itu berarti sekitar tahun 1000-1300. Kalau dipertimbangkan pada tahun 2021 ini berarti bangunan-bangunan itu sudah bertahan sekitar 700-1000 tahun yang lalu.

Dulunya nama Panai itu berasal dari sebuah batu bertulis yang sekarang ini disimpan di Museum Negeri Provinsi Sumatra Utara, batu bertulis yang disebut sebagai prasasti yang dulunya ditemukan disekitar Candi Bahal satu. Pada batu tertulis atau prasasti tersebut menceritakan sebuah Negeri yang disebut sebagai Negeri Panai.

Candi ini dulunya dibangun tanpa semen, tepatnya menggunakan sistem kosot. Sistem kosod maksudnya itu menggosongkan dua buah bata dalam kondisi basah, maka tanah liat pada bata itulah yang membuatnya bisa menempel. Hal itu juga membuktikan bahwa orang-orang dulu mengenal teknologi yang mampu bertahan hingga saat ini. Maka dari itu Objek Wisata ini terletak di Desa Bahal, Kecamatan Portibi, Kabupaten Padang Lawas Utara, Provinsi Sumatra Utara.

Candi Bahal terletak di Desa Bahal, Kecamatan Portibi, Kabupaten Padang Lawas Utara, Provinsi Sumatera Utara. Kabupaten Padang Lawas Utara memiliki ibu kota Kabupaten yaitu Gunung Tua, jarak antara Desa Bahal dengan Kota Gunung Tua sekitar 15 km kearah tenggara tenggara dan sekitar 400 km dari ibu kota provinsi Sumatera Utara Kota Medan. Secara deografis Padang Lawas Utara terletak pada 1°13'50" dan 100°19'10" Bujur Timur. Secara administratif, sebelah Utara : berbatasan dengan Kecamatan Nagasaribu, Kecamatan Bila Hulu, Kecamatan Sungai Kanan, Kecamatan Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Sebelah Timur: Berbatasan dengan Kabupaten Rokan Hilir dan Kabupaten Rokan Hulu Propinsi Riau. Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kecamatan Huristak, Kecamatan Sosopan Kabupaten Padang Lawas Utara. Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kecamatan Batang Angkola, Kecamatan Padang Sidempuan Timur, Kecamatan Sipirok, Kecamatan Arse, Kecamatan Saipar Dolok Hole, Kecamatan Aek Bilah Kabupaten Tapanuli Selatan.

Secara geografis daerah Kabupaten Padang Lawas Utara berdasarkan Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2007 tentang pembentukan Kabupaten Padang Lawas Utara di Provinsi Sumatera Utara memiliki luas 391.805 yang terdiri dari 8 Kecamatan yang kemudian dimekarkan menjadi 9 Kecamatan pada tahun 2008, 388 Desa dan 2 Kelurahan pada dasarnya selain potensial sebagai daerah pertanian, peternakan dan perkebunan juga sangat prospektif untuk dikembangkan

sebagai daerah transit dan jasa perdagangan khususnya hasil pertanian dan perkebunan karena posisi strateginya berada pada jalur lintas Sumatera. Potensi ini sangat penting sehingga perlu dibuat terobosan peningkatan kualitas dan kuantitas produk pertanian.

## **B. Profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Padang Lawas Utara**



**Gambar 4.3**

### **Dinas Pariwisata Paluta**

Sumber : Foto pribadi

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dipimpin oleh Ibu Eva Sartika Siregar, SH., M.Kn. Yang membawahi beberapa bagian diantaranya sekretaris, seksi promosi pariwisata, bagian keuangan, bagian umum dan kepegawaian, bidang sarana dan prasarana pengembangan objek wisata, bidang pemasaran dan pariwisata.

#### **1. Kepala Dinas**

Tugas Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Padang Lawas Utara adalah sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan urusan pemerintahan dibidang sarana prasarana dan pengembangan Objek Wisata, pemasaran Pariwisata, kebudayaan, kesenian dan industri perfilman.
  - b. Menyusun kebijakan di bidang sarana prasarana dan pengembangan Objek Wisata, pemasaran Pariwisata, kebudayaan, keseniandan industri perfilman mengacu pada kebijakan provinsi dan/ atau nasional.
  - c. Menyusun perencanaan di bidang sarana prasarana dan pengembangan Objek Wisata, pemasaran Pariwisata, kebudayaan, kesenian dan industri perfilman.
  - d. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan bupati sesuai tugas dan fungsinya.
2. Sekretaris
- Sekretaris mempunyai tugas :
- a. Memberikan pelayanan administrasi dan membantu Kepala Dinas dalam melaksanakan tugas di bidang sarana prasarana dan mempublikasikan Objek Wisata, pemasaran Wisata, kebudayan, kesenian dan industri perfilman.
  - b. Menyusun rencana program / kegiatan dan petunjuk teknis di bidang umum dan kepegawaian, keuangan serta program.
  - c. Mengorganisir pelaksanaan program / kegiatan di bidang umum dan kepegawaian, keuangan serta program.
  - d. Mengkoordinir dan melakukan pengawasan pelaksanaan program / kegiatan dilingkungan dinas.
3. Bagian Keuangan
- Bagian keuangan mempunyai tugas :
- a. Melaksanakan penatausahaan dinas.
  - b. Menyusun bahan, data dan informasi pengelolaan keuangan sebagai bahan laporan pertanggung jawaban keuangan dinas.
  - c. Membuat pengajuan SPP.
  - d. Melaksanakan pengurusan penggajian pegawai di lingkungan dinas.



#### 4. Bagian Umum dan Kepegawaian

Bagian Umum dan Kepegawaian mempunyai tugas :

- a. Melaksanakan pengelolaan surat menyurat, dokumentasi, rumah tangga, perlengkapan dan peralatan kantor, kearsipan dan keputusan.
- b. Melaksanakan pembinaan dan penerapan disiplin PNS di lingkungan dinas.
- c. Melaksanakan dan menerbitkan daftar hadir pegawai di lingkungan dinas.
- d. Membuat laporan ketidak hadiran dan pelanggaran disiplin yang dilakukan oleh PNS di lingkungan dinas kepada sekretaris.

#### 5. Bidang Sarana Prasarana dan Pengembangan Objek Wisata

Bidang Sarana Prasarana dan Pengembangan Objek Wisata mempunyai tugas :

- a. Melaksanakan sebagian tugas Dinas di bidang sarana prasarana dan publikasi Objek wisata.
- b. Menyusun dan menetapkan kebijakan teknis di bidang sarana prasarana dan publikasi Objek Wisata.
- c. Merencanakan dan menyusun program dan kegiatan tahunan di bidang sarana prasarana dan publikasi Objek Wisata.
- d. Merencanakan dan menyelenggarakan urusan pemerintah di bidang sarana prasarana dan publikasi Objek Wisata.

#### 6. Bidang Pemasaran Pariwisata

Bidang Pemasaran Pariwisata mempunyai tugas :

- a. Merencanakan dan menyelenggarakan urusan pemerintah di bidang pemasaran Pariwisata.
- b. Mengorganisir pelaksanaan sistem pemasaran dan pengembangan sumber daya yang bergerak dalam sektor Pariwisata.
- c. Meningkatkan hubungan kerja sama dengan pengusaha maupun lembaga yang terkait dalam pengembangan dan peningkatan Wisatawan.

- d. Mengorganisir pelaksanaan monitoring dan pengawasan terhadap sistem pemasaran objek dan produk Pariwisata.

#### 7. Seksi Promosi Pariwisata

Seksi Promosi Pariwisata mempunyai tugas :

- a. Menyiapkan bahan penyusunan dan pelaksanaan pedoman perencanaan pemasaran skala daerah.
- b. Menyiapkan bahan penyusunan dan pelaksanaan pedoman partisipasi dan penyelenggaraan pameran / event budaya dan Pariwisata skala daerah.
- c. Menyiapkan pelaksanaan event promosi produk Pariwisata di luar Negeri dengan koordinasi Pemerintah dan Provinsi.
- d. Menyiapkan pelaksanaan pembentukan perwakilan kantor promosi Pariwisata di dalam Negeri skala daerah.

Dalam hal ini terdapat ayat tentang Kebudayaan dalam Al-Quran surah *al-Hujurat* ayat 13.

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ

لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya : “ Hai manusia, Sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal”.

### C. Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Paluta dalam Publikasi Wisata Candi Bahal

Pembangunan dan pengembangan serta Publikasi Objek Wisata Candi Bahal sebagai destinasi Wisata diharapkan dapat meningkatkan kunjungan Wisatawan dan sebagai penggerak dalam meningkatkan ekonomi masyarakat.

Dalam Publikasi sehingga Wisata Candi Bahal dapat dikenal oleh masyarakat luas, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menggunakan Strategi Komunikasi melalui beberapa media Publikasi online diantaranya instagram, youtube dan facebook. Serta bekerjasama dengan anak-anak muda lokal yang aktif mempromosikan Wisata di Padang Lawas Utara serta beberapa media televisi nasional seperti TV One dengan menerbitkan salah satu film dengan judul palakka boru. Selain itu Publikasi menggunakan media cetak juga dilakukan seperti dengan menggunakan poster-poster dan spanduk.

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Padang Lawas Utara Ibu Eva Sartika Siregar, yang mengatakan :

*“kami dari Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mempromosikan Wisata dan budaya, kita menggunakan media sosial kita, yang pertama ada instagram, ada You Tube, dan Facebook. Dan kita juga memerankan anak-anak komunitas, pemuda-pemuda yang ada di Kabupaten Padang Lawas Utara, salah satu nya seperti ekspor Paluta, ekspor sipiongot, mpma dan seperti itu. Anak-anak komunitas yang memang terjun di dunia Wisata, jadi dia bisa kaitannya dengan budaya yang bisa dijadikan Wisata dan begitu juga dengan media dan wartawan-wartawan yang di Kabupaten Padang Lawas Utara dan begitu juga wartawan yang dari luar, begitu juga dengan tv-tv contoh nya setiap ada kegiatan selalu menggunakan mereka untuk mempromosikannya, yang terakhir kita juga bekerja sama dengan tv one untuk mempromosikan film kita yaitu palakka boru. Selain itu kita juga menggunakan media cetak seperti buku, benner, spanduk dan poster-poster.”(wawancara tanggal 13/09/2021).*

Jadi hasil wawancara saya dengan kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Paluta yaitu untuk mempromosikan suatu Wisata dan Budaya dengan cara menggunakan media sosial. Seperti adanya You Tube, Facebook, Twitter dan Instagram. Bukan hanya itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Paluta juga bekerja sama dengan tv one.



**Gambar 4.4**

**Foto saat wawancara dengan kadis Paluta, kabid pemasaran dan kabid kebudayaan**

#### **D. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemerintahan Kabupaten Padang Lawas Utara dalam Publikasi Wisata Candi Bahal**

Dalam mempublikasikan Objek Wisata Candi Bahal Portibi, kepala bidang pemasaran Pariwisata juga dapat mempromosikan Wisata dengan cara media cetak. Seperti, adanya pamflet, poster, spanduk dan lain sebagainya. Selain itu, banyaknya Objek Wisata di Kabupaten Padang Lawas Utara menjadikan daya tarik tersendiri sehingga selain mengunjungi Candi Bahal Portibi, Wisatawan juga dapat berkunjung ke beberapa Wisata di Paluta seperti air terjun dan beberapa Desa yang memiliki pemandangan yang indah.

Adapun beberapa faktor penghambat dalam publikasi Candi Bahal yaitu kurangnya anggaran serta kurangnya sadar Wisata masyarakat setempat dalam mempromosikan Wisata Candi Bahal.

Dalam wawancara dengan Kepala Bidang Kebudayaan dan Pariwisata Paluta oleh Bapak Iskandar Siregarmengatakan :

*“kalo faktor pendukung nya itu memang banyak potensi yang bisa kita angkat di daerah Padang Lawas Utara ini, potensi-potensi untuk*

*Wisata ya baik dari cagar budayanya dan juga potensi alam, seperti air terjun, pemandangan yang banyak di Kabupaten Padang Lawas Utara ini. Bukan hanya Wisata juga tapi budaya kita juga bisa kita jadikan Wisata juga, seperti adat istiadat nya jadi bisa penarik lah untuk daerah lain untuk berkunjung ke Padang Lawas Utara. Selain itu kan faktor pendukung nya itu sudah dijadikan sebagai tempat ibadah untuk agama Hindu-Buddha, dan Candi itu sudah bersifat nasional karena status nya status nasional untuk Candi tersebut. Jadi setiap hari raya waisak agama-agama Hindu-Buddha mereka pasti datang setahun sekali kemari untuk melakukan ibadah. Kalo faktor penghambat yaitu dari kurangnya anggaran itu yang pertama, jadi kurang mendukung untuk pengembangan. Jadi perencanaan kita ada tapi untuk eksekusi pembangunan kita belum ada, baru yang kedua masih kurangnya sadar wisata masyarakat kita untuk melestarikan tempat-tempat Wisata yang ada di daerah Padang Lawas Utara, dan yang ketiga kurang terlibatnya bisa dikatakan dalihan natolunya juga kurang dilibatkan dan juga anak-anak muda yang ada di daerah kita ini.”(wawancara tanggal 14/09/2021).*

Dalam hasil wawancara saya dengan Bapak Iskandar Siregar selaku Kepala Bidang Kebudayaan dan Pariwisata Paluta yaitu faktor pendukungnya itu memang banyak yang bisa dijadikan sebagai potensi alam. Seperti, adanya air terjun dan pemandangan yang ada di Kabupaten Padang Lawas Utara. Bukan hanya itu Wisata Candi Bahal juga bisa dijadikan sebagai tempat ibadah untuk agama Hindu-Buddha. Kalo masalah faktor penghambat itu kurangnya anggaran, sehingga kurang mendukung untuk dikembangkan.

Bagian dari promosi ini biasanya membahas tentang bagaimana cara suatu Pariwisata mempromosikan suatu barang atau jasa yang akan di promosikan. Dalam hal ada ayat tentang adanya promosi yaitu.

Sesuai dengan hasil wawancara dengan kepala bidang pemasaran pariwisata yaitu Bapak Jomson Siregar, mengatakan :

*“Dalam melakukan promosi itu yang pertama kita membuat anggaran atau lokasi anggaran untuk membuat media cetak, selain dari pada itu setiap kegiatan kita juga melibatkan baik poster nya, spanduk-spanduknya itu kita tempelkan Candi Bahal Portibi itu. Jadi sekarang setiap kegiatan itu juga Candi Bahal selalu dijadikan ikon daerah kita atau bisa juga disebut sebagai ciri khas Padang Lawas Utara. Di SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) lain itu juga sudah menjadi latar belakang mereka dan itu sudah menjadi lambang nya dinas Pariwisata selain lambang nya Pemkab (Pemerintahan Kabupaten), jadi sebelah kiri dia*

*Pemerintahan kabupaten sebelah kanan itu logo nya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Padang Lawas Utara yang gambar nya Candi. Selain dari pada itu kalo ada acara dari Pemda (Pemerintahan Daerah) jadi orang itu kan pmdisi dasar, jadi kita akan ke candi dengan ada acara komunitas-komunitas lain dan saling mendukung untuk mempromosikan karena ada disitu keterlibatan nya untuk penambang PAD (Pendapatan Asli Daerah), jadi kita Dinas Kebudayaan dan Pariwisata ada target yang harus memang di kejar dengan PAD nya yang sudah di tetapkan dari atasan. Dalam hari-hari besar dan hari-hari libur biasanya pengunjung itu ramai tetapi setelah masa pandemic ini itu sangat sunyi, kalo dia pas lagi ramai itu pada pas lebaran, tahun baru, tanggal-tanggal merah, pengunjung itu naik sampai lima kali lipat dari hari-hari biasa.”(wawanacar 15/09/2021).*

Hasil wawancara saya dengan Bapak Jomson Siregar selaku Kepala Bidang Pemasaran Kebudayaan dan Pariwisata, dalam melakukan suatu promosi yang pertama itu membuat suatu anggaran atau lokasi anggaran untuk membuat media cetak seperti poster, spanduk yang biasa nya ditempelkan gambar Candi Bahal. Maka dari itu setiap ada kegiatan gambar Candi Bahal selalu jadi icon atau ciri khas Padang Lawas Utara.

Candi memang salah satu tempat Wisata, dan Candi juga dijadikan sebagai tempat beribadah oleh agama Buddha-Hindu. Setiap agama pasti berbeda-beda tempat ibadah nya seperti islam ber ibadah ke mesjid, kristen ber ibadah ke gereja, dan begitu juga agama-agama lain.

Dalam hasil wawancara saya dengan Bapak DR. H. Haddad Ulum Harahap yaitu mengatakan :

*“Bahwa Candi itu memiliki sejarah, bukan kita yang membangun tapi itu peradaban yang dulunya pada abad ke 11 jadi dulu agama Buddha-Hindu ini lah yang membangun di daerah Kabupaten Padang Lawas Utara jauh pun sebelum nya Candi ini sudah ada. Kalo agama Buddha-Hindu ini kan dimana mereka berdiri atau diamana orang itu tinggal setelah mereka mendapatkan hasil mereka memberikan sembal yang buat mereka. Jadi apa yang didapat mereka, mereka akan bangun ibadah disitu, jadi begitu lah agama Buddha-Hindu. Maka nya kemarin pertukaran hasilnya dulu di Padang Lawas Utara ini kan banyak sekali dulu getah-getah apa itu dan pertukaran nya itu seperti kopi, udah selesai mereka dapat mereka pergi lagi dan beranjak ke tempat lain.” (wawancara tanggal 16/09/2021).*

Dalam hasil wawancara saya dengan Bapak Kemenag Paluta bahwa sanya Wisata Candi Bahal itu bisa dijadikan juga sebagai tempat ibadah oleh

agama Hindu-Buddha. Memang bukan hanya Wisata Candi Bahal yang ada di Padang Lawas Utara, tetapi Candi Bahal Padang Lawas Utara lah yang bisa dijadikan tempat ibadah agama Hindu-Buddha.

Pada dulunya Candi Portibi merupakan bagian dari Candi-Candi yang ada di Kabupaten Padang Lawas Utara, tetapi tidak diketahui apakah Candi Bahal merupakan Candi Buddha atau Candi Hindu. Akan tetapi Candi Bahal I yang mirip dengan bentuk atap Candi Mahligai di Muara Takus (Riau). Masyarakat disekitarnya juga dapat mencari nafkah, seperti adanya yang berjualan di pinggir-pinggir pagar Candi bukan hanya itu dari beberapa sekolah pun datang untuk berkunjung ke Candi Portibi dengan tujuan penelitian dari sekolah.

Dalam hal ini saya mewawancarai bagian kehumasan yaitu dengan Ibu Siti Nurmala Harahap, mengatakan :

*“Dalam segi internal nya itu pasti ada, yang pertama adanya wangi yang kurang sedap di dalam ruangan bagian atas Candi Bahal Portibi, yang kedua kurang adanya sisi menarik selain candi untuk dikunjungi Wisatawan yang membuat pengunjung cepat bosan. Dari segi eksternal nya juga ada yaitu, perkembangan Objek Wisata selain Candi Bahal yang menarik. Seperti adanya Objek Wisata AEK SIJORNI dan KANTOR BUPATI dan begitu juga dengan adanya mesjid SYAHRUN NUR yang terletak di TAPSEL.”* (wawancara tanggal 17/09/2021).

Dalam hasil wawancara saya yaitu dari segi internal yang pertama adanya wangi yang kurang sedap didalam ruangan bagian atas Candi Bahal sehingga pengunjung tidak nyaman dengan hal tersebut. Dari segi eksternal seperti adanya Objek Wisata AEK SIJORNI dan mesjid SYAHRUN NUR yang terletak di TAPSEL.

Dikalangan Masyarakat sekarang ini pemuda / pemudi sudah tidak begitu banyak untuk mengunjungi Wisata. Bisa kita lihat pemuda-pemuda sekarang sudah kecanduan dengan adanya game online sehingga lupa dengan adanya Wisata di daerah Kabupaten Padang Lawas Utara.

Dalam hal itu saya mewawancarai tokoh pemuda yaitu dengan saudara Ahmad Nazri Adalani, mengatakan :

*“Dari segi pendidikan khususnya masyarakat pemuda bisa mempelajari dan mengetahui bahwa adanya komunitas agama Hindu-Buddha yang pernah berdiri di Korps BumiBalakka Raya Kabupaten Padang Lawas Utara. Dari segi ekonomis dapat membantu masyarakat Padang Lawas Utara khususnya sekitar wilayah Candi Bahal Portibi dalam mengembangkan perekonomian setempat. Dan dari segi toleransi masyarakat Padang Lawas Utara yang mayoritas beragama islam menunjukkan adanya toleransi yang nyata dengan merawat dan mengembangkan Objek Wisata dan budaya agama Hindu-Buddha menjadikannya boleh di kunjungi oleh semua komunitas agama.”* (wawancara tanggal 18/09/2021).

Hasil wawancara yang saya dapat dari tokoh pemuda yaitu pemuda / pemudi sekarang ini sudah tidak peduli lagi dengan adanya Objek Wisata, sehingga mereka lupa bagaimana cara melestarikan suatu Objek Wisata.

Candi ini memang terletak di daerah Portibijulu yang ber Kecamatan Portibi. Candi ini terletak di antara dua Desa yaitu, Desa Portibi dan Desa Sibatuloting. Candi ini bertempat pas pada pertengahan dua Desa tersebut. Candi ini juga di kunjungi siswa / siswi dari luar Padang Lawas Utara.

Dalam hal ini saya mewawancarai salah satu warga Portibi dengan saudari Jurmiyati Simamora, yang mengatakan :

*“Saya sebagaimasyarakat Portibi sangat senang dengan adanya Candi bahal Portibi, dengan itu masyarakat setempat pun bisa mengunjungi Wisata Candi. Bukan hanya itu setiap ada acara-acara besar di Wisata Candi kami masyarakat Portibi bisa berdagang di sekeliling Candi. Pengaruh nya memang ada, salah satu nya itu pada hari lebaran dan tahun baru, pemuda-pemuda biasa nya ada yang tauran, mabuk-mabukan dan lain sebagainya. Untuk itu kami sebagai masyarakat Portibi tidak suka dengan adanya kekerasan yang terjadi di Desa kami.”*(wawancara tanggal 17/09/2021).

Hasil wawancara yang saya dapatkan dari salah satu masyarakat Desa Portibi yaitu Jurmiyati Simamora bahwa sanya dengan adanya Wisata Candi Bahal kampung kami sudah tidak terlalu sepi, bukan hanya itu masyarakat disini juga sangat senang dengan adanya Wisata Candi Bahal. Dengan begitu setiap ada acara di Candi Bahal kami juga dapat berdagang / berjualan di sekeliling Wisata Candi Bahal.



## **E. Daftar Hasil Wawancara**

### **1. Wawancara 1**

- Nama : Sri Eva Sartika Siregar SH, M. Kn
- Jabatan : Kepala Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Paluta
- Peneliti : Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Publikasi Candi Bahal?
- Informan : kami dari Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk mempromosikan Wisata dan budaya, kita menggunakan media sosial kita, yang pertama ada instagram, ada you tobe, dan facebook. Dan kita juga memerankan anak-anak komunitas, pemuda-pemuda yang ada di Kabupaten Padang Lawas Utara, salah satu nya seperti ekspor Paluta, ekspor sipiongot, mpma dan seperti itu. Anak-anak komunitas yang memang terjun di dunia Wisata, jadi dia bisa kaitannya dengan budaya yang bisa dijadikan Wisata dan begitu juga dengan media dan wartawan-wartawan yang di Kabupaten Padang Lawas Utara dan begitu juga wartawan yang dari luar, begitu juga dengan tv-tv contoh nya setiap ada kegiatan selalu menggunakan mereka untuk mempromosikannya, yang terakhir kita juga bekerja sama dengan tv one untuk mempromosikan film kita yaitu palakka boru. Selain itu kita juga menggunakan media cetak seperti buku, benner, spanduk dan poster-poster.

### **2. Wawancara 2**

- Nama : Iskandar Siregar S.H.
- Jabatan : Kepala Bidang Kebudayaan danPariwisata Paluta
- Peneliti : faktor pendukung dan penghambat Pemerintahan Kabupaten Paluta dalam publikasi Wisata Candi Bahal?
- Informan : kalo faktor pendukung nya itu memang banyak potensi yang bisa kitaangkat di daerah Padang Lawas Utara ini, potensi-potensi untuk Wisata ya baik dari cagar budayanya dan juga potensi alam, seperti air terjun, pemandangan yang banyak di Kabupeten Padang Lawas Utara ini. Bukan hanya Wisata juga tapi budaya kita juga bisa kita jadikan Wisata juga, seperti adat istiadat nya jadi bisa penarik lah untuk daerah lain untuk berkunjung ke Padang Lawas Utara. Selain itu kan faktor pendukung nya itu sudah dijadikan sebagai tempat ibadah untuk agama Hindu-Buddha, dan Candi itu sudah bersifat nasional karena status nya status nasional untuk Candi tersebut. Jadi setiap hari raya waisak agama-agama Hindu-Buddha mereka pasti datang setahun sekali kemari untuk

melakukan ibadah. Kalo faktor penghambat yaitu dari kurangnya anggaran itu yang pertama, jadi kurang mendukung untuk pengembangan. Jadi perencanaan kita ada tapi untuk eksekusi pembangunan kita belum ada, baru yang kedua masih kurangnya sadar Wisata masyarakat kita untuk melestarikan tempat-tempat Wisata yang ada di daerah Padang Lawas Utara, dan yang ketiga kurang terlibatnya bisa dikatakan dalihan natolu juga kurang dilibatkan dan juga anak-anak muda yang ada di daerah kita ini.

### 3. Wawancara 3

- Nama : Jomson Siregar S. Pd, M. Si
- Jabatan : Kepala Bidang Pemasaran Kebudayaan dan Pariwisata Paluta
- Peneliti : Masalah dalam mempromosikan Candi Bahal?
- Informan : Dalam melakukan promosi itu yang pertama kita membuat anggaran atau lokasi anggaran untuk membuat media cetak, selain dari pada itu setiap kegiatan kita juga melibatkan baik poster nya, spanduk-spanduk nya itu kita tempelkan Candi Bahal Portibi itu. Jadi sekarang setiap kegiatan itu juga Candi Bahal selalu dijadikan ikon daerah kita atau bisa juga disebut sebagai ciri khas Padang Lawas Utara. Di SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) lain itu juga sudah menjadi latar belakang mereka dan itu sudah menjadi lambang nya dinas Pariwisata selain lambang nya Pemkab (Pemerintahan Kabupaten), jadi sebelah kiri dia Pemerintahan Kabupaten sebelah kanan itu logo nya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Padang Lawas Utara yang gambar nya Candi. Selain dari pada itu kalo ada acara dari Pemda (Pemerintahan Daerah) jadi orang itu kan pmdisi dasar, jadi kita akan ke Candi dengan ada acara komunitas-komunitas lain dan saling mendukung untuk mempromosikan karena ada disitu keterlibatan nya untuk penambang PAD (Pendapatan Asli Daerah), jadi kita dinas Pariwisata ada target yang harus memang di kejar dengan PAD nya yang sudah di tetapkan dari atasan. Dalam hari-hari besar dan hari-hari libur biasanya pengunjung itu ramai tetapi setelah masa pandemic ini itu sangat sunyi, kalo dia pas lagi ramai itu pada pas lebaran, tahun baru, tanggal-tanggal merah, pengunjung itu naik sampai lima kali lipat dari hari-hari biasa.

### 4. Wawancara 4

- Nama : DR. H. Haddad Ulum Harahap M. A
- Jabatan : Kepala Kementrian Paluta
- Peneliti : Pendapat Kementerian Agama Didirikannya Candi Bahal?

Informan :Bahwa Candi itu memiliki sejarah, bukan kita yang membangun tapi itu peradaban yang dulunya pada abad ke 11 jadi dulu agama Buddha-Hindu ini lah yang membangun di daerah Kabupaten Padang Lawas Utara jauh pun sebelum nya Candi ini sudah ada. Kalo agama Buddha-Hindu ini kan dimana mereka berdiri atau diamana orang itu tinggal setelah mereka mendapatkan hasil mereka memberikan sembal yang buat mereka. Jadi apa yang didapat mereka, mereka akan bangun ibadah disitu, jadi begitu lah agama Buddha-Hindu. Maka nya kemarin pertukaran hasilnya dulu di Padang Lawas Utara ini kan banyak sekali dulu getah-getah apa itu dan pertukaran nya itu seperti kopi, udah selesai mereka dapat mereka pergi lagi dan beranjak ke tempat lain.

### **5. Wawancara 5**

Nama : Siti Nurmalia Harahap S. Pd

Jabatan : Bagian Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Paluta

Peneliti : faktor Internal Dan Faktor Eksternal Yang Menghambat Proses Perkembangan Publikasi Candi Bahal?

Informan : Dalam segi internal nya itu pasti ada, yang pertama adanya wangi yang kurang sedap di dalam ruangan bagian atas Candi Bahal Portibi, yang kedua kurang adanya sisi menarik selain Candi untuk dikunjungi Wisatawan yang membuat pengunjung cepat bosan. Dari segi eksternal nya juga ada yaitu, perkembangan Objek Wisata selain Candi Bahal yang menarik. Seperti adanya Objek Wisata Aek Sijorni dan Kantor Bupati dan begitu juga dengan adanya mesjid Syahrudin Nur yang terletak di Tapsel.

### **6. Wawancara 6**

Nama : Raza Hasibuan S.E

Jabatan : Tokoh Pemuda Paluta

Peneliti : Segi Pendidikan, Ekonomis, Dan Segi Toleransi Dari Wisata Candi

Informan : Dari segi pendidikan khususnya masyarakat pemuda bisa mempelajari dan mengetahui bahwa adanya komunitas agama Buddha yang pernah berdiri di Korps Bumi Balakka Raya Kabupaten Padang Lawas Utara. Dari segi ekonomis dapat membantu masyarakat Padang Lawas Utara khususnya sekitar wilayah Candi Bahal Portibi dalam mengembangkan perekonomian setempat. Dan dari segi toleransi masyarakat Padang Lawas Utara yang mayoritas beragama islam menunjukkan adanya toleransi yang nyata dengan merawat

dan mengembangkan Objek Wisata dan budaya agama Buddh menjadikanya boleh di kunjungi oleh semua komunitas agama.

## 7. Wawancara 7

Nama : Jurmiyati Simamora

Jabatan : Masyarakat Desa Portibi

Peneliti : Pengaruh Untuk Masyarakat Portibi Dengan Didirikannya Wisata Candi Bahal?

Informan : Saya sebagai masyarakat Portibi sangat senang dengan adanya Candi Bahal Portibi, dengan itu masyarakat setempat pun bisa mengunjungi Wisata Candi. Bukan hanya itu setiap ada acara-acara besar di wisata candi kami masyarakat Portibi bisa berdagang di sekeliling Candi. Pengaruh nya memang ada, salah satu nya itu pada hari lebaran dan tahun baru, pemuda-pemuda biasa nya ada yang tauran, mabuk-mabukan dan lain sebagainya. Untuk itu kami sebagai masyarakat Portibi tidak suka dengan adanya kekerasan yang terjadi di Desa Portibi

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil observasi, dokumentasi dan wawancara dan data berupa dokumentasi Objek Wisata Candi Bahal Portibi yang telah dipaparkan oleh peneliti di atas mengenai Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintahan Kabupaten Padang Lawas Utara dalam Publikasi Objek Wisata Candi Bahal Portibi dapat disimpulkan :

1. Strategi yang digunakan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terhadap Publikasi kawasan Objek Wisata Candi Bahal yaitu masih belum terlaksana dengan optimal. Hal ini dikarenakan karena masih banyak kendala yang dihadapi masih lemahnya SDM yang dimiliki Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam hal publikasi Objek Wisata, dana masih terbatas, dan masih kurangnya kesadaran serta partisipasi masyarakat akan potensi Objek Wisata yang ada.
2. Lingkungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Padang Lawas Utara yang terdiri dari faktor internal ( kekuatan dan kelemahan ) dan faktor eksternal ( peluang dan hambatan).
  - a. Kekuatan : Potensi Objek Wisata yang dapat meningkatkan lapangan usaha dan lapangan pekerjaan, tersedianya teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan promosi, tersedianya sumber daya manusia kepariwisataan.
  - b. Kelemahan : Rendahnya pengelolaan destinasi Objek Wisata, Objek dan daya tarik Wisata belum terarah secara optimal, belum optimalnya pengelolaan usaha jasa dan sarana wisata, kualitas sumber daya manusia yang belum memadai.
  - c. Peluang : Memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam upaya promosi, terbukanya kesempatan untuk mengembangkan peningkatan Objek dan daya tarik wisata, adanya kerja sama antara pemerintah, masyarakat dan swasta.

- d. Ancaman : Lemahnya SDM pengelolaan peninggalan sejarah kepurbakalaan dan pengelolaan Objek dan daya tarik Wisata, pembangunan destinasi kurang memperhatikan manfaat bagi masyarakat lokal, kesamaan potensi kepariwisataan dengan daerah lain.

Dari sini dapat dipahami bahwa dalam publikasi Objek Wisata Candi Bahal Portibi itu bisa melalui media online seperti you tube, instagram, dan facebook. Dan bisa juga di promosikan dengan cara media cetak seperti spanduk, poster-poster, pamflet dan lain sebagainya. Untuk itu kita sebagai masyarakat Padang Lawas Utara mari sama-sama melestarikan Wisata-Wisata yang ada di daerah kita masing-masing agar tetap terjaga.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat penulis berikan terhadap penelitian ini tentang Strategi Publikasi Objek Wisata Candi Bahal yaitu :

1. Pemugaran dan pembangunan Objek Wisata

Objek Wisata Candi Bahal sudah pernah di pugar oleh pemerintahan setempat, tetapi itu saja belum cukup. Penyediaan sarana dan prasarana pariwisata sangat diperlukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan jumlah wisatawan. Untuk itu, kerjasama antara pemerintah, masyarakat, dan swasta sangat diperlukan untuk membangun dan mempublikasikan Objek Wisata tersebut.

2. Menyadarkan masyarakat dengan adanya Wisata

Menyadarkan masyarakat akan pentingnya Pariwisata khususnya masyarakat yang tinggal di kawasan Objek Wisata tersebut. Dengan begitu, diharapkan pemerintah dan masyarakat dapat bekerja sama dalam membangun Objek Wisata Candi Bahal Portibi.

3. Promosi Pariwisata

Kegiatan promosi merupakan hal yang wajib untuk dilakukan agar wisatawan mengetahui adanya Objek Wisata Candi Bahal ini. Kurangnya promosi mengakibatkan kawasan Objek Wisata tersebut kurang dikenal dan diamati.

4. Menyediakan fasilitas

Fasilitas yang mendukung kepariwisataan seperti akomodasi, restoran yang menawarkan menu makanan khas daerah, toko souvenir, dan fasilitas pendukung lainnya dikawasan objek wisata akan membuat Wisatawan lebih berminat untuk berkunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Harold H. Kelly. (1957). *Communication and Persuasion*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Burhan, Bungin. (2007). *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta Kencana
- Mappi, Bitana. (2001). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta
- Angga Pradikta. (2013). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta : PT Pradya Paramita
- I Gde Pitana dan Ketut Surya. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta
- Rosady Ruslan. (1994). *Praktik dan Solusi Public Relation*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Lesly, Philip. (1992). *Public Relation Handbook*. Jakarta
- Astrid Susanto. (1986). *Filsafat Komunikasi*. Binapca Bandung
- Alo Liliweri. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Magna*. Jakarta Kencana
- Deddy Mulyana. (2010). *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- F.Racmadi. (1992). *Public Relation dalam Teori dan Praktek*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Chafiet Fandesi, Nining Yuningsi. (2000). *Objek Kepariwisataaan*. Yogyakarta
- Lexy J Moleong. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Ulber Silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Refika Aditama
- Burhan Bungin. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Prenada Media Group
- Yoeti. (2002). *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta : Pardnya Paramitha



Youti, Oka A. (2000). *Ekowisata Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup*. Jakarta

Sumber Lain :

Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2007 Tentang Pembentukan Kabupaten Padang Lawas Utara di Provinsi Sumatera Utara.

Peraturan Daerah Nomor 08 Tahun 2010 Tentang, Kedudukan, Organisasi, dan Tata Kerja Dinas Daerah, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Padang Lawas Utara.

Internet :

<http://disbudpar.Paluta.go.id>

Diakses pada tanggal 10 September 2021 pukul 20.00 wib

<http://Paluta.go.id>

Diakses pada tanggal 11 September 2021 pukul 15.00 wib

[http://id.m.wikipedia.Org/wiki/Candi\\_Bahal](http://id.m.wikipedia.Org/wiki/Candi_Bahal)

Diakses pada tanggal 11 September 2021 pukul 20.00 wib

<http://www.pariwisatasumut.net/2014/11/10-tempat-wisata-di-Paluta.html>

Diakses pada tanggal 13 September 2021 pukul 20.00 wib