

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PARIWISATA
CANDI PENATARAN KABUPATEN BLITAR
DI MASA PANDEMI**

SKRIPSI (ARTIKEL JURNAL)



**OLEH:
ASWAR HARDIANTI MEGA LUSINTA
NIM. 12305173070**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
JANUARI 2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PARIWISATA
CANDI PENATARAN KABUPATEN BLITAR
DI MASA PANDEMI**

SKRIPSI (ARTIKEL JURNAL)

**Ditujukan Kepada Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama
Islam Negeri Tulungagung Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Sarjana Sosial (S.Sos)**



OLEH:

**ASWAR HARDIANTI MEGA LUSINTA
NIM. 12305173070**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
JANUARI 2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aswar Hardianti Mega Lusinta
NIM : 12305173070
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Dosen Pembimbing : Amrullah Ali Moebin, M.I.Kom.

Menyatakan bahwa jurnal skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PARIWISATA CANDI PENATARAN KABUPATEN BLITAR DI MASA PANDEMI” tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun tanpa mencantumkan sumber. Jurnal skripsi ini juga atas sepengetahuan saya tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah dipublikasikan atau ditulis oleh siapapun tanpa mencantumkan sumber di dalam teks.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya dan penuh rasa tanggung jawab.

Tulungagung, 29 Juni 2021

Penulis,



Aswar Hardianti Mega. L

NIM. 12305173070

LEMBAR PERSETUJUAN

Jurnal Skripsi dengan Judul

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PARIWISATA CANDI PENATARAN
KABUPATEN BLITAR DI MASA PANDEMI**

Yang disusun oleh : Aswar Hardianti Mega Lusinta

Nama Mahasiswa : Aswar Hardianti Mega Lusinta

NIM : 12305173070

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Disetujui untuk diajukan dalam ujian/sidang jurnal skripsi.

Tulungagung, 29 Juni 2021

Mengetahui,

Ketua Jurusan



Luthfi Ulfa Ni'amah, M.Kom.I
NIP. 198610152015032004

Dosen Pembimbing



Amrullah Ali Moebin, M.I.Kom.
NIP. 19880604201931013

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PARIWISATA CANDI PENATARAN
KABUPATEN BLITAR DI MASA PANDEMI
Skripsi (Artikel Jurnal)

Disusun Oleh:

Aswar Hardianti Mega Lusinta

NIM. 12305173070

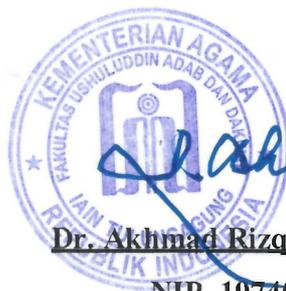
Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal 30 Juni 2021 dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Sosial (S.Sos)

Dewan Penguji Skripsi	Tanda Tangan
Ketua Penguji <u>Ucik Ana Fardilla, M.I.Kom.</u> NIP. 1418425498144035	
Penguji Utama <u>Dr. H. Nur Kholis, M.Pd.</u> NIP. 197103161998031002	
Sekretaris Penguji <u>Amrullah Ali Moebin, M.I.Konm.</u> NIP. 198806042019031013	

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

IAIN Tulungagung




Dr. Akhmad Rizqon Khamami, Lc., MA.

NIP. 197408292008011066



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**

UPT PUSAT PERPUSTAKAAN
Jalan Mayor Sujadi Timur 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221
Telepon (0355) 321513 Fax. (0355) 321656
Website: <http://iain-tulungagung.ac.id>

SURAT PERNYATAAN KETERSEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ASWAR HARDIANTI MEGA LUSINTA
NIM : 123 051 730 70
Jurusan : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
Fakultas : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
Jenis Karya Ilmiah : SKRIPSI JURNAL

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right) kepada Pusat Perpustakaan IAIN Tulungagung atas karya ilmiah saya berupa (.JURNAL) yang berjudul:

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PARIWISATA CANDI PENATARAN
KABUPATEN BLITAR DIMASA PANDEMI

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Pusat Perpustakaan IAIN Tulungagung berhak menyimpan, alih media/formal, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Tulungagung, 31 JANUARI 2022
Yang menyatakan,



ASWAR HARDIANTI MEGA L

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PARIWISATA CANDI PENATARAN KABUPATEN BLITAR DI MASA PANDEMI

Aswar Hardianti Mega Lusinta, Amrullah Ali Moebin

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah

aswarhardianti@gmail.com, amrullahtuban@gmail.com

ABSTRACT

Cultural tourism is an activity related to how the Indonesian people participate in respecting the values of their ancestors, especially in the current era. Penataran Temple is one of the most popular cultural tourism destinations in Blitar Regency to be exact. Because this temple is the largest temple in East Java and is also a relic of the three great kingdoms in Indonesia. Therefore, during the current COVID-19 pandemic situation, the management, especially the Temple's public relations, continue to carry out various strategies to communicate to the public that traveling to the Temple at this time is still quite safe. In this study, there is a broad picture of how the condition of Penataran Temple was during the pandemic, including the temple's public relations communication strategy that had been implemented. Keywords : Public Relations, Tourism, Pandemic

ABSTRAK

Pariwisata budaya merupakan kegiatan yang berkaitan dengan bagaimana bangsa Indonesia ikut serta menghargai nilai-nilai leluhurnya terlebih pada era sekarang ini. Candi Penataran merupakan salah satu tujuan pariwisata budaya yang sangat populer di Kabupaten Blitar tepatnya. Dikarenakan Candi ini merupakan Candi terbesar se-Jawa Timur dan juga peninggalan tiga kerajaan besar di Indonesia. Oleh karena itu, pada saat situasi pandemi COVID-19 yang sedang terjadi ini, membuat pihak pengelola terlebih humas Candi terus melakukan berbagai macam strategi guna berkomunikasi kepada masyarakat bahawsanya berwisata ke Candi pada saat sekarang ini masih terbilang cukup aman. Pada penelitian ini terdapat gambaran yang luas bagaimana kondisi Candi Penataran saat terjadinya pandemi meliputi strategi komunikasi humas Candi yang sudah di berlakukan.

Kata kunci : Humas, Pariwisata, Pandemi

DAFTAR ISI

Cover	i
Halaman Cover.....	ii
Pernyataan Keaslian	iii
Lembar Persetujuan.....	iv
Lembar Pengesahan	v
Pernyataan Ketersediaan Publikasi Karya Ilmiah	vi
Abstrak	vii
Daftar Isi.....	viii
Pendahuluan	1
Metode Penelitian.....	9
Hasil dan Pembahasan.....	9
a. Penataran Sebagai Pariwisata Budaya	9
b. Kondisi Candi Penataran Selama Pandemi Covid-19	10
c. Strategi Humas Candi Pendataran di Masa Pandemi	12
Kesimpulan dan Saran.....	13
Dartar Pustaka	14

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi setkor yang turut terpukul saat kondisi pandemic covid-19 belakangan ini. Mengutip dari data BPS tahun 2021, terlihat bahwasanya baik wisatawan lokal ataupun mancanegara mengalami jumlah penurunan yang cukup cukup signifikan. Kuantitas keseluruhan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia sebanyak 4,02 juta kunjungan pada tahun 2020. Jika dilihat kembali kebelakang dengan tahun 2019 wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia, mengalami penurunan sebesar 75.03%.¹ Pada 2019 merupakan tahun dengan jumlah wisatawan tertinggi dalam periode tersebut. Dalam kurun waktu 2019 jumlah total kunjungan wisman mencapai 16,11 juta kunjungan atau naik 1,88% dibanding jumlah kunjungan selama 2018 yang tercatat 15,81 juta kunjungan wisman². Diharapkan tentunya akan selalu mengalami kenaikan di masa-masa selanjutnya, tetapi pandemi yang muncul memaksa sektor pariwisata ikut terpukul sehingga mengalami kemunduran. Dari data tersebut, tentunya pariwisata Indonesia mengalami penurunan pengunjung. Bahkan, banyak tempat wisata yang menyatakan tutup dikarenakan pandemic Covid-19 ini.

Kabupaten Blitar merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi wisata yang berpengaruh di Jawa Timur. Yang telah dibahas dalam Undang-undang tentang kepariwisataan, terdapat tiga wisata yaitu budaya, alam, serta minat khusus. Terlebih wisata budaya, dimana kawasan ini memiliki banyak sekali peninggalan kerajan dari abad-abad dahulu yang bisa divisualisasikan diantaranya bangunan Candi. Candi yang memiliki potensi dari sektor pariwisata terbesar di Kabupaten Blitar terutamanya adalah Candi Penataran. Candi Penataran selain mempunyai kompleks percandian terbesar di Jawa Timur juga merupakan ikon sekaligus citra yang menggambarkan Kabupaten Blitar. Data dari pemerintah terkait pariwisata budaya sendiri, (DISPARBUDPORA) sendiri menunjukan, perkembangan jumlah pengunjung wisata Kabupaten Blitar jika dipresentasikan dari tahun 2015 sampai 2019 yankni sekitar 43%. Sedangkan untuk wisata budaya yang salahsatunya adalah Candi, kunjungan wisatawan lokal

¹ Esaugm, 2021. "Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi". <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/02/11/pariwisata-indonesia-di-tengah-pandemi/> (diakses tanggal 10 Juni 2021)

² Arifatin Dini dan Rina Indriani, "Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2019 International Visitor Arrivals Statistics 2019", Jakarta: BPS RI/BPS-Statistics Indonesia 2020. hal 8 (diakses 10 Juni 2021)

maupun luar daerah, mencapai 44% dari tahun 2015 sampai 2019 sebelum pandemi virus Covid-19 berlangsung. Setelahnya data statistik mengenai pariwisata di Kabupaten Blitar mengalami kemerosotan. Berdasarkan hasil *survey* mengenai kunjungan wisata di Kabupaten Blitar, menunjukkan bahwasanya 84,4% sektor pariwisata terpengaruh akibat pandemi Covid-19.³

Public Relations dalam artian lain disebutkan dengan humas merupakan salah satu bagian dari tinjauan Ilmu Komunikasi yang paling terus menerus melakukan perkembangan dan dibutuhkan oleh khalayak umum sebagai salah satu jembatan dari permasalahan yang bertujuan untuk proses interaksi yang selaras. Sebagai menejemen komunikasi antara lembaga organisasi dengan khalayak umum atau masyarakat yang terkait.⁴ Penentuan kebijaksanaan dengan tatacara tertentu guna kepentingan publik dan meraih dukungan public serta membangun citra yang baik di publik merupakan bagian dari fungsi humas. Pada hakekatnya hubungan antara manusia merupakan hal yang penting bagi kehidupan. Sebagai salah satu proses atau jembatan yang menghubungkan antara pemerintah dengan masyarakat untuk terciptanya sebuah keharmonisan.⁵ Secara umum humas mempunyai pengertian yakni hubungan masyarakat yang menjembatani proses komunikasi sebuah organisasi ke perorangan atau kelompok supaya terciptanya sebuah keselarasan

Pandemi corona membuat peran humas sangat dibutuhkan terhadap industri pariwisata terlebih pada masa pandemic sekarang ini. Corona atau secara medis disebut dengan *2019 Novel Coronavirus* (2019-nCoV) merupakan jenis baru dari virus SARS yang menular ke manusia. Virus Covid-19 ini pertama kali ditemukan di kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Infeksi virus ini disebut sebagai COVID-19 yang menyerang sistem pernapasan. Dilansir CNN Indonesia, Presiden Indonesia Joko Widodo mengumkan bahwa

³Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kab Blitar, <https://disparbudpora.blitarkab.go.id/> (Diakses 1 Juni 2021)

⁴Rahmad Kriyanto dan Halimatus Sa'diyah, "*Kearifan local dan strategi komunikasi public reletion di BUMN dan prusahaan swasta*", Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 15, Nomer 2 Desember 2018-171-88 (Diakses 22 april 2021) hal 172

⁵Ike Devi Sulistyaningtyas, "*Riset sebagai Ujung Tombak Keberhasilan Program Public Relations*", Jurnal ilmu Komunikasi, VOLUME 7, NOMOR 2, (Diakses Desember 2010: 171-186) hal. 10

terdapat dua pasien positif COVID-19 yang berasal dari Depok, Jawa Barat⁶. Menurut Maffioli (2020), Dibandingkan kasus lainnya, tingkat penyebaran virus ini cenderung lebih cepat baik waktu dan tempat yang mencakupnya. Wabah virus COVID-19 ini tentunya mempengaruhi berbagai macam tatanan Negara yang tadinya berjalan dengan lancar menjadi berantakan. Seperti tatanan masyarakat, ekonomi serta tak luput tatanan di bidang industri pariwisata. Pandemi ini mengakibatkan krisis nasional di Indonesia oleh karena itu pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang tepat saat wabah corona ini berlangsung. Salah satunya dengan menerapkan protokol kesehatan yang dikomunikasikan langsung kepada masyarakat dalam hal ini khususnya para wisatawan. Dalam kebijakan ini public relation atau humas sangatlah penting dan dibutuhkan. Karena sebagai salah satu jembatan yang menjembatani antara wisata yang ditujukan dan pengunjung wisata atau wisatawan. Persiapan *new normal* bagi industri pariwisata kiranya perlu dilakukan, dengan maksud tujuannya memperlambat bahkan memutus penyebaran virus ini. Karena dirasa masyarakat terus melakukan roda perekonomiannya yang terhenti atau lumpuh akibat diterapkannya PSBB serta semua macam peraturan di dalamnya.

Humas pariwisata dalam mempromosikan kegiatannya yang berkaitan dengan wisata tentunya sangat beragam pada saat sebelum berlangsungnya pandemic Covid-19. Tergantung kebutuhan dan kebijakan masing-masing objek wisata yang dijadikan promosi. Kegiatan humas juga berkembang dalam pariwisata yang ada di Indonesia. Pada masa sekarang ini, laju perekonomian Indonesia meningkat salah satu faktor penyebabnya yaitu peran industri pariwisata. Karena memperluas kesempatan lapangan pekerjaan dan usaha serta terdapat peningkatan penerimaan devisa. Dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan, baik dari dalam negeri ataupun mancanegara laju perkembangan industri ini terus meningkat. Kunjungan wisatawan Indonesia mancanegara, pada tahun 2018 mencapai 15 juta. Peningkatan sejumlah satu juta pengunjung dari tahun sebelumnya. Dan diperkirakan 300 juta wisatawan lokal meningkat 17 persen dari tahun sebelumnya. Ada 6 pengelompokan objek wisata yakni alam, budaya, buatan, taman hiburan serta rekreasi, kawasan pariwisata, wisata tirta.

⁶CNN Indonesia, "Jokowi Umumkan Dua WNI Positif Corona di Indonesia"

(<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200302111534-20-479660/jokowi-umumkan-dua-wni-positif-corona-di-indonesia>, Diakses pada Januari 2021, 17:12)

<http://beritasatu.com> menunjukkan dari data statistiknya bahwa, sejak kemunculan virus corona penurunan terjadi pada seluruh aktifitas pariwisata di Indonesia. Aktifitas menjaga jarak dan beraktifitas dirumah saja yang di printahkan oleh pemerintah, menjadikan pariwisata mengalami penurunan dan lesu. Bahkan hal tersebut, dirasakan sebelum Presiden RI mengumumkan adanya pasien yang positif corona depok awal Maret 2020 lalu. Stimulus yang dilakukan pemerintah pun belum mampu membalikan pemulihan di sektor pariwisata. Banyaknya objek wisata yang ditutup menjadikan tak ada lagi pemasukan bagi pelaku usaha. Padahal jika melihat ke belakang, sektor pariwisata penyumbang devisa bagi negara Indonesia terbesar ke dua.

Pandemi yang berlangsung mengakibatkan kemunduran terlebih dari sektor pariwisata di Kabupaten Blitar. Kemunduran yang terjadi salah satunya disebabkan oleh peraturan pemerintah mengenai PSBB. PSBB merupakan pemberantasan social bersekala besar guna mempercepat penyelesaian permasalahan pandemic virus Covid-19. Hal tersebut membuat semua pihak pengelola pariwisata di Kabupaten Blitar seponatan untuk mentaati peraturan yang diberlakukan oleh pemerintah. Tidak berhenti pada PSBB yang diberlakukan oleh pemerintah, kini pemerintah membuat langkah baru yakni dengan melakukan penerapan kebiasaan social masyarakat baru. Kebiasaan baru tersebut juga disebut dengan era *new normal*. *New Normal* merupakan suatu kondisi ataupun kebiasaan social masyarakat ditengah pandemic Covid-19. Kebiasaan tersebut juga diberlakukan pada pariwisata di kabupaten Blitar. Pemerintahan Kabupaten Blitar tentunya tidak mengabaikan protocol kesehatan yang telah disepakati bersama dari pemerintahan pusat. Kabupaten Blitar tentunya tidak mengabaikan protocol kesehatan sehingga bagi pihak pengelola dan wisatawan tetap merasa aman. Pariwisata di Kabupaten Blitar sudah mulai dibuka pada 21 Juni 2020. Menurut keputusan menteri kesehatan Republik Indonesia tahun 2020 menjelaskan peraturan. Peraturan tersebut tentunya juga diberlakukan pada pariwisata Kabupaten Blitar. Berikut beberapa peraturan yang di kutip, bagi pengunjung yaitu sebelum berwisata meyakinkan dirinya dalam kondisi sehat sebelum berwisata, menggunakan masker, mencuci tangan dan menggunakan *hand sanitizer*, menjaga jarak, menghindari kontak area wajah, tertib membersihkan barang pribadi. Sedangkan bagi pihak pengelola wisata, yakni dengan membersihkan lokasi wisata dengan disinfektan secara bertahap, menyediakan fasilitas untuk mencuci tangan, serta *hand sanitizer*, pemeriksaan suhu tubuh di

tempat masuk, megunakan *gadget* untuk bertransaksi, menyediakan poskesehatan beserta tenaga kesehatan.⁷

Penelitian ini dianggap penting karena untuk mengetahui aktivitas kehumasan yang kini menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam praktek interaksi yang terbangun di masyarakat terlebih bagi organisasi. DISPARBUDPORA menyatakan, Candi Penataran merupakan candi terbesar di Jawa Timur. Dengan letak di lereng barat daya Gunung Kelud. Serta pada ketinggian 450 M dari permukaan laut, lokasi Candi Penataran ini terletak di desa Panataran, kecamatan Nglegok, Blitar.⁸ Jumlah kunjungan Candi Pentaran itu sendiri dikutip dari data humas Candi Penataran yaitu sebanyak 10 ribu hingga 11 ribu wisatawan lokal dan mencapai 100 untuk wisatawan asing yang berkunjung setiap bulannya.

Penelitian ini juga menerangkan bagaimana humas pariwisata Candi Penataran dalam mengelola permasalahan padamas pandemi. Bagaimana humas tetap melakukan penyelesaian tugasnya secara terarah. Mengingat pada masa sekarang ini pariwisata tengah menghadapi krisis pandemi yang mengakibatkan jumlah wisatawan menurun ketimbang pada era normal sebelumnya. Penelitian yang terbahas di sini humas juga berperan sebagai salah satu faktor guna mengatasi problem yang berkaitan tentang strategi komunikasi pariwisata ditengah pandemi. Dengan mengeluarkan kebijakan - kebijakan yang tidak memberatkan ataupun memihak melainkan demi kepentingan bersama untuk saling bekerjasama. Penelitian ini juga penting karena terdapat kebijakan-kebijakan yang diambil humas pariwisata Candi Penataran saat menangani kondisi pandemi sekarang ini.

Melihat uraian di atas, peneliti ingin melakukan penelitian dari strategi komunikasi yang ada di humas Candi Penataran Blitar. Penelitian bertujuan untuk mengetahui seperti apa strategi yang dilakukan humas tersebut. Dalam pembahasan artikel ini, penulis mengacu pada kerangka teori sebagai berikut:

a. Public Relation dalam Humas Pemerintah

⁷Rizki, "Ini Lho Protokol Kesehatan di Tempat Wisata", (<https://infoblitar.com/ini-lho-protokol-kesehatan-di-tempat-wisata/> Diakses April 16, 18:45)

⁸(<https://disparbudpora.blitarkab.go.id/candi-penataran/> Diakses 17 April 2021, 20:00)

Humas merupakan sebuah aktifitas guna menjabatana kepentingan organisasi atau lembaga dengan audiennya yang berkaitan dengan kegiatan humas itu sendiri sebagai mediator. Tanri Abeng, menjelaskan bahwa *humas* merupakan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari dunia usaha yang berproses dan berkembang secara menyeluruh (Ardianto, 2014:7) IPR (*institute of public relations*) mengatakan bahwa humas merupakan upaya yang seluruhnya disusun dan direncanakan secara teratur dan selaras demi memelihara serta menciptakan niat baik. Dengan begitu menimbulkan simbiosis mutualisme dari suatu organisasi dengan seluruh khalayak keseluruhan upaya yang dilakukan (Jefkins & Yadin, 2014: 9). Frank Jefkins mengemukakan bahwa humas merupakan sebuah bentuk komunikasi yang terkonsep, dari organisasi ke khalayak luas untuk mencapai sebuah tujuan yang spesifik dengan didasarkan sebuah pengertian yang saling sama (*mutual understanding*) (Jefkins & Yadin, 2014: 10). *Chartered Institute Of Public Relations* (CIPR) dalam Keith Butterick (2012) mengusulkan pembaruan dari pengertian humas yaitu, Humas merupakan tentang citra yang baik dari proses telah dicapai, katakan, dan dilakukan orang lain. Praktik humas juga merupakan disiplin ilmu yang bertujuan mengokohkan reputasi dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan serta pemahaman dan mempengaruhi opini atau perilaku. Kegiatan tersebut merupakan usaha yang terencana dan terkonsep untuk membangun dan menjaga serta mempertahankan hal baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan masyarakat. Sukatendel dalam Ardianto (2009), menerangkan bahwasanya humas merupakan suatu cara komunikasi dengan tujuan mendapatkan citra positif demi kepentingan bersama antara manajemen organisasi dan mitra didalamnya.

Public Relations atau humas dalam pemerintahan bertugas menjalankan kebijakan khalayak serta terus berupaya meningkatkan pelayanan publik. Salah satu aktifitas humas dalam pemerintahan dibidang kebijakan publik yaitu menyampaikan informasi terkait kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan masyarakat dengan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. Tanpa adanya birokrasi yang berbelit-belit sehingga masyarakat puas dan akhirnya pemerintahan pun mendapatkan citra yang baik atau positif. (Ardianto, 2014:239). Betty Nilla menyatakan humas pemerintah juga memiliki fungsi yakni menginformasikan kepada masyarakat tentang aktivitas yang dilakukan oleh pemerintah (nila sari, 2012:73) Elvinaro Ardianto berpendapat bahwa tujuan humas itu sendiri dari dunia

pemerintahan adalah merancang berbagai program pemerintahan dengan tujuan meningkatkan dan memelihara reputasi dan citra positif sehingga dapat memperoleh kesan di masyarakat yang baik (Ardianto, 2014:240). Jika dilihat dari tujuannya, humas pemerintah memiliki pengertian sama dengan humas pada umumnya.

a. Strategi Komunikasi

Ahmad S. Adnan Putra menegenai strategi atau Perencanaan merupakan bagian dari strategi, dan rencana itu sendiri merupakan produk dari perencanaan. Dalam pelaksanaannya merupakan sebuah fungsi menejemen yang mendasar guna mencapai tujuan tertentu dalam prakteknya. Strategi adalah suatu hal yang berkaitan mengenai ketetapan dan pola manajemen sebuah perusahaan atau organisasi dalam jangka yang terus menerus atau panjang, menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen. Sepaham dengan pengertian tersebut, Hasron Usman dan Moh. Misdar berpendapat bahwa mencari cara serta langkah yang layak untuk tercapainya suatu tujuan merupakan pengertian dari strategi. Brown sendiri dalam pendapatnya, strategi yakni seluruh upaya yang telah dinyatakan sebagai aturan yang telah terkonsep dari organisasi tersebut. Menurut Bussinesdictionary disebutkan bahwasanya strategi tidak terlepas dari rencana atau metode yang dikehendaki sebagai pembawa citra yang semestinya diharapkan dan juga sebagai pemecahan permasalahan yang dihadapi. Sigagian juga menuturkan strategi merupakan perlakuan utama yang dikembangkan atau dikelola pihak manajemen. Sehingga pencapaian organisasi merupakan tujuan utama dalam praktik tersebut.⁹

(Effendy, 2015: 32) menyatakan semua bidang yang sedang berkembang pada masa sekarang ini membutuhkan sebuah strategi komunikasi. Bagaimana sebuah komunikasi dianggap berhasil atau tidak merupakan gabungan antara rencana komunikasi itu sendiri, dalam mencapai tujuan yang telah direncanakan. Strategi komunikasi harus menampilkan operasionalnya secara taktis dalam mencapai tujuannya karena dalam pendekatannya bisa berubah tergantung pada situasi dan kondisi. Pemahaman mengenai sifat komunikasi, efek yang timbul dari mereka merupakan bagian dari strategi komunikasi yang juga berperan penting untuk berkomunikasi. Hal ini juga berkaitan dengan media apa yang digunakan. Strategi Komunikasi merupakan dari

⁹Artis, "Strategi Komunikasi Public Relations", Jurnal Sosial Budaya, Vol. 8 No. 02 Juli-Desember 2011 (Diakses 15 April 2021, 22:00)

salah satu cara guna mengatur pelaksanaan sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan (planning), pelaksanaan (implementation) hingga evaluasi (evaluation) yang bertujuan guna mencapai sesuatu yang telah direncanakan. Strategi komunikasi merupakan bagian dari aspek penting yang memungkinkan terencanaannya proses percepatan serta berlanjut dalam suatu program pembangunan yang dikhususkan pada pemasaran (Heris, 2016: 1). (Efendy, 2015: 29) pada hakekatnya strategi komunikasi merupakan bentuk perencanaan dan manajemen komunikasi guna mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Konsep ini harus disusun secara mengalir, sehingga dalam prakteknya disesuaikan dengan kondisi atau faktor yang berpengaruh, guna bertujuan untuk menciptakan sebuah komunikasi yang efektif. Arifin Anwar (1984:87) Menuturkan bahwa ada beberapa bagian yang harus diperhatikan didalam menentukan strategi komunikasi yaitu pengenalan khalayak, pesan, metode, media, dan komunikator. Pelaksanaan ide, perencanaan yang terkonsep serta eksekusi dalam waktu yang ditentukan guna mencapai tujuan yang dimaksud secara objektif merupakan pengertian strategi dari pendapat lainnya. (Rangkuti, 2009: 3)

Oleh karena pendapat para ahli tersebut maka, strategi komunikasi merupakan system perencanaan yang berkonsep dengan baik dan terarah dengan organisasi yang diwakilkan oleh individu ataupun kelompok sebagai pengaturnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan diimbangi oleh komunikator yang berperan untuk menyampaikan pesan. Pesan itu sendiri merupakan sebuah informasi atau pun gagasan yang dinyatakan komunikator untuk orang lain. Komunikasi berarti orang yang menerima pesan dari komunikator itu sendiri, baik secara individu, ataupun kelompok. Umpan balik yaitu reaksi komunikasi terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dari sana juga memungkinkan segala kemungkinan yang ada mengunakan strategi yang telah ditetapkan sebagai cara awal sebuah permasalahan yang dapat dideteksi lebih awal. Tujannya pun berjangka waktu panjang di masa depan dari suatu manajemen organisasi tersebut. Selain itu, dengan mempunyai strategi maka baik kemungkinan-kemungkinan permasalahan atau lain sebagainya dapat dideteksi lebih awal. Pengertian yang sama dari definisi diatas yakni tujuan sasaran yang berjangka panjang di masa depan dari suatu manajemen organisasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif bersifat deskriptif.¹⁰ Dokumen penunjang yang nantinya menjadi hasil penelitian yakni rekam hasil wawancara yang disusun ulang dengan narasi yang dilakukan bersama humas Candi Penataran, beberapa pengunjung serta penjual di area tersebut. Yang di kemas melalui beberapa pertanyaan merupakan salah satu tehnik pengumpulan data pada penelitian ini. Fokus Pada penelitian ini peneliti berfokus terhadap peran humas terhadap pariwisata Candi Penataran pada masa Candi Penataran. pandemi Covid-19. Objek penelitian ini adalah humas Candi Penataran dan pengunjung Candi Penataran saat pandemi Covid-19 serta penjual di sekitar aera Candi Penataran. Pemilihan ini didasarkan proses langsung turun ke lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Candi Penataran Sebagai Pariwisata Budaya

Industri yang paling cepat berkembang pesat sejak tahun 90 an merupakan industri dari sector pariwisata budaya, karena semakin banyak orang yang menyadari dan rindu akan nilai-nilai leluhurnya. Terlebih mengenai seni, agama serta sastra. Utamanya hal tersebut terjadi pada wisatawan yang sudah cukup sibuk dengan keramaian suasana moderen. Mereka memutuskan untuk sejenak kembali. Hal tersebut disampaikan oleh *World Trade Organization* tahun 2009 Pariwisata budaya berhubungan erat dengan daya tarik wisata budaya. Penjelasan (RIPPARNAS) pasal 14 ayat (1) huruf b menerangkan bahwasannya daya tarik wisata budaya merupakandaya tarik wisata berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk yang berbudaya. Wisata budaya juga memiliki daya Tarik, yang dibagi menjadi dua *tangible* untuk wisata budaya berwujud, dan *intangible* untuk wisata budaya yang tidak berwujud

Candi penataran dalam sejarah singkatnya menyebutkan bahwa Sir Thomas stamford merupakan penemu bagian-bagian dari Candi Penataran. Sir Thomas Stamford (1781-1826) merupakan Letan gubenuj jendral pemerintah colonial inggris sekaligus pemimpin nusantara pada waktu itu merupakan penemu bagian-bagian Dari Candi Penataran pada tahun 1815. Raffles bersama dengan Dr. Horsfield (seorang ahli ilmu alam), mereka melaksanakan

¹⁰ Kurnia Setiyo Rini, Sugeng Rusmiwari, Herru Prasetya Widodo, "Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tungadewi", Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ISSN. 2442-6962 Vol. 6 No. 1 (2017) (Diakses 22 April, 18:19)

kunjungan ke Candi Penataran pada waktu itu¹¹. Penyelidikan dan pemeriksaan serta pencatatan kembali benda purbakala dilakukan oleh peneliti di kawasan Penataran setelah ditemukan oleh Gubernur Raffles pada masa itu. Pada tahun 1867. Observasi juga kembali lakukan di kawasan candi Panataran oleh la Porte bersama J. Knebel. Hasil observasinya diterbitkan pada tahun 1900 dengan judul “*De ruines van Panataran*”. Dalam kitab Negarakertagama disebutkan, Candi Penataran disebut dengan nama Candi Palah. Dalam kepercayaan Syiwa, Raja Hayam Wuruk (1350 - 1389 M) raja dari kerajaan Majapahit sering berkunjung ke Palah untuk memuja Hyang Acalapati, atau yang dikenal sebagai Girindra (berarti raja gunung). Dengan demikian, pembangunan candi Palah dilatar belakangi Gunung Kelud ebagai tempat pemujaan. Bertujuan untuk menghindarkan diri dari petaka dan menyangkal bahaya yang timbul akibat gunung tersebut menurut kepercayaan masyarakat setempat pada masa itu. Berdasarkan tulisan pada prasasti palah yang terletak di sisi kanan candi induk menyebutkan, Candi Palah dibangun pada awal abad 12 M, atas perintah Raja Srengga dari Kediri. Candi penataran juga dibangun masa demi masa oleh tiga kerajaan besar Nusantara. Diplopori dari kerajaan Kediri pada masa pemerintahan raja Srengga, Kerajaan Singgasari, sampai Kerajaan Majapahit. Meski demikian, Candi Panataran selalu mengalami pengembangan serta perbaikan yang baik dari masa ke masanya sampai pemerintahan Raja Hayam Wuruk dari kerajaan Majapahit. Hal tersebut atas dasar berbagai angka tahun yang terlihat dan tertulis pada berbagai tempat di sekitar candi ini yang berkisar antara tahun 1197 sampai tahun 1454 M. Seluruh area Panataran. Kecuali halaman yang berada di bagian tenggara, terbagi oleh dua jalur dinding yang melintang dari utara ke selatan menjadi tiga bagian.¹²

b. Kondisi Candi Penataran Selama Pandemi Covid-19

Kabupaten Blitar merupakan wilayah dengan kekayaan wisatanya yang cukup banyak, mulai dari wisata alam berupa pantai, pegunungan serta hutan, wisata buatan seperti bendungan serta yang mengedukasi seperti kampung coklat, dan wisata peninggalan budaya seperti Candi Penataran. Semua dikelola dengan baik oleh pemerintah Kabupaten Blitar.¹³

¹¹ Sujarweni Wiratna, *Jelajah Candi Kuno Nusantara*, Diva Press, Jogjakarta, November 2012, hal 125

¹² Perpustakaan Nasional Republik Indonesia, https://candi.perpusnas.go.id/temples/deskripsi-jawa_timur-candi_panataran_27 (Diakses 11 Juni 2021)

¹³ BPS Kabupaten Blitar, “*Kabupaten Blitar Dalam Angka*”, Blitar, CV Azka Putra Pertama, 2021, Hal 310-2011

Pariwisata merupakan sektor yang tentunya mengalami kemunduran di saat pandemi berlangsung. Tentunya pariwisata di kabupaten Blitar juga terkena imbas dari pandemi tersebut. Kebijakan-kebijakanpun diterapkan oleh pihak humas mengenai penerapan protokol kesehatan saat mengunjungi Candi penataran. Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh pihak humas Candi Penataran terkait pengunjung yang melakukan wisata, mengalami penurunan. Data hasil wawancara menunjukkan angka penurunan jumlah wisatawan Candi Penataran, dimana sebelum wabah covid terjadi jumlah pengunjung mencapai sepuluh hingga sebelas ribu wisatawan lokal dan tujuh hingga seratus untuk wisatawan asing. Sedangkan setelah adanya wabah covid jumlah pengunjung hanya mencapai empat hingga enam ribu pengunjung tanpa ada wisatawan asing. Pengurangan jumlah secara drastis ini merupakan dampak dari pihak manajemen candi yang menerapkan aturan kesehatan setempat yang melarang wisatawan asing dan perlakuan pembatasan sesial berskala besar (PSBB) bagi warga setempat. Peraturan PSBB yang mengikat dan bersifat wajib, maka pihak Humas dari Candi Penataran memiliki strategi pemasaran dan aturan yang terkait dengan protocol kesehatan yang berlaku. Strategi komunikasi dilakukan melalui dua cara yaitu langsung dan tak langsung. Promosi langsung meliputi proses peliputan area candi saat menjadi tempat diselenggarakannya pagelaran-pagelaran seperti purnama seruling, karesnayana, dan sebagainya. Dokumentasi hasil liputan tersebut disiarkan melalui media televisi local maupun nasional. Hal tersebut dapat mengenalkan destinasi Candi Penataran kepada masyarakat yang lebih luas melalui media massa seperti televise local maupun nasional.

Candi Penataran telah diakui secara nasional, maka pemasaran mengenai Candi Penataran tidak begitu aktif dilakukan. Pengelolaan difokuskan pada pembentukan relasi yang *win-win solution* dengan masyarakat dan wisatawan. Pada era covid ini telah diterapkan aturan larangan bergerumbl dan *physical distancing* bagi pengunjung. Pengunjung dilarang membentuk kerumunan yang diharapkan mampu membuat pihak pengunjung dan pengelola tetap aman dan nyaman dari ancaman virus corona. Penyampaian aturan mengenai *physical distancing* ini disampaikan secara halus dan sopan kepada pengunjung dan tertera di beberapa spanduk yang di sebar di beberapa bagian candi.

c. Strategi Humas Candi Penataran di Masa Pandemi

Strategi Humas Candi penataran mengikuti pola strategi komunikasi dari Arifin Anwar, yang menyatakan bahwa, bagian yang harus diperhatikan didalam merumuskan strategi komunikasi yaitu pengenalan khalayak, pesan, metode, media, dan komunikator. Media sosial juga berperan dalam porses percepatan penyebaran informasi terkait pandemi ini yang sudah direncanakan oleh humas terkait. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook dirasa cukup efektif untuk menyampaiakan kepada masyarakat luas terkait pariwisata Candi Penataran di masa pademi ini. Wisatawan yang terdiri dari berbagai macam kalangan juga terlihat sebagaimana masih mencuri-curi keadan dimana itu melanggar protokol kesehatan yang diberlakukan. Meskipun pihak pengelola Candi dalam wawancara yang dilakukan ketat memberikan arahan seputar protokol kesehatan tersebut.

Strategi komunikasi yang dilakukan humas dalam penyampaian informasi adalah dengan memasang media spanduk di area Candi Penataran. Berdasarkan teori dari Arifin Anwar (1984) menyatakan bahwa proses strategi komunikasi dimulai pada penentuan pesan, pengenalan khalayak, pemilihan media, dan menentukan komunikan. Jika diuraikan, pesan yang ingin disampaikan dalam tiap spanduk adalah sama yakni mengajak pengunjung mematuhi protocol kesehatan agar tetap bisa berwisata tanpa perlu khawatir tentang virus corona, semua akan baik-baik saja jika semua pihak menerapkan protokol kesehatan. Media yang dipilih adalah spanduk yang merupakan media tulis dan ditempatkan di berbagai sudut candi. Hal ini dimaksudkan agar pengunjung tidak terganggu dengan pengumuman berupa suara secara terus menerus ataupun anjuran langsung dari humas yang terkesan monoton. Spanduk yang dipasang menggunakan desain yang menarik sehingga masyarakat yang sudah mengetahui tentang covid dan aturannya, setelah melihat spanduk diharapkan dapat mengingat protocol kesehatan dan segera melakukannya. Komunikan atau target komunikasi adalah pihak wisatawan Candi Penataran.

Penggunaan spanduk merupakan sebuah inovasi yang cocok digunakan di era pandemic ini. Hal ini dikarenakan dengan media tertulis maka akan mengurangi *psychal contact* antara pihak pengelola candi dan wisatawan. Adanya spanduk secara tidak langsung melambangkan sikap mendukung *psychal distancing* yang ditujukan untuk menyampaikan pengumuman tanpa proses kontak fisik. Inovasi ini muncul karena keadaan pandemic covid

yang memaksa. Pemecahan masalah mengenai himbauan protocol kesehatan dilakukan dengan menggunakan spanduk. Selain itu spanduk yang didesain secara menarik memberikan tambahan fungsi berupa melengkapi dan bagian-bagian candi di sekeliling spanduk tersebut dapat diperindah dengan adanya spanduk tersebut. Penataan spanduk dalam spot tertentu memberikan efek *point interest* bagi wisatawan yang kadang sesekali tertarik dengan spanduk, tetapi sebenarnya di dekat spanduk tersebut terdapat spot yang akan dikenalkan kepada wisatawan. Dengan kata lain selain digunakan sebagai penyampai pesan protocol kesehatan, penggunaan candi juga berfungsi sebagai mempromosikan spot-spot tertentu dalam candi Penataran serta memperindahkannya. Data menunjukkan angka penurunan jumlah wisatawan Candi Penataran, dimana sebelum wabah covid terjadi jumlah pengunjung mencapai sepuluh hingga sebelas ribu wisatawan lokal dan tujuh puluh hingga seratus untuk wisatawan asing. Sedangkan setelah adanya wabah covid jumlah pengunjung hanya mencapai empat hingga enam ribu pengunjung tanpa ada wisatawan asing.

KESIMPULAN

Humas Candi Penataran sendiri pun memberlakukan berbagai macam cara demi mengikat kembali wisatawan untuk berkunjung ke Candi Penataran. Saat pemerintah pusat sudah menghentikan masa PBB dengan mengati kebijakan New Normal demi meningkatkan jumlah pengunjung yang mengalami ke penurunan. Hal tersebut juga berlaku di sistem pengolahan humas Candi Penataran. Strategi komunikasi yang dilakukan Humas Candi Penataran meliputi proses komunikasi langsung dan tidak langsung. Humas Candi Penataran di Masa Pandemi Covid-19 juga melakukan sebuah inovasi. Dari hasil penelitian tersebut wisata budaya di Kabupaten Blitar terutama Candi Penataran dari sebelum dan sesudah Pandemi Covid-19 mengalami perubahan yang cukup menonjol, terutama sektor kunjungan. Strategi komunikasi pihak Candi Penataran untuk menginformasikan terkait wisata Candi Penataran cukup beragam. Sosial media menjadi sarana penunjang tercapainya informasi dengan cepat terlebih dilakukan pada kondisi pandemic sekarang ini. Pihak humas Candi Penataran terus berupaya menjaga keamanan Candi Penataran pada saat pandemi sekarang ini. Protokol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah pusat telah dilaksanakan secara baik oleh pihak humas Candi Penataran. Hal tersebut juga demi menjaga kesehatan dan kenyamanan

antara pengunjung satu dengan yang lain. Salah satu inovasi tersebut adalah pemasangan sepanduk di tempat –tempat tertentu, tanpa mengurangi kenyamanan wisatawan Candi Penatar.

SARAN

Penelitian ini memiliki berbagai macam kekurangan dan kendala dalam prosesnya pengerjaannya maupun di lapangan. Untuk itu diharapkan dengan sangat agar peneliti terus diberikan arahan serta bimbingan untuk mengatasi permasalahan yang ada dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Oemi, ”*Dasar-dasar Public Relations*”, Citra Aditya Bakti: Bandung, 1995
- Arifatin Dini dan Rina Indriani, 2020 “*Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2019 International Visitor Arrivals Statistics 2019*”, Jakarta: BPS RI/BPS-Statistics Indonesia. hal 8 (diakses 10 Juni 2021)
- Agustina, T. dkk (2016). *Peranan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Pengelolaan Objek Wisata Pantai Trikora 2 dan 4 di Kabupaten Bintan*. Naskah Publikasi: Universitas Maritim Raja Ali Haji Tanjungpinang.
- Effendy, Onong. U. 2009. “*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*”. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Esaugm, 2021. “*Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*”, <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/02/11/pariwisata-indonesia-di-tengah-pandemi/> (diakses tanggal 10 Juni 2021)
- Ike Devi Sulistyaningtyas, “*Riset sebagai Ujung Tombak Keberhasilan Program Public Relations*”, Jurnal ilmu Komunikasi, VOLUME 7, NOMOR 2, (Diakses Desember 2010: 171-186)
- Mukarom, Laksana Muhibudin Wijaya, 2015. *Manajemen Public Relation (panduan Efektif Pengolahan Hubungan Masyarakat)*, Bandung:CV Pustaka Setia
- Rahmad Kriyanto dan Halimatus Sa’diyah, “*Kearifan local dan strategi komunikasi public reletion di BUMN dan prusahaan swasta*”, Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 15, Nomer 2 Desember 2018-171-88 (Diakses 22 april 2021)
- Sugeng, kurnia dan Widodo prasetya herru, 2017. *Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribuana Tungadewi*, vol. 6 No. 1 (2017)

Sumardjo. 2016. *Pengertian Komunikasi Inovasi. Komunikasi Inovasi*, Sumardjo 2014, 160.
Walakula Yandri benony, 2020. *Analisis Eksistensi Pariwisata Indonesia di Tengah Situasi
Pandemi Corona Virus Disease (Covid19)*, Vol. I No. 1 I Juni,
Wiratna Sujarweni, 2012, “*Jelajah Candi Kuno Nusantara*”, Jogjakarta, Diva Press