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 pemanfaatan Dinas Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata untuk publikasi objek wisata candi Bahal secara virtual belum optimal digunakan. Memang terlalu banyak keterbatasan, namun SDM Dinas Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata masih lemah yaitu sebaran objek dan pelayanan wisata terbatas, imajinasi kurang, partisipasi sebagian besar ketangkasan pariwisata industri di objek wisata yang ada.
2. Dibentuk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Padang Lawas Utara yang mengumumkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan kendala).
    a. Kelebihan : Potensi obyek wisata yang dapat meningkatkan lapangan pelayanan dan lapangan kerja, tersedianya teknologi dan relasi yang nyata sebelum melakukan promosi, tersedianya pusat-pusat akhir insan wisata.
    b. Kelemahan: Administrasi alamat wisata yang masih rendah, obyek dan hasil wisata belum tertangani secara optimal, belum optimalnya administrasi kebijakan pariwisata dan pelayanan media, jenis visitor center yang kurang memadai.
    c. Peluang: Memanfaatkan teknologi faktual dan bagian relasional dalam upaya promosi, membuka peluang sebelum memperluas pertumbuhan objek dan akhirnya menyapu pariwisata, adanya kerajinan seperti ganggang dari sektor pemerintah, publik dan swasta Ancaman: Sumber daya manusia.
    d. Lemah untuk melacak ingatan arkeologi dan memantau artefak dan upaya wisata, memulihkan alamat, memantau secara dekat pendapatan masyarakat lokal, kekuatan pariwisata paritas ditambah habitat lainnya. Dari sini dapat dipahami bahwa sebagian alokasi wisatawan Pura

Bahal Portibi dilakukan melalui sarana online seperti Youtobe, Instagram dan Facebook. Dan UPA juga mempromosikan fitur tambahan media cetak seperti spanduk, poster, brosur, dll. Untuk itu kami sebagai masyarakat Padang Lawas Utara bergotong royong melestarikan pariwisata di berbagai habitat kami untuk menjaga kekayaan.

B. Saran

Adapun masukan yang diberikan terhadap analisis ini mengenai Strategi Publikasi Objek Wisata Candi Bahal yaitu :

1. Restorasi dan Reformasi Obyek Wisata Pura Persahabatan Bahal Cutel dipugar oleh pemerintah setempat, namun itu saja tidak cukup. Penyediaan jalan dan tempat wisata sangat diperlukan untuk meningkatkan nilai kunjungan wisatawan. Untuk itu, kerjasama antara jaringan listrik, masyarakat dan swasta sangat dibutuhkan untuk mendapatkan manfaat dan mempublikasikan Obyek Wisata yang dipublikasikan.
2. Membuat masyarakat lebih sadar akan pariwisata. Menyadarkan masyarakat akan pentingnya pariwisata, khususnya masyarakat yang tinggal di negara tempat objek wisata tersebut berada. Dengan demikian diharapkan aparat dan masyarakat dapat berfungsi sebagai bagian dari Obyek Wisata Candi Bahal Portibi.
3. Promosi Pariwisata Kegiatan periklanan membuat ketentuan kegiatan yang akan dilakukan agar wisatawan memahami keberadaan Obyek Wisata Candi Bahal ini. Kurangnya iklan membuat objek wisata yang termasuk negara itu dikenal dan diamati.
4. Penyediaan fasilitas pendukung pariwisata seperti akomodasi, kedai yang menawarkan menu minuman khas daerah, toko souvenir, dan fasilitas pendukung lainnya di daerah tujuan wisata akan membuat wisatawan semakin ingin berkunjung.

Diakses pada tanggal 13 September 2021 pukul 20.00 terbukti memberikan manfaat positif, namun justru mengontrol dan/atau menghentikan kegiatan wisata tersebut apabila melebihi ambang batas (daya dukung) lingkungan alam atau aseptabilitas sosial meskipun disisi lain dapat meningkatkan pendapatan orang. Menurut UN-WTO, peran pemerintah dalam menentukan kebijakan kepariwisataan sangat strategis dan bertanggung jawab untuk hal-hal berikut

A. Jenis Objek Wisata

Penggolongan jenis Objek

k Wisata akan terlihat dari ciri-ciri khas yang ditonjolkan oleh tiap-tiap Objek Wisata. Menurut (Mappi,2001 p. 30-33*)* dalam skiripsi (Angga Pradikta,2013 p. 15)