

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Komunikasi berperan penting dalam sektor pariwisata. Komunikasi dapat menyebarkan informasi kepada pengunjung mengenai daya tarik, panduan yang diperlukan, penyajian atraksi wisata, dan secara efektif mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi kembali destinasi wisata (Putri & Ratmini, 2018). Sejalan dengan hal tersebut menurut Tarigan et al. (2023), komunikasi yang efektif dapat menghasilkan impresi positif dan pengalaman yang memuaskan kepada wisatawan. Hal ini menjadi bentuk promosi organik ketika wisatawan berbagi pengalaman positif mereka kepada orang lain sehingga membuka peluang untuk mereka menjadi pelanggan setia dari suatu tempat wisata. Sejalan dengan Akasse dan Ramansyah (2023) menyatakan bahwa komunikasi yang dilakukan secara efektif dalam implementasi promosi pariwisata, berdampak pada keberlanjutan eksistensi pada objek wisata.

Untuk memastikan apakah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi telah berjalan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan, diperlukan audit komunikasi. Audit komunikasi ini memungkinkan identifikasi hambatan yang menyebabkan tersendatnya saluran komunikasi atau terhalangnya aliran informasi, sehingga solusi yang tepat dapat ditemukan untuk mengatasi berbagai *noise* yang mengganggu organisasi. Tujuan dari audit ini adalah untuk meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi, sehingga organisasi dapat mempertahankan keberadaannya di tengah tuntutan yang semakin kompleks dan persaingan yang semakin ketat (Zaenal & Lusianawati, 2021, dalam Suwatno, 2008). Dalam pengelolaan pariwisata, organisasi yang bertanggung jawab langsung adalah pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata. Seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Pasal 4 Ayat (2) yang berbunyi: "Pemerintah daerah sesuai dengan kewenangannya bertanggung jawab atas penyelenggaraan kepariwisataan di daerahnya". Sehingga dengan audit komunikasi ini memungkinkan penulis untuk mengidentifikasi dan memberikan solusi yang tepat untuk mengatasi berbagai hambatan komunikasi pemerintah daerah khususnya Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota.

Adapun yang menyebabkan pengelolaan dari suatu pariwisata dapat menimbulkan suatu permasalahan yaitu adanya permasalahan komunikasi dalam penerapan konsep POAC (*planning, organizing, actuating, controlling*). Penelitian oleh Sekarningrum et al. (2019) menyatakan adanya permasalahan seperti kurangnya efektivitas interaksi sosial dan tidak adanya keselarasan tujuan antara *stakeholder*, menjadi penyebab utama dalam permasalahan komunikasi oleh Dinas Pariwisata Gunung kidul. Kemudian Yohana et al. (2018) menyatakan permasalahan yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkalis berkaitan dengan anggaran dan kurangnya dukungan dari *stakeholder* sehingga pengawasan belum sepenuhnya dilakukan. Terakhir Wijayanti et al. (2022) menyebutkan permasalahan terkait kurangnya pengoptimalan promosi. Meskipun badan pengelola memiliki akun media sosial, namun belum dijalankan dengan efektif.

Secara keseluruhan menunjukkan bahwa konsep POAC yang tidak diimplementasikan dengan baik dapat menghambat perkembangan sektor pariwisata. Kurangnya interaksi, ketidakselarasan tujuan dan kurangnya dukungan dari para *stakeholder* membuat pengelolaan wisata menjadi tidak optimal. Kemudian tidak memanfaatkan promosi dengan baik dan adanya keterbatasan anggaran juga menjadi penyebab dari kurangnya pengoptimalan konsep POAC. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan pengoptimalan konsep POAC yang memumpuni guna mencapai pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Octavianti et al. (2021) menjelaskan bahwa dengan pengoptimalan konsep *planning, organizing, actuating dan controlling* (POAC) dapat menjalin interaksi yang baik dan menyuarakan opini menguntungkan oleh *stakeholder*. Selanjutnya oleh Askari et al. (2023) dengan pengoptimalan fungsi konsep *planning, organizing, actuating dan controlling* (POAC) oleh Disparbud Kabupaten Garut berhasil menciptakan penyusunan strategi komunikasi yang efektif dan berhasil menarik perhatian wisatawan.

Dengan penerapan konsep POAC selain berdampak terhadap komunikasi yang efektif juga berdampak terhadap peningkatan perekonomian daerah. Pada penelitian oleh Saputra dan Ali (2022), menerapkan fungsi konsep POAC dapat dijadikan sebagai panduan dalam upaya *recovery* ekonomi dan peningkatan pengunjung. Menurut Talalu dan Sadewo (2021) menyatakan penerapan konsep POAC pariwisata berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan yang mengalami penurunan karena pandemi Covid-19. Hal ini juga diperkuat oleh Ekasari et al.

(2023) bahwa penerapan konsep POAC secara digital berupaya dalam pemulihan ekonomi yang berkelanjutan dan memberikan manfaat yang besar bagi UMKM. Maka dengan mengoptimalkan konsep (*planning, organizing, actuating dan controlling*) POAC dapat menciptakan komunikasi dan hubungan yang positif antar *stakeholder* dan mengoptimalkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Untuk itu Dinas Pariwisata hendaklah mengoptimalkan konsep POAC terutama dalam pengelolaan destinasi wisata yang kaya akan geologi seperti Lembah Harau yang terletak di Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat.

Lembah Harau merupakan destinasi wisata yang berada diantara dinding curam dengan panoramanya yang indah dan eksotis. Lanskap dari Lembah Harau berupa persawahan dan pedesaan seluas 669 hektar yang berada diantara dua bukit batu granit setinggi 300 meter. Lembah Harau dikelilingi beberapa Bukit, yakni Bukit Jambu, Bukit Singkarak, Bukit Air Putih, dan Bukit Tarantang. Lembah Harau juga dikenal dengan sebutan "Lembah Yosemite" karena kemiripannya dengan Taman Nasional Sierra Nevada, California yaitu Lembah Yosemite. Sehingga Lembah Harau dinobatkan menjadi salah satu lembah paling indah di Indonesia (Saputra, 2022). Lembah Harau populer karena berbagai objek wisata, termasuk Air Terjun Bunta, Air Terjun Harau, dan Air Terjun Donat. Berbagai potensi yang dimiliki oleh Lembah Harau, membuatnya diakui sebagai sebuah taman geologi di Sumatera dan telah mengalami pengembangan sesuai pilar 4A (*attraction, accessibility, amenity, ancillary*) (Fletcher & Gilbert, 2005, dalam Prabawati, 2020).

Upaya pertama adalah *attraction*, dimana pariwisata memiliki daya tarik yang dapat memicu minat berkunjung (Prabawati, 2020). Untuk menarik minat wisatawan, pemerintah menjadikan air terjun sebagai tujuan wisata utama Lembah Harau. Namun selain pengelolaan pemerintah, sektor wisata dan investor juga ikut serta dalam pengembangan *attraction* di Lembah Harau seperti Objek Wisata Kampuang Sarosah menyediakan miniatur nuansa Eropa, Jepang dan Korea (Valdisa, 2021). Kemudian Objek Wisata Harau Sky menyediakan fasilitas *waterboom*, penginapan, restoran dan spot foto (Harau Sky, 2023). Sama halnya dengan Objek Wisata Harau Sky, Objek Wisata Swarnabhumi juga mengusung tema *selfie*, resto dan penginapan yang cocok untuk berbagai kalangan. Selain objek wisata, yang menjadi daya tarik dari Lembah Harau ini juga menyoroti lembaga pendidikan. Di Lembah Harau terdapat lembaga sekolah islam Insan Cendikia Boarding School (ICBS) dan *Harau*

*Valley English School* untuk meningkatkan kemampuan berbahasa asing dengan periode yang diinginkan oleh pelajar (*Harau Valley English School, 2024*).

*Accessibility* sebagai pilar kedua merujuk pada sarana dan prasarana kemudahan akses transportasi menuju tempat wisata (Prabawati, 2020). Di Lembah Harau telah dilakukan pelebaran jalan seperti yang dilansir Staff Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota Neli 15 november 2023 “*Sebelum corona, telah dilakukan pelebaran jalan untuk mengurangi kemacetan jika terjadi pembudakan pengunjung di event-event besar seperti dihari lebaran*”. Kemudian pilar ketiga yaitu *amenity* mencakup ketersediaan fasilitas akomodasi, gerai makanan, cenderamata, penyedia pelayanan perjalanan, pemandu dan layanan pusat informasi wisata (Prabawati, 2020). Lembah Harau berdampak positif pada penghidupan warga setempat dengan peningkatan jumlah *homestay* yang tersedia (Anggraini & Diana, 2022). Kemudian Lembah Harau memiliki fasilitas kantor pusat informasi seperti yang dilansir oleh Staff Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota Neli 2 Januari 2023 “*Untuk dinas terdapat fasilitas kantor pusat informasi di objek wisata aka barayun*”.

Pilar keempat adalah *ancillary*, merujuk pada fasilitas penunjang termasuk layanan kesehatan dan keamanan, layanan perbankan, toilet umum, saluran komunikasi, kurir/pos, dan elemen-elemen lainnya (Prabawati, 2020). Lembah Harau memiliki tim keamanan dan kesehatan pada saat *event* besar dan juga terdapat fasilitas umum yaitu toilet umum dan tempat ibadah. Hal ini seperti yang dilansir oleh Staff Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota Neli 2 Januari 2023 “*Kalau misalnya di hari libur lebaran, natal atau lainnya terdapat tim kesehatan dan tim keamanan, kemudian toilet umum terdapat disetiap lokasi, terdapat mushalla dan juga pentas seni.*”

Berdasarkan potensi alam dan pengembangan Lembah Harau, maka dalam Keputusan Bupati Lima Puluh Kota Nomor 28 tahun 2019 telah ditetapkan *branding* Kawasan *Geopark* Harau. Bahkan Kawasan *Geopark* Harau meraih Peringkat 2 sebagai Daya Tarik Wisata Unggulan (DTWU) Tingkat Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2022. Didalam Kawasan *Geopark* Harau meliputi beberapa kecamatan yaitu Kecamatan Harau, Kecamatan Mungka, Kecamatan Bukit Barisan dan Kecamatan Gunung Omeh. Berdasarkan dokumen pengusulan (*dossier*) *Geopark* Harau terdapat 25 situs geologi yang merupakan bagian dari Kawasan *Geopark* Harau yang tersebar di empat kecamatan tersebut (Nurhasanah, 2023). Namun

dikarenakan Lembah Harau sebagai inti atau induk *dossier geopark* maka di branding dengan nama Kawasan *Geopark* Harau yang nantinya diikuti dengan pengembangan titik koordinat lainnya. Hal ini dilansir oleh Kepala Bidang Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Lima Puluh Kota Nopi 29 Maret 2024 “*Sebagai inti atau induk dossiernya geopark, titik koordinat geopark itu ya Lembah Harau, makanya namanya brandnya kita beri dengan nama Geopark Harau tapi nanti untuk pengembangan kedepan dan perluasan wilayahnya itulah titik yang 12 tadi nah ini untuk pengembangan.*”

Adapun upaya untuk memperkenalkan Kawasan *Geopark* Harau diperlukan *branding* dengan penetapan nama, tema dan logo untuk mempromosikan ikon *Geopark* Harau ke Nusantara maupun mancanegara. Hal ini tertuang dalam Keputusan Bupati Lima Puluh Kota Nomor 113 Tahun 2019 Tentang Penetapan Nama, Tema dan Logo *Geopark* Harau. Adapun penetapan tema *geopark* adalah “Pengangkatan Komplek Kipas Alluvial dan Jejak Megalithikum”. Kemudian penetapan logo *geopark* memiliki deskripsi dan makna satu kesatuan yang utuh. Pembiayaan untuk keputusan dibebankan kepada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Lima Puluh Kota. Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan yaitu 16 April 2019.



**Gambar 1. 1 Logo Kawasan *Geopark* Harau**

Sumber: (Dokumen Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota, 2024)

Untuk mencapai Tema Pengembangan Kawasan *Geopark* Harau yang telah ditetapkan melalui Surat Keputusan Bupati Tahun 2019, terdapat visi dan misi dalam *Masterplan Geopark* Harau. Visi *geopark* adalah “Mewujudkan *Geopark* Harau Melalui Pariwisata Yang Berkelanjutan”. Diikuti dengan misi *geopark* sebagai berikut; (1) Terwujudnya zona geologi, zona budaya, zona hayati dengan basis pengembangan konservasi, edukasi/penelitian, wisata, dan pengembangan ekonomi berbasis masyarakat. (2) Tersedianya sarana dan sistem prasarana (amenitas) yang

memadai untuk kepentingan kegiatan pariwisata dan umum dengan skala pelayanan regional (sekitar kawasan). (3) Terwujudnya atraksi/kegiatan wisata yang berbasis pada geologi, budaya dan hayati yang melibatkan secara aktif masyarakat dan wisatawan (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, 2022).

Lembah Harau yang saat ini telah di-branding sebagai Kawasan *Geopark* Harau menjadi wisata yang memiliki nilai tambah. Menurut Yusof et al. (2019) tidak semua kawasan wisata mendapatkan penghargaan wisata *geopark*, sehingga status *geopark* menjadi suatu nilai jual yang berbeda dengan wisata lainnya. Dibuktikan pada penelitian Khasanah et al. (2023) bahwa *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu adalah terobosan ektivitas pertumbuhan ekonomi tanpa merusak lingkungan. Maka Lembah Harau sebagai Kawasan *Geopark* Harau penting untuk selalu dikembangkan untuk pertumbuhan aspek perekonomian yang lebih baik dan tetap menjaga alam. Dalam peraturan Bupati Lima Puluh Kota Nomor 47 Tahun 2020 menyatakan bahwa sektor pariwisata merupakan penggerak perekonomian masyarakat sebagai salah satu sektor unggulan secara berkelanjutan. Sesuai dengan arah tujuan *Sustainable Development Goals* (SDG'S) indikator 8.9, bertujuan untuk mendukung pariwisata berkelanjutan, mempromosikan warisan budaya serta produk lokal dan menciptakan lapangan kerja (Pilar Pembangunan Ekonomi, 2017).

Namun untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, terdapat permasalahan dan hambatan komunikasi yang terdapat dalam upaya mem-branding Lembah Harau sebagai Kawasan *Geopark* Harau oleh Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota. Sehingga dibutuhkan upaya audit komunikasi oleh penulis yang nantinya dapat menghasilkan rekomendasi untuk instansi terkait upaya mem-branding Lembah Harau sebagai Kawasan *Geopark* Harau. Permasalahan komunikasi yang ditemukan pada saat melakukan diagnosis terhadap Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota, pertama adalah kurangnya pengendalian Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota. Hal ini membuat pihak swasta bertindak secara independen sehingga pembangunan wahana, akomodasi, dan infrastruktur pendukung wisata yang tidak mencerminkan kearifan lokal (Yusman et al., 2021). Permasalahan ini termasuk kedalam dimensi audit komunikasi yang berhubungan dengan kepemimpinan dan kewenangan karena kurangnya pengendalian oleh pihak Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota menunjukkan adanya kelemahan dalam kepemimpinan dan distribusi kewenangan. Akibat dari kurangnya pengawasan ini, pihak swasta mengambil inisiatif secara

independen yang tidak sejalan dengan kebijakan yang seharusnya mencerminkan kearifan lokal.

Permasalahan kedua adalah Pokdarwis di Lembah Harau sudah tidak aktif. Tidak aktifnya Pokdarwis Lembah Harau dikarenakan tidak memiliki inisiatif yang tinggi untuk kemajuan wisata. Hal ini dilansir oleh Kepala Pengembangan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota Fadli 15 November 2023. *“Pemerintah daerah sudah melakukan edukasi kepada Pokdarwis, seharusnya Pokdarwis memiliki suatu inisiatif bagaimana mengembangkan destinasi wisata yang dikelola oleh mereka, jadi tidak hanya mengharapkan dari pemerintah daerah atau Dinas Pariwisata saja, padahal sudah dilakukan pelatihan untuk mereka”*. Permasalahan ini termasuk kedalam dimensi audit komunikasi yang berhubungan dengan partisipasi anggota instansi pemerintah dan publik karena kurangnya inisiatif dari Pokdarwis dalam mengembangkan wisata, meskipun pemerintah daerah sudah memberikan pelatihan dan edukasi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi dan inisiatif dari pihak Pokdarwis dalam mengambil peran aktif sangat rendah, yang merupakan elemen kunci dalam dimensi partisipasi.

Permasalahan terakhir terjadinya penurunan pengunjung. Berdasarkan statistik wisatawan dan wisman dari tahun 2019 dengan jumlah pengunjung 384.037 turun menjadi 237.241 pengunjung pada tahun 2021. Hal ini juga diikuti pada tahun 2022 dengan jumlah pengunjung yang sama yaitu 237.241 (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota, 2024). Maka terlihat bahwa pengunjung pada tahun 2021 dan 2022 tidak sebanding dengan jumlah pengunjung pada tahun 2019.

Bulan Month	Wisman Local Tourist	Wisman Foreign Tourist	Jumlah Total
(1)	(2)	(3)	(4)
Januari/January	21.586	--	21.586
Februari/February	19.546	--	19.546
Maret/March	14.197	--	14.197
April/April	20.000	--	20.000
Mei/May	29.004	--	29.004
Juni/June	36.320	--	36.320
Juli/July	32.620	--	32.620
Agustus/August	16.571	--	16.571
September/September	16.826	--	16.826
Oktober/October	13.638	--	13.638
November/November	21.200	--	21.200
Desember/December	29.858	--	29.858
<b>Jumlah/Total</b>	<b>281.366</b>	<b>--</b>	<b>281.366</b>

Sumber/Sourc: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota Regional Office of Tourism, Youth and Sports of Lima Puluh Kota Regency

**Gambar 1. 2 Daftar Kunjungan 2023**

Sumber : Dokumen Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota (2024)

Adapun upaya Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota untuk memulihkan perekonomian dengan merencanakan untuk meningkatkan pengunjung sebanyak 370 ribu pada tahun 2023 (Tegar, 2023). Namun pada kenyataannya pengunjung di Lembah Harau belum mencapai target tersebut. Berdasarkan data dari Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota, total pengunjung pada tahun 2023 yaitu 281.366 pengunjung. Terjadinya penurunan dan tidak tercapainya tujuan untuk meningkatkan pengunjung mengakibatkan berkurangnya pendapatan asli daerah (PAD), sehingga Lembah Harau masih dalam fase *recovery* pariwisata. Fase *recovery* pariwisata ini juga menjadi salah satu faktor pembatalan *Tour De Singakarak* pada tahun 2023. Hal ini disebabkan karena kendala anggaran dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah khususnya kabupaten dan tempat yang menjadi rute etape (Hendra, 2023).

Untuk pulih dari pandemi membutuhkan upaya yang besar bahkan menurut Lamopia dan Nindya (2023) menyatakan bahwa adanya pandemi membuat banyak tempat wisata gulung tikar, Sehingga dalam upaya *recovery* pariwisata ini keterlibatan *stakeholder* sangat penting untuk mengelola Lembah Harau. Dalam Pasal 6 Peraturan Bupati Lima Puluh Kota Nomor 47 tahun 2020 dijelaskan bahwa tugas pemerintah daerah adalah menyediakan sarana, prasarana, dan infrastruktur untuk pengembangan wisata. Maka Lembah Harau dikelola oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota dalam pemanfaatan dan pengembangan wisata. Sesungguhnya Dinas Pariwisata memiliki pengaruh yang kuat akan pemulihan perekonomian pariwisata pasca pandemi Covid-19 (Handayani et al., 2022).

Penelitian ini bukanlah penelitian satu-satunya yang pernah dilakukan, terdapat penelitian sebelumnya yang membahas audit komunikasi dalam upaya *branding* yaitu penelitian yang dilakukan oleh Zaenal dan Lusianawati (2021) yang berjudul “ANALISIS DESKRIPTIF AUDIT KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA PROVINSI DKI JAKARTA DALAM MENSUKSESKAN PROGRAM “ENJOY JAKARTA”. Yang menjadi keterbatasan dari penelitian ini adalah objek yang hanya berpatok pada wilayah atau *region* tertentu yaitu Provinsi DKI Jakarta. Lalu penggunaan analisis penelitian dimensi audit komunikasi internal terkait program *Enjoy Jakarta* sebagai *city branding*. Kemudian objek dari penelitian ini bukanlah wisata *geopark*, dimana pengelolaan wisata yang telah di *branding* sebagai wisata *geopark* akan berbeda dengan wisata



lainnya. Maka dari itu tempat objek penelitian yang penulis angkat adalah pariwisata Lembah Harau yang telah di branding sebagai Kawasan *Geopark* Harau. Menggunakan teori audit komunikasi dengan konsep POAC dan *destination branding* untuk mencari permasalahan komunikasi dan rekomendasi pada proses audit komunikasi terhadap Disparpora Kabupaten Lima Puluh Kota dalam membranding Lembah Harau sebagai Kawasan *Geopark* Harau pasca pandemi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Penggunaan metode kualitatif ditujukan agar hasil penelitian dapat dilakukan secara mendalam dengan pendekatan studi kasus sehingga penulis dapat memahami kasus penelitian secara rinci dan berkesempatan untuk memberikan wawasan kepada penulis selanjutnya. Adapun metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan komprehensif tentang permasalahan yang akan diteliti. Maka dari itu dengan penggunaan metode pengumpulan data kualitatif, penulis dapat memahami dan mengetahui permasalahan komunikasi dan rekomendasi pada proses audit komunikasi terhadap manajemen Dinas Pariwisata dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota dalam membranding Lembah Harau sebagai Kawasan *Geopark* Harau Pasca Pandemi.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan. Maka tujuan dari dilaksanakannya penelitian untuk mengetahui permasalahan komunikasi dan rekomendasi pada proses audit komunikasi terhadap Dinas Pariwisata dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota dalam membranding Lembah Harau sebagai Kawasan *Geopark* Harau pasca pandemi.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas penulis mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimana permasalahan dan rekomendasi pada proses audit komunikasi oleh Dinas Pariwisata dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota dalam membranding Lembah Harau sebagai Kawasan *Geopark* Harau Pasca Pandemi?

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan terlaksananya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini, sebagai berikut:

##### 1.4.1 Manfaat Teoritis :

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih ide mengenai teori audit komunikasi dalam membranding kawasan wisata *geopark*.
2. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan akademisi mengenai teori audit komunikasi dalam konteks membranding kawasan wisata *geopark*. Melalui analisis yang komprehensif, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan oleh penulis selanjutnya dan pengembangan praktis di bidang komunikasi .

##### 1.4.2 Manfaat Praktis:

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Lima Puluh Kota sebagai bahan masukan terkait audit komunikasi, sehingga lebih optimal dalam membranding Lembah Harau sebagai Kawasan *Geopark* Harau.

#### 1.5 Waktu Penelitian

**Tabel 1.1**  
**Waktu dan Lokasi Penelitian**

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN								
		DES	JAN	FEB	MAR	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AGU
1.	Penyusunan Proposal Skripsi									
2.	Desk Evaluation									
3.	Pengumpulan Data									

4.	Analisis Data (BAB 4-5)									
5.	Sidang									

Sumber: Olahan Penulis (2024)