



## STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA PURA DALAM RELOKASI PEDAGANG DI KAWASAN PURA BESAKIH

Bagus Ade Tegar Prabawa<sup>1</sup>, Made Ika Kusuma Dewi<sup>2</sup>, Ni Nyoman Ayu Swarthini<sup>3</sup>, Luh Komang Adinda Swadanasari<sup>4</sup>, dan I Made Divpa Jaya Kusuma<sup>5</sup>

Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar<sup>12345</sup>

### Abstract

*The Nangun Sat Kertih Loka Bali program encompasses the arrangement of the Besakih Temple area in the construction of parking facilities, kiosks, sanitation facilities, and other suitable amenities in the Besakih Temple area. The kiosks built in the arrangement of the Besakih Temple area aim to facilitate traders who sell within the temple grounds, thus enhancing the local economy and regulating unauthorized vendors in the Besakih Temple area. The current challenge faced by the government is relocating these vendors away from the temple area and asking them to move to designated locations. Naturally, this relocation process has met with strong protests from the vendors, necessitating effective communication strategies by the government to achieve the desired outcomes. The objectives of this research are to describe the communication strategies and the implementation of communication strategies employed by the Temple Management in the effort to relocate vendors in the Besakih Temple area. The method used in this research is qualitative descriptive. The results of this research include: 1) The government conducted research to identify the issues arising from the vendor relocation. 2) The government formulated a communication plan, which includes: (a) Sending messages or notifications to the vendors. (b) Selecting the appropriate communication channels. (c) Establishing an integrated team as communicators. (d) Collecting feedback from both parties. 3) During the relocation implementation phase, several issues were identified, including: (a) Resistance from some vendors. (b) Reduced visitors in the Bencingah Area. (c) Some vendors expressing satisfaction with the relocation. (d) Reduced traffic congestion during the Karya Betara Turun Kabeh ceremony. (e) Besides constructing vendor kiosks, free transportation, selfie spots, parking areas, public toilets, and meeting halls were provided. 4) The evaluation phase includes: (a)*

<sup>1</sup> [tegarprabawa@uhnsugriwa.ac.id](mailto:tegarprabawa@uhnsugriwa.ac.id)

<sup>2</sup> [ikakusumadewi@gmail.com](mailto:ikakusumadewi@gmail.com)

<sup>3</sup> [swarthini@gmail.com](mailto:swarthini@gmail.com)

<sup>4</sup> [swadanasari@gmail.com](mailto:swadanasari@gmail.com)

<sup>5</sup> [divpajayakusuma@gmail.com](mailto:divpajayakusuma@gmail.com)

*Resistance from vendors to relocation. (b) The community parking area has not been fully utilized*

**Keywords**

*Strategy, Communication, Vendor Relocation*

**PENDAHULUAN**

Bali memiliki Program Nangun Sat Kertih Loka Bali yang salah satunya dalam bidang agama adalah penataan Kawasan pura yang bertujuan untuk membangun atau mengembangkan tempat parkir, kios, fasilitas MCK, dan fasilitas lain yang layak di kawasan Pura (Disbut Baliprov, 2018). Kawasan pura yang di maksud salah satunya adalah menata kawasan Pura Besakih upaya perlindungan kawasan cagar budaya yang merupakan pusat peribadahan umat Hindu di Bali sekaligus destinasi wisata kelas dunia. Akan tetapi pekerjaan fisik penataan Kawasan Pura Agung Besakih tidak menyentuh area bangunan utama Pura Besakih yang digunakan sebagai tempat persembahyangan umah Hindu. Penataan Kawasan Pura Besakih bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung yang beribadah ataupun yang akan berwisata. Karena saat ada upacara besar seperti Puncak Karya Puja Wali Ida Betara Turun Kabeh yang diselenggarakan setiap sasih kedasa kondisi pura akan sangat ramai untuk melakukan persembahyangan.

Pura Besakih yang terletak di kaki Gunung Agung yang berada di Kecamatan

Rendang, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali yang merupakan pura terbesar dan paling suci di Bali dan juga sebagai pusat pelayanan spiritual utama umat Hindu di Bali bahkan di Indonesia untuk melakukan persembahyangan. Perpaduan lansekep dan arsitektur bangunan pura yang indah juga menjadikan Kawasan Pura Besakih sebagai salah satu destinasi wisata kelas dunia. Penataan Kawasan Pura Besakih di mulai sejak bulan agustus 2021 dan telah di resmikan pada tanggal 13 Maret 2023 oleh Presiden Joko Widodo yang di damping oleh Menteri Kabinet Indonesia Maju, dan Gubernur Bali beserta Jajaranya. (Sekretariat Kabinet, 2023)

Menurut Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (2022), penataan Kawasan Pura Besakih meliputi dua area yaitu Area Manik Mas dan Area Bencingah. Penataan Area Manik Mas meliputi gedung parkir 5 lantai, 20unit kios besar, 36 unit kios kecil, Bale Pesandekan, Pura Melanting, bangunan Anjung Pandang, toilet dan jalan akses. Sedangkan penataan Area Bencingah meliputi pembangunan 194unit kios besar, 140unit kios kecil, Bale Pesandekan, Bale Gong, Pelataran, area

bermain anak, toilet dan area parkir. Kios-kios yang dibangun dalam penataan Kawasan Pura Besakih bertujuan untuk memfasilitasi pedagang-pedagang yang berjualan di areal pura. Kendala yang dihadapi pemerintah saat ini adalah merlokasi pedagang agar tidak lagi berjualan di areal Pura Besakih dan pedagang diminta untuk pindah ketempat yang telah disediakan. Pedagang yang sudah lama berdagang dan memiliki pelanggan tetap tentu tidak langsung menerima agar dipindahkan ketempat yang baru dengan alasan takut kehilangan pelanggan yang nantinya berdampak pada penurunan pendapatan pedagang.

Pemerintah melakukan berbagai cara seperti sosialisasi, dialog, hingga diskusi dan mendengarkan segala aspirasi dan kebutuhan pedagang agar bersedia untuk di relokasi. Dari observasi awal yang dilakukan, ditemukan pedagang tersebut sempat melakukan protes pada awal pelaksanaan relokasi pedagang ke kios-kios yang telah ditentukan yang disebabkan oleh pedagang takut mengalami penurunan omset karena lokasi kios sekarang tidak dilalui pengunjung yang disebabkan oleh lokasi parkir yang terpusat di area Manik Mas, rata-rata pedagang sudah berjualan selama kurang lebih 10 tahun lamanya sudah merasa nyaman berdagang di areal Pura Besakih, dan tidak meratanya atau

tidak adilnya pembagian kios-kios yang telah disediakan oleh pemerintah.

Ketika akan dilaksanakan relokasi pedagang di Kawasan Pura Besakih menimbulkan pro dan kontra. Dengan adanya relokasi tersebut tentu tidak serta merta dapat dilaksanakan tanpa adanya komunikasi yang berlangsung antara pemerintah dan juga para pedagang yang beraktifitas di Pura Besakih. Perlu adanya strategi komunikasi yang diterapkan pengelola pura agar pedagang yang beraktifitas di Pura Besakih berkenan untuk pindah ke kios-kios yang telah ditentukan sehingga program penataan Kawasan Pura Besakih dapat terlaksana sesuai dengan rencana. Strategi komunikasi pada hakekatnya adalah perencanaan dan penerapan manajemen untuk mencapai suatu tujuan, dimana strategi merupakan taktik operasional dari suatu kegiatan. (Kalianda, 2018)

Menurut Kalinda (2018), dalam komunikasi memerlukan strategi dikarenakan sebuah pesan yang akan disampaikan haruslah dapat diterima oleh target dan mendapatkan respon yang diinginkan. Maka hal ini memerlukan beberapa komponen dengan peranan masing-masing seperti komunikator, pesan, saluran dan sebagainya. Melihat protes keras yang sempat disampaikan oleh para pedagang mengenai relokasi tersebut,

tentu membutuhkan strategi komunikasi yang baik bagi pemerintah guna dapat mewujudkan dengan humanis dan mencapai respon dan hasil yang diinginkan. Oleh karena itu berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian lebih mendalam mengenai “Strategi Komunikasi Pengelola Pura dalam Relokasi Pedagang di Kawasan Pura Besakih”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi Komunikasi yang dilakukan Pengelola Pura dalam upaya relokasi pedagang di Kawasan Pura Besakih dan untuk mengetahui implementasi strategi komunikasi yang dilakukan Pengelola Pura dalam upaya relokasi pedagang di Kawasan Pura Besakih.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode deskriptif yaitu para peneliti berusaha menggambarkan kegiatan penelitian yang dilakukan pada objek tertentu secara jelas dan sistematis. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena yang akan di hasilkan nanti berupa hal yang dapat di amati secara langsung, agar dapat mendeskripsikan hal-hal yang berkenaan dengan masalah yang diteliti dengan langsung terjun kelapangan yang mana dalam kasus ini peneliti meneliti strategi

komunikasi yang dilakukan oleh Pengelola Pura dalam relokasi pedagang di Kawasan Pura Besakih serta implementasi penerapan strategi yang dilakukan.

Penelitian ini berlokasi di Kawasan Pura Besakih Lokasi ini dipilih dikarenakan dalam melakukan relokasi atau pemindahan pedagang yang berada di Kawasan Pura Besakih merupakan wewenang Pengelola Pura dimana melibatkan masyarakat Desa Besakih yang sebagian besar berdagang di Kawasan Pura Besakih. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi yang dilakukan pengelola pura (Badan Pengelola Fasilitas Kawasan Suci Pura Agung Besakih) dalam merelokasi pedagang di Kawasan Pura Besakih. Sehingga penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Adapun informan pada penelitian ini yakni pihak yang dinilai memiliki pengetahuan mengenai permasalahan yang akan diteliti yang dalam hal ini adalah pihak yang terlibat dalam relokasi diantaranya, yaitu pengelola pura (Badan Pengelola Fasilitas Kawasan Suci Pura Agung Besakih), Kepala Desa Besakih, dan pedagang yang terlibat dalam relokasi di Kawasan Pura Besakih.

#### **PEMBAHASAN**

Pura Agung Besakih terletak di Desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten

Karangasem berada di lereng sebelah barat daya Gunung Agung yang merupakan gunung tertinggi di Bali. Akses dari Kota Denpasar untuk mencapai tempat ini berjarak sekitar 25 km ke arah utara dari Kota Semarapura – Kabupaten Klungkung. Pura Agung Besakih terdiri dari gugusan tempat persembahyangan yang terdiri dari 18 buah pura dan 17 buah pedharman, serta beberapa pura pemaksan yang meliputi areal sekitar 12 km<sup>2</sup>. Susunan pura didasarkan atas adanya kelompok pura pertama di bawah Pura Penataran Agung disebut sasoring ambal-ambal dan ke dua Pura di atas Pura Penataran Agung disebut saduhuring ambal-ambal. Pura yang paling di bawah atau di depan adalah Pura Pesimpangan. Pura yang paling tinggi letaknya adalah Pura Tirtha. Pura Peninjoan adalah tempat yang dipergunakan oleh Mpu Kuturan untuk meninjau kompleks Pura Besakih pada waktu diadakan perluasan. Ke 18 Pura itu adalah; 1. Pura Penataran Agung; 2. Pura Batu Madeg. 3. Pura Kiduling Kreteg; 4. Pura Gelap; 5. Pura pengubengan; 6. Pura Tirtha; 7. Pura Peninjoan. 8. Pura Hyang Aluh; 9. Pura Basukian; 10. Pura Banua; 11. Pura Mra'jan kanganin; 12. Pura Pura Merajan Selonding; 13. Pura Gua; 14. Pura Ulun Kulkul; 15. Pura Bangun Sakti; 16. Pura Manik Mas; 17. Pura Dalem Puri; dan 18. Pura Pesimpangan. (StuartFox, 1987: 84).

### **Strategi Komunikasi Pengelola Pura dalam Relokasi pedagang di Kawasan Pura Besakih**

Pelaksanaan sebuah kebijakan atau implementasi kebijakan tentu bersifat publik dan untuk kepentingan publik. Sebuah kebijakan publik akan diambil sebagaimana tujuan dan sasarannya. Oleh karena itu, kebijakan publik tidak akan dimulai sebelum tujuan dan sasarannya ditetapkan terlebih dahulu (Aneta, 2010). Guna mencapai hal tersebut maka di perlukan adanya sebuah komunikasi antara masyarakat dan pemerintah guna mencapai sebuah kesepakatan dan memperlancar pelaksanaan kebijakan sebagaimana yang ditetapkan melalui peraturan maupun program. Dan guna memperlancar komunikasi yang dilakukan, diperlukan adanya sebuah strategi dalam melakukan komunikasi. Sebagaimana yang diketahui bahwasanya strategi komunikasi dapat dikatakan sebagai satu bagian dari perencanaan komunikasi serta manajemen komunikasi yang mana pada akhirnya memiliki tujuan tertentu yang telah ditetapkan (Sudarman, 2018).

### **Penelitian Mengenai Permasalahan (Reaserch)**

Sebuah penelitian dimaksudkan agar sebuah permasalahan dan problematika dalam suatu hal atau lembaga

dapat diketahui. Hal ini juga merupakan sebuah tahapan penemuan fakta lapangan (Cangara,2013). Dalam melakukan relokasi pasar ini, pemerintah melakukan sebuah reaserch atau penelitian terlebih dahulu mengenai keberadaan pedagang di Kawasan Suci Pura Agung Besakih dalam aspek administrasi maupun hukum. Sebagaimana yang disampaikan oleh Gusti Bagus Kariawan Sebagai Kepala bidang Operasional dan Pelayanan.

“Gusti Bagus Kariawan Sebagai Kepala bidang Operasional dan Pelayanan (60 Tahun hasil wawancara 21 Juni 2023) dari jamannya Presiden SBY sudah ada isu akan adanya relokasi yang tentunya pasti ada reaserch terlebih dahulu dulu tentang Penataan Kawasan Suci Pura Agung Besakih, akan tetapi baru saat ini dapat terealisasi. Dilihat pedagang ini tujuan sebenarnya apa, sudah ada izin belum, atau mengganggu masyarakat ngak, mengganggu pengunjung ngak, apakah boleh kita membangun fasilitas di Kawasan Pura, dan lain-lain. Itu penting nanti dilihat aspek-aspek itu baru dilakukan tindakan selanjutnya apakah ini sesuai atau tidak kalau memang ngak sesuai yang dicari jalan keluarnya supaya pencaharian pedagang itu hidup malah merugikan mereka dan juga tidak mencemari kesucian pura”.

Hal tersebut tentu perlu untuk dilakukan agar dapat melakukan pemecahan masalah dengan baik dan juga dapat mengatasi sebuah masalah dengan tidak menimbulkan masalah baru atau menghindari pengambilan kebijakan yang tidak populis sehingga kerugian baru bagi masyarakat khususnya pedagang ataupun pengunjung di Kawasan Pura Besakih tersebut. Dalam pelaksanaan relokasi di Kawasan Pura Besakih, Badan Pengelola Fasilitas Kawasan Suci Pura Agung Besakih menemukan beberapa hal yang menjadi alasan utama perlunya dilakukan sebuah tindakan terhadap pedagang tersebut yang dalam hal ini tindakan yang diambil adalah melakukan relokasi. Yang mana pedagang di Kawasan Pura Besakih sejatinya merupakan masyarakat sekitar yang berdagang di Kawasan Pura Agung Besakih tanpa adanya aturan yang jelas mengatur mereka berdagang di tempat tersebut. Terlebih lagi, terlebih lagi tanpa adanya izin dari pemerintah atau pengelola, dan keberadaan pedagang di Kawasan Pura Agung Besakih membuat ketidaknyamanan pengunjung yang akan bersembahyang saat dilaksanakan Karya Turun Kabeh, akses pengunjung yang ingin bersembahyang ke areal pura menjadi terhambat, sampah bekas makanan berserakan akibat aktifitas perdagangan, dan lingkungan pura menjadi kumuh. Hal tersebut sebagaimana yang disampaikan

oleh Gusti Bagus Kariawan Sebagai Kepala bidang Operasional dan Pelayanan Kawasan Suci Pura Besakih yang mengungkapkan bahwa.

“Gusti Bagus Kariawan Sebagai Kepala bidang Operasional dan Pelayanan Kawasan Suci Pura Besakih (60 Tahun hasil wawancara 21 Juni 2023) memang perlu adanya pembangunan kios yang layak karena memang mereka tidak punya izin untuk berjualan di Kawasan Pura Agung Besakih, banyak pedagang liar yang berjualan di Areal Pura, yang menggunakan bahu jalan, tempat parkir, bahkan ada yang berjualan di Pura Penataran sehingga membuat pemedek merasa tidak nyaman untuk nangkil karena sering terjadinya kemacetan bahkan sampai berjam-jam lamanya akibat dari tempat parkir yang tidak mampu menampung jumlah kendaraan pemedek ditambah lagi pedagang berjualan di trotoar. Saya juga sering melihat tumpukan sampah di area pura yang bahkan sampai sehari-hari dibiarkan begitu saja takutnya nanti malah mencemari kesucian pura”.

Penataan Kawasan Pura Agung Besakih pada dasarnya adalah untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung sehingga kesucian pura dapat

terjaga, sehingga perlu adanya pembangunan kios-kios pedagang di Areal Bencingah dan di Areal Manik Mas. Ini merupakan tantangan bagi Badan Pengelola Fasilitas Kawasan Suci Pura Agung Besakih untuk merelokasi pedagang dari sistem berdagang secara acungan ke kios-kios yang telah disediakan, tentu terjadi penolakan bahkan protes yang dilakukan oleh pedagang tentang pembagian kiosnya hingga bagaimana cara untuk mendapat kios dengan lokasi yang menguntungkan bagi pedagang. Mereka menuntut agar mendapat kios di Area Manik Mas karena kios-kios yang ada di tempat tersebut merupakan pintu masuk dari Gedung Parkir Menuju ke Pura Agung Besakih. Sedangkan kios-kios yang ada di Area Manik Mas tidak mampu menampung seluruh Pedagang. Kios di Area Manik Mas hanya mampu menampung 56 pedagang sedangkan jumlah pedagang keseluruhan yang akan di relokasi berjumlah 380 pedagang. Hal tersebut sebagaimana yang disampaikan oleh Gusti Bagus Kariawan Sebagai Kepala bidang Operasional dan Pelayanan Kawasan Suci Pura Besakih yang mengungkapkan bahwa.

“Gusti Bagus Kariawan Sebagai Kepala bidang Operasional dan Pelayanan Kawasan Suci Pura Besakih (60 Tahun hasil wawancara 21 Juni 2023) pembangunan kios-kios yang

dicanangkan pemerintah adalah area Bencingah dan Manik Mas. Dalam relokasi pedagang banyak penolakan dan protes yang dilakukan pedagang terkait pembagian kios, mereka semua menuntut agar mendapat kios di Margi Agung (Manik Mas) karena tempat tersebut merupakan pintu masuk pemedek dari Gedung Parkir Manik Mas Menuju Pura Agung Besakih”.

Dari penjelasan tersebut dapat ditarik beberapa kesimpulan yang mana dalam melaksanakan strategi komunikasi terlebih dahulu dilakukan tahapan penelitian atau reaserch sebelum melakukan relokasi yang mana agar didapati permasalahan atau problematika yang ada serta dapat dilakukan pemecahan masalah.

### **Perencanaan (Planning)**

#### **Pesan (Message)**

Pesan adalah sesuatu keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan bisa bersifat suatu informasi yang kemudian suatu komunikan (penerima pesan) dapat menyimpulkan sendiri. Pesan juga bisa berupa suatu persuasive atau bujukan. Persuasive bujukan, yakni membangkitkan dan kesadaran seseorang bahwa apa yang kita sampaikan akan memberi sesuatu berupa pendapat atau sikap, sehingga ada perubahan (Andreas 2017). Dalam penelitian ini, sebagaimana

yang telah dibahas sebelumnya bahwasanya Pedagang di Kawasan Pura Besakih tidak memiliki izin untuk berdagang, berdagang menggunkan bahu jalan dan tempat parkir, terjadinya tumpukan sampah akibat aktivitas perdagangan, dan sebagainya oleh karenanya Pemerintah terlebih dahulu menyampaikan pesan kepada pedagang serta pengelola Kawasan Pura Besakih mengenai relokasi yang akan dilakukan agar tidak menimbulkan kesalah pahaman dan menghindari terjadinya kerusuhan atau protes dari pedagang akibat dilakukannya relokasi.

Salah satu isu krusial dalam relokasi pedagang adalah kejelasan informasi. Penting bagi para pedagang untuk mengetahui rencana relokasi mereka dengan jelas, termasuk tujuan relokasi, persiapan yang diperlukan, dan prosedur yang harus diikuti. Tanpa informasi yang jelas, ada risiko ketidakpuasan dan konflik. Pemberian informasi sebelumnya memberikan kesempatan kepada para pedagang untuk mempersiapkan diri dengan baik. Mereka dapat merencanakan kembali bisnis mereka, mengatur logistik, dan mengantisipasi dampak dari perubahan lokasi. Dalam proses relokasi, penting untuk melibatkan pedagang dalam pengambilan keputusan. Mereka memiliki kepentingan yang besar dan pendapat mereka perlu

didengar. Ini dapat menciptakan rasa kepemilikan terhadap proses relokasi. Pemberitahuan yang jelas juga dapat membantu pemerintah dalam menyiapkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mendukung relokasi, seperti fasilitas baru, infrastruktur, dan dukungan lainnya.

### **Media (Channel)**

Dalam penelitian ini, pesan yang ingin disampaikan berupa sebuah pemberitahuan kepada lingkup masyarakat tertentu. Maka media peyampaian pesan yang digunakan haruslah tepat sehingga pesan yang ingin disampaikan tersampaikan dengan baik. Pemerintah dan Badan Pengelola Fasilitas Kawasan Suci Pura Agung Besakih menggunakan media seperti surat, website resmi Provinsi Bali, media cetak, radio, televisi, spanduk, sosial media serta mengadakan paruman (rapat) yang bertujuan sebagai pemberitahuan agar seluruh pihak yang terlibat baik di pedagang di Kawasan Pura Besakih maupun para pengunjung.

Pemilihan penggunaan surat, website, media cetak, radio, televisi, spanduk, social media, dan paruman (rapat) sebagai media komunikasi menunjukkan pendekatan formal dalam menyampaikan informasi, memberikan kesan resmi kepada para penerima pesan, termasuk pedagang dan pengunjung. Sementara itu, penggunaan

media digital dan social media sebagai media audio visual komunikasi adalah langkah yang baik, karena media ini dapat menjangkau pengunjung dan pedagang dengan cara yang lebih mudah. Pendekatan cerdas dilakukan dengan memilih tempat-tempat strategis untuk memasang spanduk, memastikan bahwa pesan relokasi dapat dilihat oleh sebanyak mungkin orang, termasuk pedagang dan pengunjung yang hadir langsung di area tersebut. Selain itu, perlu mempersiapkan diri atas kemungkinan pertanyaan atau tanggapan dari pedagang dan pengunjung terkait relokasi. Oleh karena itu, penting untuk mengukur penerimaan dan pemahaman akan pesan ini, serta siap memberikan umpan balik jika muncul pertanyaan atau kekhawatiran. Dalam berbagai konteks komunikasi, baik dalam hubungan pribadi, profesional, atau lintas budaya, penting untuk mengukur penerimaan dan pemahaman pesan serta memberikan umpan balik yang tepat jika diperlukan (Sjahrudin 2023).

### **Komunikator**

Menurut Liliweri 2017, menyatakan bahwa komunikator adalah individu atau entitas yang bertindak sebagai pengirim pesan dalam proses komunikasi. Tugas komunikator adalah merumuskan pesan, memilih saluran komunikasi yang sesuai,

dan menyampaikan pesan tersebut kepada audiens dengan tujuan untuk mencapai pemahaman, pengaruh, atau tujuan komunikasi lainnya. Sehingga dalam hal ini, komunikator merupakan pihak pemerintah sebagai lembaga pemerintah yang memegang tanggung jawab dalam melakukan relokasi dan melakukan seluruh tahapan relokasi serta hal yang diperlukan dalam relokasi seperti menyampaikan pesan, hingga melaksanakan relokasi. Komunikator memiliki peran sentral sebagai penghubung antara pemerintah dan penerima pesan dalam proses komunikasi.

Peran komunikator dapat diemban oleh pihak pemerintah, yang berfungsi sebagai lembaga yang memegang tanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan relokasi dan semua tahapan yang terlibat di dalamnya. Tugas-tugas komunikator dari pemerintah mencakup berbagai aspek penting yang berkaitan dengan relokasi, mulai dari merumuskan pesan yang jelas dan informatif, hingga memastikan pelaksanaan relokasi berjalan sesuai rencana. Sebagai komunikator, pemerintah perlu memastikan bahwa pesan yang disampaikan kepada para pedagang dan masyarakat secara umum adalah akurat, lengkap, dan dapat dimengerti dengan baik. Pesan-pesan tersebut harus mencakup informasi tentang rencana relokasi, tujuan dari relokasi, prosedur yang harus diikuti,

serta persiapan yang diperlukan dari para pedagang.

### **Efek atau Umpan Balik**

Umpan balik atau efek merujuk pada kesesuaian antara perilaku individu dengan harapan yang ada. Dalam konteks komunikasi, seorang komunikator yang menyampaikan pesan kepada penerima pesan (komunikatif) pada dasarnya juga menjadi komunikatif ketika menerima tanggapan dari penerima pesan tersebut. Tanggapan ini disebut sebagai umpan balik atau feedback. Dalam proses komunikasi, umpan balik memiliki peran sentral karena memberikan pandangan kepada komunikator tentang hasil dari komunikasi yang telah dilakukan. Umpan balik berfungsi sebagai indikator kritis yang memungkinkan penilaian apakah komunikasi tersebut sukses atau tidak. Penting untuk diakui bahwa umpan balik memiliki peranan ganda, yakni sebagai pengukur keberhasilan komunikasi dan juga sebagai alat untuk perbaikan (Harapan, 2022).

Umpan balik yang positif dapat memberikan dorongan motivasi kepada komunikator, menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan telah berhasil diterima dengan baik oleh penerima pesan. Sebaliknya, umpan balik yang negatif atau kurang sesuai dengan harapan dapat

memberikan peluang bagi komunikator untuk merefleksikan pesan yang telah disampaikan, mempertimbangkan cara komunikasi yang lebih efektif, dan mengoptimalkan efek yang diinginkan. Umpan balik yang baik membantu mengukur keberhasilan suatu upaya serta memberikan wawasan tentang bagaimana pesan diterima dan dipahami oleh audiens

### **Implementasi Strategi Komunikasi Pengelola Pura dalam Relokasi Pedagang di Kawasan Pura Besakih**

Pelaksanaan merupakan tahap kritis dalam proses implementasi strategi yang telah dirumuskan (Cangara. 2013). Di sini, konsep relokasi muncul sebagai tindakan yang melibatkan pemindahan ke tempat baru, yang pada dasarnya merupakan salah satu bentuk kebijakan pemerintah dalam upaya revitalisasi. Teori lokasi menjadi relevan dalam konteks ini, sebagai ilmu yang mempelajari susunan spasial kegiatan ekonomi dan alokasi sumber daya potensial. Lebih lanjut, teori lokasi menggali hubungan kompleks antara kegiatan-kegiatan tersebut dengan lingkungan geografis, serta dampaknya terhadap berbagai aspek ekonomi dan sosial.

Lokasi berbagai kegiatan seperti rumah tangga, pusat perbelanjaan, pabrik, pertanian, pertambangan, pendidikan, dan tempat ibadah tidaklah terjadi secara

sembarangan atau acak. Sebaliknya, mereka mengikuti pola dan tata letak yang dapat diidentifikasi dan dijelaskan melalui penelitian dalam kerangka teori lokasi. Dalam konteks relokasi pedagang di Kawasan Pura Besakih, teori lokasi dapat membantu dalam memahami pemilihan tempat baru untuk para pedagang serta menganalisis dampaknya terhadap kawasan tersebut. Pentingnya pemahaman tentang teori lokasi dalam konteks ini adalah bahwa kegiatan ekonomi dan sosial memiliki hubungan yang kompleks dengan lingkungan fisik mereka. Pemilihan lokasi yang tepat dapat berkontribusi pada keseimbangan antara kegiatan manusia dan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan relokasi, pemahaman terhadap teori lokasi dapat membantu pemerintah dalam memutuskan lokasi yang sesuai dan memahami implikasi ekonomi dan sosial dari perpindahan tersebut.

Penelitian ini berfokus pada proses relokasi yang oleh pemerintah Provinsi Bali terhadap pedagang yang sebelumnya menjalankan aktivitas perdagangan di Kawasan Pura Besakih. Relokasi ini menjadi perlu karena aktivitas perdagangan yang terjadi di Kawasan Pura Besakih telah menimbulkan dampak negatif terhadap pelaksanaan persembahyangan dan juga sektor pariwisata yang ada disekitar area tersebut. Kawasan Pura Besakih, sebagai

pusat persembahyangan bagi umat Hindu dan salah satu destinasi wisata unggulan di Bali, memiliki nilai spiritual, budaya, pariwisata, dan ekonomi yang signifikan. Namun, dengan adanya kegiatan perdagangan yang mengganggu ketenangan dan kesakralan Kawasan Pura Besakih, sehingga perlu adanya upaya untuk merevitalisasi dan menata ulang kawasan ini. Relokasi pedagang merupakan solusi yang diambil untuk mengatasi konflik antara dua kepentingan yang berbeda, yaitu perdagangan dan spiritualitas. Aktivitas perdagangan yang mengganggu kegiatan peribadahan dan mengurangi pengalaman positif pengunjung berwisata di kawasan tersebut perlu segera ditangani. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan perhatian khusus pada pelaksanaan relokasi yang bertujuan untuk menciptakan harmoni antara aktivitas perdagangan, persembahyangan, dan pariwisata di Kawasan Pura Besakih.

Langkah relokasi pedagang dari dalam kawasan Pura telah menghasilkan perubahan positif dalam beberapa aspek penting. Pertama, relokasi ini berhasil menciptakan lingkungan yang bersih dan meningkatkan pengalaman spiritualitas. Dengan tidak adanya pedagang yang berjualan di dalam kawasan Pura, aktivitas peribadahan dapat berlangsung dengan tenang dan tanpa gangguan. Hal ini telah

menjaga nilai spiritual dan kesakralan Kawasan Pura Besakih, yang merupakan pusat peribadahan utama bagi umat Hindu di Bali. Selain itu, penataan ini juga berdampak positif pada masalah lingkungan. Dengan tidak adanya pedagang yang berjualan di dalam Pura, penumpukan sampah yang sebelumnya mungkin terjadi akibat aktivitas perdagangan dapat dikurangi atau bahkan dihindari. Lingkungan kawasan Pura menjadi lebih bersih dan terjaga, menciptakan suasana yang lebih harmonis dan sesuai dengan nilai-nilai yang dijunjung tinggi dalam budaya Hindu.

Selanjutnya, dampak positif lainnya adalah pengurangan kemacetan saat acara Puncak Karya Betara Turun Kabeh. Sebagai upacara besar yang menarik banyak pengunjung, keberadaan pedagang di dalam Pura sebelumnya mungkin menjadi penyebab kemacetan dan kesulitan akses bagi para pengunjung. Dengan relokasi pedagang ke tempat yang telah ditentukan, kemacetan dapat diminimalkan dan akses ke acara persembahyangan menjadi lebih lancar. Kenyamanan masyarakat dalam melaksanakan persembahyangan maupun berwisata ke Kawasan Pura Besakih menjadi prioritas utama dari langkah relokasi ini. Dengan berhasilnya relokasi dan penataan ini, tercipta lingkungan yang mendukung pelaksanaan persembahyangan dan

kegiatan pariwisata menjadi lebih baik. Namun dalam pelaksanaan relokasi pedagang di Kawasan pura besakih terdapat pro dan kontra yang terjadi dikalangan pedagang dan masyarakat.

Beberapa hal penting dalam pelaksanaan relokasi pedagang di kawasan pura besakih yaitu; Pertama terdapat penolakan dari sebagian pedagang karena mendapat kios di tempat yang kurang strategis yaitu di Area Bencingah, pedagang mengaku mengalami penurunan penghasilan dan bahkan memilih untuk menutup kiosnya akibat tidak ada pengunjung melalui area tersebut. Kedua, sepi pengunjung di Area Bencingah diakibatkan oleh pintu masuk dan parkir hanya terpusat di area Manik Mas sehingga tidak ada pengunjung yang masuk melalui area Bencingah dan ditambah parkir pribadi milik masyarakat yang ada di Area Bencingah belum bisa difungsikan karena jalan menuju Area Bencingah masih ditutup. Ketiga, sebagian pedagang mengaku sangat senang karena mendapat kios yang layak, tidak lagi berdagang di bedeng ataupun kaki lima, dan pedagang juga merasa relokasi ini memberi dampak positif bagi pedagang yang melakukan aktifitas di Kawasan Pura Besakih. Keempat, saat Karya Betara Turun Kabeh tidak lagi terjadi kemacetan karena sudah memiliki parkir yang luas, tidak ada lagi tumpukan sampah yang berserakan

karena aktifitas pedagang, tidak ada lagi pedagang acung atau pun kaki lima yang berjualan di areal Pura, dan suasana pura lebih tertata sehingga kesucian pura tetap terjaga. Kelima, selain pembangun kios-kios pedagang, juga disediakan berbagai fasilitas untuk memberikan kenyamanan kepada pengunjung diantaranya kendaraan gratis, tempat selfie, tempat parkir, toilet umum, serta balai pertemuan.

### **Evaluasi Strategi Komunikasi**

Pelaksanaan relokasi pedagang di Kawasan Pura Besakih dilaksanakan, berjalan dengan baik sebagaimana mestinya dan strategi komunikasi yang dijalankan dapat dikatakan berjalan dengan baik meskipun masih mendapatkan sedikit kendala yang hingga saat ini belum terselesaikan. Kelancaran dari pelaksanaan relokasi pedagang di Kawasan Pura Besakih ini tentu dikarenakan baiknya eksekusi berbagai aspek strategi komunikasi yang dilakukan. Jika dilihat dari aspek strategi komunikasi yang dilakukan dalam melaksanakan relokasi maka solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

### **Penolakan Pedagang Untuk di Relokasi**

Seperti yang diketahui terjadi penolakan dari sebagian pedagang karena mendapat kios di tempat yang kurang strategis yaitu di Area Bencingah, pedagang

mengaku mengalami penurunan penghasilan dan bahkan memilih untuk menutup kiosnya akibat tidak ada pengunjung melalui area tersebut. solusi untuk mengatasi masalah penolakan dan penurunan penghasilan pedagang yang ditempatkan di area yang kurang strategis seperti Area Bencingah dapat dapat dengan cara;

Pertama, lakukan konsultasi dan dialog. Pemerintah Provinsi Bali, Badan Pengelola Fasilitas Kawasan Pura Agung Besakih dan Kepala Desa Besakih dapat mengadakan dialog terbuka dengan pedagang yang terkena dampak. Ini akan memberikan kesempatan kepada pedagang untuk menyampaikan keprihatinan mereka dan berbagi pengalaman mereka. Pemerintah dapat mendengarkan masukan pedagang dengan cara merencanakan pertemuan terjadwal secara teratur, misalnya setiap bulan atau kuartal, untuk memastikan kelangsungan dialog dengan perwakilan pedagang atau kelompok pedagang. Selain pertemuan langsung, pemerintah dapat mempertimbangkan pembentukan forum komunikasi online atau offline yang memungkinkan pedagang untuk berdiskusi, menyampaikan masukan, dan berbagi informasi dengan pemerintah dan sesama pedagang. Dalam pertemuan, pemerintah dapat menyediakan fasilitator atau mediator yang berpengalaman dalam

mengelola dialog. Hal ini dapat membantu mencegah konflik dan memastikan bahwa semua pihak merasa didengar. Setiap pertemuan harus didokumentasikan dengan baik. Ini mencakup mencatat masalah yang dibahas, masukan yang diberikan, dan komitmen atau tindakan yang diambil oleh pemerintah atau pedagang. Dokumentasi ini harus menjadi dasar untuk langkah-langkah selanjutnya. Pemerintah dapat membentuk kelompok kerja atau tim khusus yang terdiri dari perwakilan pedagang dan pejabat pemerintah. Kelompok ini dapat bekerja bersama untuk merumuskan solusi konkret dan rencana tindakan.

Kedua, dengan perbaikan akses dan fasilitas jika Area Bencingah yang dianggap kurang menarik bagi pengunjung, pemerintah dapat mempertimbangkan investasi dalam perbaikan infrastruktur, tata letak, dan fasilitas di area tersebut sehingga di Area Bencingah tetap ramai. Pada dasarnya fasilitas yang sudah disediakan di Area Bencingah sudah lengkap, seperti kios-kios pedagang, toilet umum, balai pesandekan (peristirahatan) bahkan pos kesehatan dan informasi pengunjung sudah tersedia ditempat tersebut. Mungkin perlu adanya penambahan fasilitas yang di rasa memang di perlukan di tempat tersebut seperti pembangunan pintu keluar dari Pura

Penataran Agung ke arah barat, sehingga pengunjung yang melakukan persembahyangan ataupun berwisata keluar melalui Area Bencingah, dan dibuatkan jembatan penghubung antara area Bencingah menuju Manik Mas, sehingga pengunjung yang parkir di Manik Mas tidak terlalu jauh berjalan kaki apa bila keluar dari Area Bencingah. Perlu juga diperlukan kendaraan gratis di area bencingah menuju ke tempat parkir yang ada di Area Manik Mas, sehingga kendaraan gratis tidak hanya di sediakan di area Manik Mas. Selain itu juga di bangun tempat berfoto (selfi) atau tempat rekreasi lainnya di Area Bencingah sehingga menarik minat pengunjung untuk melalui jalur bencingah. Tempat parkirpun perlu disediakan di Area Bencingah apabila sewaktu-waktu tempat parkir yang ada di Area Manik Mas tidak lagi mampu menampung kendaraan pengunjung, sehingga kedua tempat tersebut bisa di fungsikan secara maksimal.

Ketiga, promosi dan pemasaran. Pemerintah dapat mengadakan kampanye promosi khusus yang bertujuan untuk menarik pengunjung ke Area Bencingah. Ini dapat mencakup promosi acara atau produk-produk unik yang ditawarkan oleh pedagang di area tersebut. Pemerintah dapat merencanakan kampanye promosi berkelanjutan yang berfokus pada Area Bencingah sehingga pengunjung ataupun

masyarakat tertarik untuk berkunjung kesana. Kampanye ini dapat mencakup iklan di media sosial, surat kabar, radio lokal, dan bahkan televisi. Kampanye ini harus berlangsung secara konsisten untuk membangun kesadaran masyarakat bahwa di Kawasan besakih mempunyai kawasan bencingah yang lengkap dengan fasilitasnya. Selain itu promosi juga bisa melibatkan influencer lokal yang memiliki pengikut di media sosial dapat membantu memperluas jangkauan promosi. Influencer dapat mengunjungi Area Bencingah, mengunggah konten, dan memberikan ulasan positif sehingga pengunjung tidak hanya melalui area Manik Mas. Kampanye juga bisa dilakukan dengan bekerja sama dengan pedagang-pedagang yang ada di Area Bencingah, misalkan memberikan kupon atau gift untuk pengunjung yang berpunia di pura besakih dan bisa di tukarkan di pedagang-pedagang yang ada di Bencingah. Hal ini bisa menarik pengunjung agar melalui area Bencingah.

### **Lahan Parkir Masyarakat Belum Difungsikan**

Seperti yang diketahui sepinya pengunjung di Area Bencingah salah satu penyebabnya adalah karena lahan parkir milik masyarakat belum difungsikan, sehingga tidak ada pengunjung yang melalui area Bencingah. Badan Pengelola

Fasilitas Kawasan Pura Agung Besakih mengaku area parkir milik masyarakat belum difungsikan karena masih mengoptimalkan pendapatan pada lahan parkir yang ada di Area Manik Mas untuk menutupi biaya operasional di Pura Besakih yang sangat tinggi dan di Area Bencingah juga masih pada tahap pembangunan, agar tidak mengganggu proses pembangunan disana sementara jalan masuk melalui di Bencingah ditutup. Penutupan akses masuk di Area Bencingah tentu merugikan para pedagang disana, sehingga perlu solusi dalam masalah tersebut. Adapun solusi yang bisa ditawarkan adalah lahan parkir masyarakat difungsikan akan tetapi diberlakukan sistem bagi hasil dengan Badan Pengelola Fasilitas Kawasan Pura Agung Besakih. Apabila sistem bagi hasil ini tentu ada beberapa hal yang perlu di perhatikan yaitu;

Pertama, Penting untuk memastikan bahwa sistem bagi hasil ini adil bagi kedua belah pihak, yaitu Badan Pangelola Fasilitas Kawasan Pura Besakih dengan masyarakat. Pembagian pendapatan dapat didasarkan pada persentase tertentu dari pendapatan parkir yang masuk, dan persentase ini harus ditetapkan dalam perjanjian yang adil dan transparan. Kedua, dalam perjanjian, perlu dijelaskan bagaimana pendapatan dari lahan parkir akan digunakan. Misalnya, sebagian pendapatan dapat dialokasikan

untuk pemeliharaan kawasan, perbaikan infrastruktur, atau program konservasi lingkungan dan sebagainya. Ketiga, diperlukan mekanisme audit dan pelaporan yang transparan untuk memastikan bahwa pembagian pendapatan dilakukan dengan benar. Badan Pengelola Kawasan Suci Pura Agung Besakih dan masyarakat harus memiliki akses ke data keuangan yang akurat dan dapat diverifikasi. Sistem bagi hasil ini dapat menjadi model yang efektif untuk mengelola lahan parkir masyarakat dengan memastikan bahwa pendapatan dari lahan parkir digunakan untuk mendukung pengelolaan kawasan dan meningkatkan pengalaman pengunjung. Dengan komitmen dari kedua belah pihak, sistem ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi Kawasan Pura Besakih dan masyarakat yang terlibat yang dalam hal ini adalah pemilik lahan parkir dan pedagang di Kawasan Bencingah

## **SIMPULAN**

Simpulan dari penelitian ini adalah

- 1) Pemerintah melakukan reaserch untuk mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam relokasi pedagang.
- 2) Pemerintah menyusun perencanaan komunikasi meliputi: (a) Mengirim pesan atau pemberitahuan kepada pedagang. (b) Memilih media yang digunakan. (c) Membentuk tim terpadu

sebagai komunikator. (d) Efek atau umpan balik kedua belah pihak. 3) Tahap pelaksanaan relokasi yang dalam pelaksanaannya ditemukan permasalahan yakni berupa; (a) Terdapat penolakan dari sebagian pedagang. (b) Sepinya pengunjung di Area Bencingah. (c) Sebagian pedagang mengaku sangat senang atas relokasi yang dilakukan. (d) Tidak lagi terjadi kemacetan saat Karya Betara Turun Kabeh. (e) Selain pembangun kios-kios pedagang, juga disediakan kendaraan gratis, tempat selfie, tempat parkir, toilet umum, serta balai pertemuan. 4) Tahap evaluasi meliputi: (a) Penolakan pedagang untuk direlokasi. (b) Lahan parkir masyarakat belum di fungsikan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afnan, D. (2019). Media Sosial: Dramaturgi Dalam Facebook. *SOSFILKOM : Jurnal Sosial, Filsafat Dan Komunikasi*, 75–84.
- Anasari, N., & Handoyo, P. (2015). Media Sosial Sebagai Panggung Drama (Studi Deskriptif Presentasi Diri Pengguna Twitter di Kalangan Mahasiswa Unesa). *Paradigma*, 03(03), 1–5.
- Iskandar Zulkarnain, Asmara Sakhyani, S. R. (2020). *Membentuk Konsep Diri Melalui Budaya Tutur: Tinjauan Psikologi Komunikasi*. Puspantara.
- Kadaruddin. (2020). *Cerdas Bermedia Sosial Dari Kacamata Hukum*. CV. Pilar Nusantara.
- Margono. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan* (kedelapan). Rineka Cipta.
- Moekahar Fatmawati, H. B. (2022). *Komunikasi Anak Muda untuk Perubahan Sosial*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nabila, D. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. PT. Cita Intrans Selaras.
- Nurhalimah, S. (2019). *MEDIA SOSIAL DAN MASYARAKAT PESISIR*. Deepublish.
- Prabawa, M., & Gunawarman, A. A. (2020). *A Study of The Ideal Home Space Needs of Urban Millennials Families, Based on Life Cycle Space (Case Study of Housing in East Denpasar)*.
- Putri, D. M. (2018). PROSES PEMBENTUKAN CITRA DIRI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BAKRIE .Jakarta. *Universitas Bakrie*, 34–37.
- Retasari Dewi, P. A. J. (2018). Dramaturgi Dalam Media Sosial: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 340–347.
- Rofiah husnul, R. R. S. (2021). *Analisis Manual Data Kualitatif Dampak FYP TIKTOK pada Pemasaran Digital*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian*

- Kuantitatif, Kualitatif, R&D.* Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D.* Alfabeta.
- Yasir. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Deepublish.