

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan kawasan pariwisata di Indonesia luar biasa dan beragam, dari cagar budaya, pariwisata industri, pariwisata sejarah dan keraton, pariwisata kreatif, pariwisata budaya priangan dan alam bahari, dan pariwisata alam. Perkembangan kawasan pariwisata ini dikembangkan karena Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya dan tempat wisata, begitupula dengan provinsi Jawa Barat. Jawa Barat memiliki jumlah kawasan pariwisata yang beragam, lokasi geografis Jawa Barat yang berbatasan dengan ibukota Indonesia yaitu DKI Jakarta menjadikan Jawa Barat memiliki peluang yang besar bagi pengembangan pariwisata. Selain itu, keragaman budaya dan wisata yang ada di Jawa Barat memberikan alternatif pilihan berwisata yang beragam bagi wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik.

Provinsi Jawa Barat memiliki potensi alam, budaya, dan wisata yang beragam. Sejak tahun 2015 DISPARBUD Jawa Barat melakukan Pengembangan kepariwisataan di wilayah Provinsi Jawa Barat dalam kurun waktu dari tahun 2015-2025. Tujuannya antara lain: mewujudkan pengembangan potensi pariwisata alam dan budaya, mewujudkan pembangunan dan pengembangan pariwisata buatan dan industri kreatif khas Jawa Barat dalam membentuk identitas kepariwisataan Daerah Provinsi, dll (Dinas Pariwisata dan kebudayaan provinsi Jawa Barat, 2015: 19).

Pembangunan pariwisata alam khususnya pariwisata alam berbasis air di Jawa Barat saat ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat di provinsi

Jawa Barat, karena kawasan pariwisata merupakan salah satu bagian pembangunan di bidang ekonomi yang memberikan kontribusi cukup besar terhadap perekonomian negara. Pembangunan Pariwisata yang dikembangkan di Jawa Barat diantara lain ialah kawasan pengembangan pariwisata pendidikan berbasis alam yang sedang dikembangkan saat ini. Pemanfaatan potensi alam ini memiliki pengaruh yang sangat besar di Jawa Barat. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengembangkan Pariwisata alam berbasis air sejak tahun 2013. Wisata berbasis air tidak hanya sebagai tempat pariwisata, tetapi bisa menjadi tempat pelestarian. Pemanfaatan potensi alam ini membantu pemerintah dan masyarakat agar dapat memanfaatkannya sebagai destinasi pariwisata alam sekaligus menjaga sumber daya alam berupa air itu sendiri.

Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas-asas kepariwisataan, antara lain: Manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan yang dilaksanakan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata. (UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, 2009: 7)

Pariwisata diselenggarakan dengan prinsip untuk menjunjung tinggi norma agama dan budaya sebagai pelaksanaan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan yang maha esa, hubungan antara manusia

dengan sesama manusia, hubungan antara manusia dan lingkungan, keragaman budaya, dan kearifan lokal.

Pariwisata merupakan kegiatan untuk mempercantik negeri ketimbang kegiatan penambangan yang semakin lama menghabiskan sumber daya alam dan berdampak pada kerusakan lingkungan. Kawasan pengembangan Pariwisata alam berbasis air mulai berkembang sejak berkurangnya kawasan ekosistem alam di dunia yang didukung dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap lingkungan. Objek pariwisata alam berbasis air yang tersebar di laut, hutan, pantai, dan pegunungan merupakan produk-produk terpendam yang dapat dikembangkan untuk kawasan pariwisata alam berbasis air. Setiap kawasan pariwisata alam memiliki tingkat amenita serta nilai daya saing tersendiri. Keindahan alam, gejala alam, dan budaya merupakan salah satu aspek penting yang menjadi obyek dan daya tarik pariwisata alam (Rusita et al, 2016: 166).

peneliti melaksanakan kegiatan pra penelitian melalui analisis berita yang di peroleh dari Instagram @infobandung, yaitu berita yang berjudul wisata alam berbasis air. Wisata alam berbasis air merupakan salah satu destinasi yang diminati wisatawan, dan Jawa Barat memiliki cukup banyak destinasi wisata jenis ini, termasuk di Bandung Raya. Pertama, Green Kenyot Cikahuripan. Green Kenyot Cikahuripan ialah salah satu anak sungai Citarum yang terletak di Kecamatan Saguling, Kabupaten Bandung Barat. Green Kenyot Cikahuripan yang disebut sungai Cikahuripan ini diapit dua tebing indah yang menjulang tinggi, seperti *Green*

Canyon. Aliran sungai cikahuripan ini tidak terlalu deras dengan kedalaman 4 M dan wisatawan dapat menyewa pelampung yang disediakan. (@Infobandung_, 2018)

Berdasarkan data tersebut bahwa pariwisata alam berbasis air ini sangat didukung menjadi sektor pariwisata alam yang dapat dikembangkan, tidak hanya menjadi objek wisata saja tetapi dapat dimanfaatkan sebagai tempat pelestarian yang dijaga tidak hanya oleh pemerintah melainkan oleh masyarakat sekitar agar pariwisata alam berbasis air dapat dirasakan oleh wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Tidak dipungkiri bahwa pemerintah berperan sebagai pembuat kebijakan, namun disisi lain pemerintah memiliki peran sebagai pengusaha di bidang pariwisata. Pemerintah bertanggung jawab terhadap perkembangan pariwisata, itulah sebabnya pada masa awal pembangunan pariwisata pemerintah terlibat secara aktif baik menjadi pengusaha maupun sebagai regulator.

Dinas Pariwisata dan kebudayaan provinsi Jawa Barat merupakan lembaga pemerintahan yang bertanggung jawab dalam bidang kebudayaan dan pariwisata meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata dan kebudayaan di Provinsi Jawa Barat. DISPARBUD Provinsi Jawa Barat berupaya mengarahkan peningkatan dibidang ekonomi, melalui peningkatan kawasan pariwisata dan kebudayaan yang menjadi salah satu faktor andalan yang mampu meningkatkan perekonomian sehingga dapat memberi kesempatan kepada masyarakat untuk membuka lapangan kerja yang nantinya akan meningkatkan pendapatan daerah provinsi Jawa Barat dan masyarakat sekitar.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat sampai saat ini sudah melakukan berbagai program yang dilaksanakan untuk mengembangkan potensi alam berbasis air yang belum tersentuh oleh masyarakat maupun pemerintah. DISPARBUD Provinsi Jawa Barat terus berinisiatif agar selalu membuat strategi untuk meningkatkan potensi wisata alam berbasis air di Jawa Barat dan meningkatkan daya tarik wisatawan di Jawa Barat. Perkembangan kawasan pariwisata yang cepat dan pesat membutuhkan perencanaan dan pengendalian yang matang dan sinergis dengan sektor pembangunan lainnya agar dapat memberikan dampak positif yang maksimal dan dampak negatif yang minimal. DISPARBUD provinsi Jawa Barat dalam melaksanakan kegiatannya harus mengatur dan menciptakan komunikasi yang baik kepada setiap khalayak atau publik. Kegiatan yang direncanakan oleh DISPARBUD provinsi Jawa Barat harus diinformasikan agar diketahui oleh masyarakat.

Peneliti dalam skripsi ini melaksanakan kegiatan pra penelitian melalui analisis berita yang diperoleh dari website resmi Dinas Pariwisata dan kebudayaan Provinsi Jawa Barat, yaitu menganalisis berita mengenai Jawa Barat tingkatan jumlah kunjungan wisatawan melalui peningkatan 3A (Amenitas, Aksesibilitas, Atraksi). 23 Januari 2019 Kadisparbud Provinsi Jawa barat melaksanakan rapat koordinasi dengan setiap kepala Dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten/kota ,seluruh Organisasi Pemerintah Daerah (OPD) dilingkungan pemerintan provinsi Jawa Barat dan asosiasi pariwisata mengenai persiapan acara *West Java Calendar of Events* 2019. Penyelenggaraan kegiatan ini merupakan strategi dalam konsep 3 A

yang akan menjadi salah satu indikator keberhasilan pengembangan pariwisata daerah. Melalui kegiatan integrasi *Calendar of Events* di Jawa Barat maka konsep pentahelix dalam strategi promosi pariwisata di Jawa Barat akan lebih mudah dilaksanakan (Disparbud, 2019).

DISPARBUD Jawa Barat terus mengembangkan destinasi pariwisata yang ada di setiap wilayah Jawa Barat. Berdasarkan pernyataan tersebut bahwa strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam melaksanakan pengembangan pariwisata ialah menggunakan konsep 3 A yang menjadi indikator untuk keberhasilan peningkatan wisatawan dan pengembangan pariwisata daerah Jawa Barat. Diperlukan berbagai cara agar meningkatnya daya tarik wisatawan untuk berkunjung wisata berbasis air di Provinsi Jawa Barat salah satunya melalui promosi.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan provinsi Jawa Barat menjadi lembaga yang mengutamakan komunikasi dan keterbukaan informasi bagi publik internal ataupun publik eksternal mengenai pariwisata alam berbasis air yang berada di Jawa Barat demi kenyamanan dan kemajuan sektor pariwisata yang berada di Jawa Barat. Berbagai cara dilakukan Dinas Pariwisata dan kebudayaan Jawa Barat agar pembangunan pariwisata alam berbasis air di Jawa Barat menjadi objek wisata yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan dan juga untuk meningkatkan tingkat pengunjung, salah satunya yaitu dengan pemanfaatan terjalannya kerjasama yang dilakukan oleh Dinas pariwisata dan kebudayaan dengan setiap bidang seperti media

cetak atau online untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait pariwisata alam berbasis air. Selain itu, upaya yang dilakukan ialah dengan melakukan promosi.

Promosi merupakan cara untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan untuk menarik konsumen agar konsumen dapat membeli atau mengkonsumsinya. Promosi memiliki peranan penting dalam pengembangan pariwisata alam, karena promosi berkaitan erat dengan usaha mengkomunikasikan pariwisata alam kepada masyarakat. Dengan adanya promosi diharapkan pariwisata alam berbasis air Jawa Barat dapat dikenal oleh masyarakat dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Strategi promosi ini merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program yang di rancang oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat karena promosi menjadi cara agar masyarakat mengetahui mengenai informasi yang memberikan penjelasan secara detail dengan tujuan untuk meyakinkan masyarakat tentang ide, informasi atau prasarana yang dapat dimanfaatkan masyarakat.

Dinas pariwisata dan kebudayaan provinsi Jawa Barat melaksanakan promosi bertujuan untuk memberikan informasi mengenai objek wisata atau *event* kepada masyarakat luas. Maka dari itu, kegiatan *marketing public relations* menjadi pilihan dari strategi promosi yang dilaksanakan. Terdiri dari tiga konsep *marketing public relations*, yaitu menarik (*pull strategy*), mendorong (*push strategy*), dan upaya mempengaruhi atau mempertahankan dengan cara menciptakan citra dan opini yang baik bagi perusahaan (*pass strategy*).

Besarnya potensi pariwisata alam berbasis air di Provinsi Jawa Barat tidak akan berarti apa-apa jika tidak dipublikasikan dan diketahui oleh publik. Oleh sebab itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat sebagai motor yang tepat dan efektif dalam pelaksanaan promosi pariwisata alam berbasis air. Tolak ukur keberhasilan Dinas pariwisata dan kebudayaan provinsi Jawa Barat ialah meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek pariwisata alam berbasis air yang ada di Jawa Barat.

Berdasarkan data yang dipaparkan pada konteks penelitian diatas mendasari keinginan peneliti untuk menggali, menginterpretasikan serta mendeskripsikan mengenai strategi Promosi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam Strategi promosi pariwisata alam berbasis air di Jawa Barat.

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan konteks penelitian yang dipaparkan dalam latar belakang penelitian, peneliti mengambil Fokus Penelitian, yaitu: “Strategi Promosi Pariwisata Alam Berbasis Air pada Dinas pariwisata dan kebudayaan provinsi Jawa barat”

Adapun fokus penelitian tersebut dituangkan melalui pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimana strategi promosi taktik *pull strategy* yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam upaya menarik perhatian wisatawan pada Pariwisata alam Berbasis Air di Jawa Barat?
2. Bagaimana strategi promosi taktik *push strategy* yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat agar memiliki kekuatan untuk

mendorong berhasilnya promosi pada Pariwisata Alam Berbasis Air di Jawa Barat?

3. Bagaimana strategi promosi taktik *pass strategy* yang dilaksanakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat untuk mempengaruhi publik pada Pariwisata Alam Berbasis Air di Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan diatas Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi taktik *pull* yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam upaya menarik perhatian wisatawan pada pariwisata alam berbasis air di Jawa Barat.
2. Untuk mengetahui strategi promosi taktik *push* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat agar memiliki kekuatan untuk mendorong berhasilnya promosi pada pariwisata alam berbasis air di Jawa Barat.
3. Untuk mengetahui strategi promosi taktik *pass strategy* yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat untuk mempengaruhi publik pada pariwisata alam berbasis air di Jawa Barat

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4. 1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu dan wawasan di bidang kehumasan dan ilmu Komunikasi, meningkatkan kemampuan dalam memberikan informasi yang positif dengan penyampaian informasi yang baik dan benar untuk dapat membantu mendeskripsikan serta memberikan gambaran

mengenai strategi promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat pada bidang pariwisata alam berbasis air.

1.4.1.1 Kegunaan Penelitian Bagi Institusi Pendidikan

Memberikan kontribusi dan pemahaman kepada institusi pendidikan agar kelak mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung dapat mudah mencari referensi mengenai strategi promosi yang difokuskan pada Promosi pariwisata alam berbasis air di Jawa Barat dengan mengetahui Aktivitas, Strategi, Penerapan, dan hambatan pada kegiatan promosi pariwisata alam Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

1.4.1.2 Kegunaan Penelitian Bagi Mahasiswa

Mahasiswa di harapkan mampu memahami serta menerapkan dengan baik melalui hasil penelitian ini. Selain itu, menjadi sarana informasi mengenai kemajuan-kemajuan wisata di wilayah Jawa Barat yang harus di jaga dan di lestarikan. Dalam penelitian ini banyak sekali pembelajaran yang bisa di ambil salah satunya adalah bagaimana mahasiswa menjaga dan melestarikan potensi pariwisata dan kebudayaan di Jawa Barat.

1.4.1.3 Kegunaan Penelitian Bagi Peneliti

Peneliti memperoleh pengalaman dan informasi baru mengenai strategi promosi pariwisata alam berbasis air sehingga peneliti menghasilkan informasi yang dapat dianalisis dalam penelitian ini dengan memperhatikan setiap informasi yang di berikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat mempromosikan

pariwisata alam berbasis air dan penulis bisa mengetahui mengenai apa saja kegiatan yang terdapat di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman informasi mengenai strategi promosi pariwisata alam berbasis air kepada semua pihak dan memberikan pengetahuan bagi masyarakat mengenai program dan tindak lanjut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan provinsi Jawa Barat untuk menciptakan Jawa Barat lebih baik lagi serta menjadi masukan-masukan untuk pihak terkait demi berlangsungnya kegiatan yang efisien.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Tahapan selanjutnya yang dilaksanakan Peneliti yaitu dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki ketertkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan informasi pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penelitian ini dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Mangifera Marsya Nurulwaasi (2017) mahasiswa ilmu administrasi bisnis, Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Lampung. Penelitian ini berjudul Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif Kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja strategi promosi yang efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan

domestik pada pariwisata kabupaten pesawaran. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi kreatif adalah dengan cara ikut serta dalam kegiatan *festival*, pameran, memasang iklan melalui media, dan melaksanakan *event* Pariwisata. *Event* kepariwisataan merupakan strategi promosi yang paling efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh mangifera Marsya Nurulwaasi terdapat pada tempat penelitian.

Penelitian kedua yang dilaksanakan oleh Ulfah Fauziah (2018) mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Pasundan Bandung. Penelitian ini berjudul Strategi Promosi Pada *Clothing Vearst Jeans* Bandung Melalui Media Sosial *Instagram*. metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif Kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi *Clothing vearst jeans* melalui media sosial *instagram* dalam meningkatkan konsumen. Hasil penelitian dapat disimpulkan strategi promosi melalui *instagram* yang dilakukan oleh *clothing vears jeans* dalam penyajian konten *instagram* sangat menarik minat konsumen dan efektif. Strategi melalui *instagram* ini sudah terbilang berhasil dengan menyajikan konten *instagram* yang konsisten dan menarik sesuai dengan target pasar yaitu anak muda. Selain itu, konsumen mengakui bahwa promosi yang dilakukan *clothing vears jeans* sangat menarik.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Ririn Nur Arsanti (2016). Penelitian ini berjudul Strategi promosi dalam meningkatkan minat wisatawan pantai tanjung pendam di dinas pariwisata dan ekonomi kreatif kabupaten Belitung. Metode yang

digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan pendekatan dekriftip. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apa saja strategi promosi yang dilaksanakan oleh dinas pariwisata dalam meningkatkan minat wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara pada pantai tanjung pendam, serta hambatan-hambatan yang dialami pihak Dinas Pariwisata kabupaten Belitung. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan strategi promosi yang dilakukan dinas pariwisata kabupaten Belitung dalam meningkatkan minat wisatawan pada pantai tanjung pendam sudah berjalan meski adanya hambatan dari segi anggaran, sumber daya manusia (SDM) dan media penyampaian yang belum dioptimalkan.

Penelitian keempat yang dilaksanakan oleh Tika Syukriyah (2015) Mahasiswa Manajemen Dakwah UIN Jakarta. Penelitian ini mengenai Strategi promosi PT.Lintas Iskandaria Tours dalam meningkatkan jumlah Jama'ah Umrah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif dengan jenis data kualitatif. Hasil penelitian dapat disimpulkan strategi promosi yang dilakukan ada 6 yaitu iklan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan publisitas, promosi penjualan, media internet dan pemasaran langsung. Kegiatan promosi yang paling berpengaruh yaitu melalui hubungan masyarakat dan publisitas dengan menggunakan media yaitu dari mulut ke mulut.

Penelitian kelima, yang dilaksanakan oleh Farida Robithoh Widyasti (2013) Mahasiswa Pendidikan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Mengenai strategi promosi wisata pada Dinas kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olahraga kabupaten Temanggung. Metode penelitian yang digunakan

dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian dapat diketahui strategi promosi wisata yang dilaksanakan sudah berjalan dengan baik walaupun belum sepenuhnya optimal. Pengembangan bidang pariwisata didukung oleh program dinas dan dalam mempromosikan wisata menggunakan alat atau media promosi. Hambatan yang ditemukan dalam penelitian ini antara lain : obyek pariwisata belum ditata dan dikelola dengan baik, anggaran dari pemerintah yang masih terbatas dan belum adanya bagian khusus yang menangani masalah promosi wisata ini.

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan
Mangifera Marsya Nurulwaasi	Analisis Strategi Promosi dan pengembangan pariwisata (Studi pada pariwisata kabupaten pesawaran)	Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah metode deskriptif kualitatif dan pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.	Hasil penelitian bahwa strategi promosi yang dilakukan dalam pengembangan pariwisata yang paling efektif ialah melaksanakan <i>event</i> kepariwisataan karena setiap <i>event</i> yang diselenggarakan memiliki target untuk mendatangkan pengunjung dalam jumlah	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah bauran promosi yang dilakukan dan tempat penelitian.

			besar.	
Ulfah Fauziah	Strategi Promosi Pada <i>Clothing Vearst Jeans</i> Bandung melalui media sosial Instagram	Metode yang dilakukan ialah pendekatan kualitatif metode deskriptif.	Strategi promosi yang dilaksanakan melalui instagram ini dalam penyajian konten sangat menarik minat konsumen dan efektif. konsumen mengakui bahwa promosi yang dilakukan <i>Clothing Vearst Jeans</i> sangat menarik dan kekinian.	Perbedaan penelitian yang akan dilaksanakan adalah teori yang digunakan. Teori yang digunakan oleh Ulfah Fauziah ialah <i>marketing mix theory</i> sedangkan teori yang akan digunakan oleh peneliti ialah konsep <i>Marketing public relations</i> .
Ririn Nur Arsanti	Strategi promosi dalam meningkatkan minat wisatawan pantai tanjung pendam di Dinas pariwisata dan ekonomi kreatif kabupaten belitung.	Metode yang dilakukan ialah pendekatan kualitatif metode deskriptif.	Strategi promosi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Belitung untuk meningkatkan kunjungan dan ketertarikan wisatawan di pantai tanjung pendam sudah berjalan meski adanya hambatan dari segi anggaran, serta sumber daya manusia dan media yang belum dioptimalkan	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah bauran promosi yang dilakukan dan tempat penelitian.

			dengan baik. Adapun wisatawan yang merasa kurang nyaman terhadap wisata pantai tanjung pendam karena fasilitas yang disediakan pemerintah kurang baik.	
Tika Syukriyah	Strategi promosi PT. Lintas Iskandaria <i>Tours</i> dalam meningkatkan jumlah jama'ah umrah	Metode yang dilakukan ialah pendekatan kualitatif metode deskriptif.	Strategi promosi yang dilakukan oleh Iskandaria Tour dalam meningkatkan jumlah jama'ah umrah ialah dengan iklan, penjualan pribadi, humas dan publisitas, promosi penjualan, media internet dan pemasaran langsung.	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan ialah bauran promosi yang dilakukan dan tempat penelitian
Farida Robithoh Widyasti	strategi promosi wisata pada dinas kebudayaan, pariwisata, pemuda dan olahraga kabupaten Temanggung	Metode yang dilakukan ialah pendekatan kualitatif metode deskriptif	strategi promosi wisata yang sudah dilakukan berjalan dengan baik walaupun belum optimal. Pengembangan wisata didukung oleh program dinas terkait dalam mempromosikan objek pariwisata menggunakan media promosi.	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah bauran promosi yang dilakukan dan tempat penelitian

			Pengembangan wisata ini memiliki hambatan antara lain : obyek wisata belum ditata dan dikelola dengan baik, alokasi anggaran dari pemerintah yang masih terbatas dan belum adanya bagian khusus yang bertanggung jawab mengenai masalah promosi wisata.	
--	--	--	---	--

Sumber : Hasil olahan peneliti

1.5.2 Landasan Konseptual

1.5.2.1. Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan yang ada dalam proses pemasaran perusahaan yang bertujuan untuk memberikan informasi, membujuk dan mengingatkan minat masyarakat mengenai produk yang dikeluarkan oleh perusahaan (Stanton dalam Saladin,2011: 72).

Berdasarkan definisi promosi menurut W.J Stanton adalah promosi menjadi sebuah keharusan yang dilakukan untuk memberikan informasi terkait produk perusahaan dengan upaya bagaimana orang dapat mengenal produk tersebut dan tertarik untuk membeli dan selalu mengingatnya. Tujuan utama promosi ialah

menarik perhatian, memberikan informasi dan memberikan pengaruh untuk meningkatkan penjualan.

Promosi merupakan unsur yang mendukung dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Philip Kotler pertama kali menciptakan konsep *Marketing Public Relations* yang merupakan perpaduan antara *public relations* dengan *marketing mix*. *Marketing Public Relations* ialah perpaduan antara penyelenggaraan program dan strategi pemasaran dengan aktivitas program kerja humas dalam upaya meluaskan pemasaran dan demi mencapai kepuasan konsumen. Dalam perkembangannya, *Marketing Public Relations* sangat efektif dan efisien dalam penyebaran informasi atau pesan. *Marketing Public Relations* memiliki kekuatan membujuk dan mendidik masyarakat atau publiknya.

Kegiatan promosi merupakan upaya perusahaan dalam menyebarkan informasi kepada publik yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan membangun kesadaran konsumen terhadap manfaat produk yang ditawarkan atau yang sedang diluncurkan dan membangun kepercayaan konsumen terhadap citra perusahaan.

1.5.2.2. Public Relations

Aktivitas adalah kegiatan, peristiwa atau kejadian yang tidak dilakukan secara terus menerus. Biasanya kegiatan dilaksanakan pada saat tertentu, seperti kampanye partai politik, atau sosialisasi mengenai kebijakan pemerintah.

Secara etimologis *public relations* terdiri dari dua kata, yakni "*public*" yang artinya kelompok orang yang memiliki minat dan kepentingan yang sama terhadap sesuatu hal, dan kata "*Relations*" artinya hubungan-hubungan. Jika kedua kata

tersebut disatukan maka di definisikan bahwa *Public Relations* adalah hubungan-hubungan antara publik.

Adapun definisi lain *Public Relations* atau Humas yang diperoleh dari *The British Institute of Public Relations* ialah:

- a. Aktivitas *Public Relations* adalah hubungan yang menjalin Komunikasi antara organisasi dan publik internal atau eksternalnya.
- b. Praktik *Public Relations* adalah strategi yang dilakukan untuk merencanakan memikirkan,dan mencurahkan daya agar membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya. (Ruslan 2012:16)

Seorang praktisi humas harus bisa menciptakan komunikasi dua arah yang dapat menimbulkan adanya saling pengertian. *Public relations* ialah alat manajemen modern secara struktural merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan atau organisasi. Artinya *Public Relations* bukan fungsi terpisah pada manajemen perusahaan. *Public Relations* dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah antara organisasi atau lembaga. *Public Relations* turut menentukan sukses atau tidaknya misi, visi dan tujuan bersama dari sebuah organisasi atau lembaga. Dalam buku yang ditulis oleh Suryadi mengatakan bahwa:

“Public Relations merupakan kelompok yang berkomunikasi dengan publik dengan lebih efektif,secara singkat *public relations* adalah manajemen hubungan” (Suryadi, 2007: 2)

1.5.2.3. *Marketing Public Relations*

Marketing Public Relations adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian program-program yang dapat menarik pembelian dan kepuasan konsumen melalui pemberian informasi yang dapat dipercaya dan melalui kesan-kesan positif yang ditimbulkan dan berkaitan dengan perusahaan atau produk sesuai dengan kebutuhan, keinginan, perhatian dan kepentingan bagi para konsumennya.

Marketing Public Relations merupakan pengembangan dari pemasaran, tujuan *Marketing Public Relations* adalah untuk menampilkan bagaimana layanan pemasaran dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan. Philip Kotler mengemukakan *Marketing Public Relations* berfungsi untuk menambah nilai pada produk melalui kemampuan uniknya untuk memberikan kredibilitas pada pesan produk (Ruslan, 2012:246). Philip Kotler telah mengemukakan bahwa pemasaran modern tidak hanya sekedar memasarkan produk atau *brand* yang bagus tetapi tentu harus menetapkan harga sesuai dengan sasaran segemntasi yang mampu dibeli oleh *costumer* dan lingkungan disekitarnya

1.5.2.4. Konsep *Marketing Public Relations*

Konsep *Marketing Public Relations* ialah *Three Ways Strategy* untuk menarik konsumen dan menciptakan citra baik bagi perusahaan. *Three Ways Strategy* tersebut terdiri dari *pull strategy* (menarik) yaitu strategi untuk menarik perhatian dan ini merupakan langkah pertama yang dilakukan dalam kegiatan promosi, *push strategy* (mendorong) merangsang konsumen untuk membeli produk dengan berbagai cara seperti penyebaran informasi yang menarik melalui media sosial, Sedangkan *pass strategy* (membujuk) adalah strategi untuk membujuk konsumen memberikan opini

yang baik melalui informasi yang disampaikan baik itu melalui media atau promosi langsung sehingga konsumen dapat mendukung tujuan *marketing public relations*.

Untuk mencapai tujuan *Marketing Public Relations* memiliki konsep antara lain:

a. *Pull Strategy*

Strategi ini bertujuan untuk menarik minat dari konsumen. *Pull strategy* ini merupakan strategi komunikasi yang dimana lebih menarahkan dan menggiring khalyak untuk mengetahui produk yang dikeluarkan dan agar mengenal perusahaan. Menurut Kotler strategi “*pull*” ini banyak mengeluarkan biaya untuk iklan dan promosi bertujuan agar membangun permintaan konsumen. Jika strategi ini sudah dilaksanakan dengan baik, maka konsumen akan tertarik dan membeli produk yang dijual.

b. *Push strategy*

Humas dalam perusahaan memiliki kekuatan untuk mendorong berhasilnya promosi dan merangsang konsumen agar membeli produk. *Push strategy* digunakan untuk mendorong pemasaran. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti adanya hadiah, sale, dan lainnya.

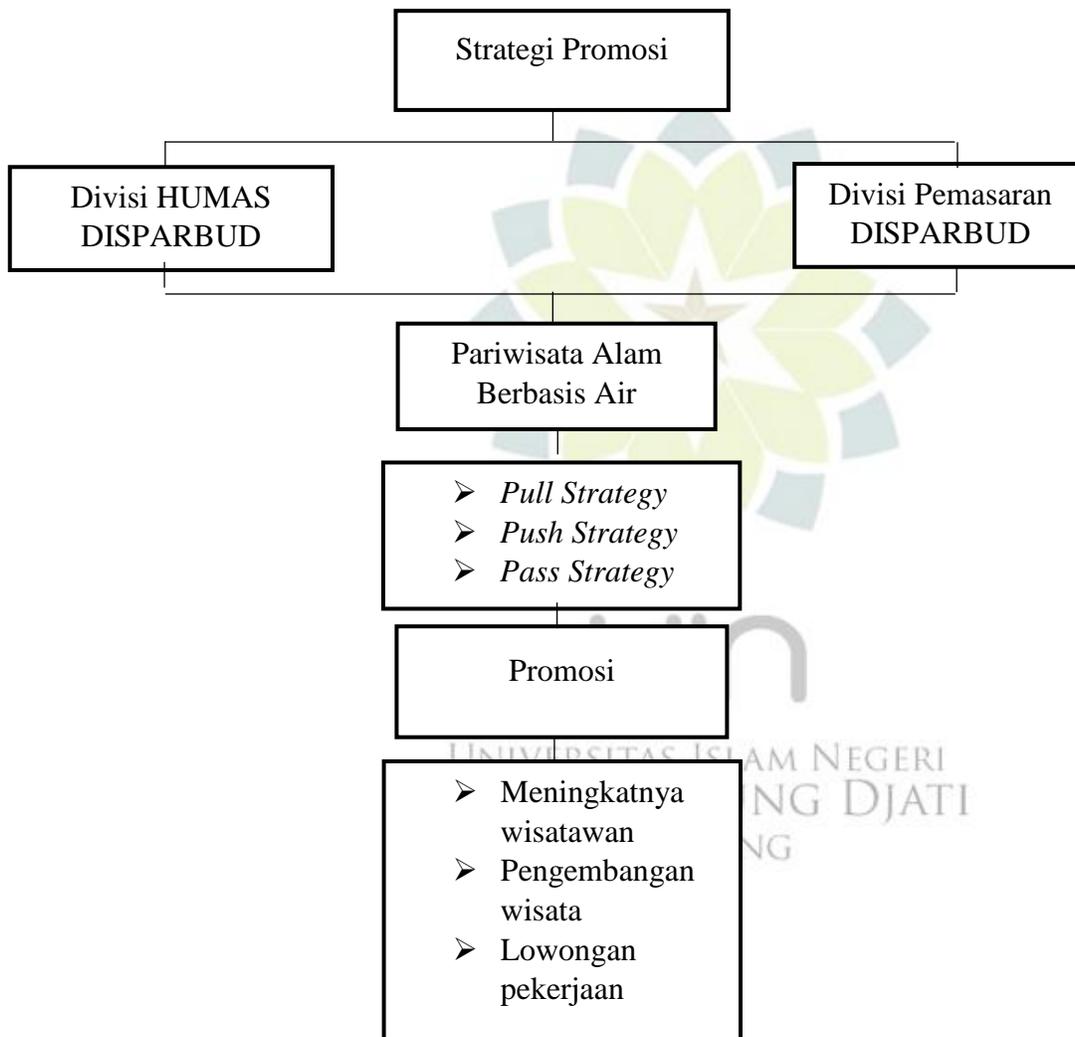
c. *Pass Strategy*

Pass strategy ialah upaya mempengaruhi dan menciptakan opini publik yang menguntungkan bagi perusahaan. Upaya ini dapat dilakukan dengan berbagai kegiatan seperti kerjasama *sponsorship*, kegiatan kemasyarakatan (Ruslan,2012:246).

1.5,3 Kerangka Konseptual

Gambaran kerangka konseptual penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Konseptual



Sumber : Hasil oleh peneliti

Aktivitas adalah kegiatan, peristiwa atau kejadian yang pada umumnya tidak dilakukan secara terus menerus. Biasanya kegiatan dilaksanakan dengan berbagai

alasan tertentu, mulai dari kampanye sebuah partai politik, atau sebuah sosialisasi kebijakan pemerintah. Bidang pemasaran dan Humas Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat melakukan promosi untuk meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Jawa Barat khususnya pada pariwisata alam berbasis air. strategi promosi yang dilakukan diantaranya dengan menarik minat dari wisatawan agar berkunjung ke objek pariwisata alam berbasis air yang ada di Jawa Barat, mendorong berhasilnya kegiatan promosi dengan mengadakan kegiatan-kegiatan, mempengaruhi dan menciptakan opini publik yang menguntungkan untuk meningkatkan ketertarikan wisatawan terhadap wisata alam berbasis air dan pelestarian alam.

Promosi menjadi sebuah keharusan yang dilakukan untuk memberikan informasi terkait produk perusahaan dengan upaya bagaimana orang dapat mengenal produk tersebut dan tertarik untuk membeli dan selalu mengingatnya. Tujuan utama promosi ialah menarik perhatian, memberikan informasi dan memberikan pengaruh untuk meningkatkan penjualan. Promosi dalam penelitian ini dimana membantu penyebaran informasi mengenai wisata alam berbasis air yang sudah dikembangkan oleh pemerintah provinsi Jawa Barat agar meningkatnya wisatawan dan menjaga kelestarian alam yang ada di Jawa Barat.

1.6 Langkah-Langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat yang beralamat di Jl. L.L.R.E. Martadinata No. 209, Bandung 40114 - Jawa Barat - Indonesia. Disparbud dipilih karena lokasi tersebut dirasa dapat memenuhi data yang diperlukan dalam penelitian yang sedang diteliti mengenai Strategi Promosi Pariwisata alam Jawa Barat.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma adalah sebuah keyakinan yang menuntun seseorang dalam bertindak di kehidupannya sehari-hari (Ismurdyahwati, 2002:5).

Konstruktivisme adalah filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan kita adalah konstruksi dari diri kita sendiri (Grasselfeld dalam Ardianto, 2007:154). Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana. Konstruktivisme menyatakan bahwa realitas sosial memiliki bentuk bermacam-macam, berdasarkan pengalaman sosial, bersifat spesifik dan tergantung kepada orang yang melakukan.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme pada penelitian ini karena peneliti ingin mendapatkan informasi dan pemahaman mengenai Strategi Promosi Pariwisata Alam Jawa Barat yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan kebudayaan

Provinsi Jawa Barat dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan informan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Pendekatan kualitatif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan Interpretif. Pendekatan interpretif berangkat dari upaya untuk penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman informan. Secara umum pendekatan interpretatif merupakan sebuah sistem sosial yang memaknai perilaku secara detail langsung observasi (Newman, 1997:68).

Penulis melihat fenomena dan menggali pengalaman dari objek penelitian. Penulis berinteraksi langsung dengan subjek di lapangan dalam hubungan yang saling mengikat (*valuebound*), proses penelitian berlangsung secara siklus (tidak linier), bertujuan untuk mengembangkan teori dan hasil akhir atau temuan bersifat *openended* artinya temuan penelitian masih terbuka untuk dikritik, direvisi, bahkan hingga disalahkan (*being falsified*). Hasil paradigma interpretif melahirkan penelitian kualitatif yang sangat kompleks dengan jenisnya yang begitu beragam dan masing-masing dengan corak metodenya sendiri. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan dalam riset yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan mendalam-dalamnya.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif dimana peneliti menjadi instrumen kunci dan bertujuan untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan

wawancara secara mendalam yang dilaksanakan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif analisis. Metode deskriptif ini adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. (Sugiyono, 2009:35). Ciri dari metode analisis deskriptif ialah menitik beratkan pada observasi dan suasana ilmiah, peneliti terjun langsung kepalangan, peneliti mengamati kategori perilaku, gejala dan mencatatnya sesuai dengan pedoman observasi.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti memilih menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif serta penerapan paradigma konstruktivisme untuk membuat pemaparan, gambaran, faktual dan akurat mengenai sebuah fakta – fakta, sifat – sifat, situasi kondisi atau sebuah fenomena dengan menggunakan kata – kata atau berupa data baik itu tulisan atau lisan dari informan untuk mengetahui strategi promosi pariwisata alam berbasis air yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Provinsi Jawa Barat, kemudian penelitian ini termasuk penelitian kualitatif karna peneliti berusaha untuk tidak memanipulasi data, melainkan melakukan studi dalam situasi dimana fenomena

tersebut terjadi dan kemudian dilihat dalam konteks alamiah atau apa adanya dan dapat terkonstruksikan secara jelas.

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1 Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, Data Kualitatif yaitu data berbentuk konsep atau data yang digambarkan dan dikumpulkan dalam kata dengan mengangkat dan menguraikan seluruh masalah yang berkaitan dengan strategi promosi pariwisata alam di Jawa Barat.

1.6.4.2 Sumber data

Sumber data penelitian yang dilakukan di bagi kepada dua bagian yaitu sebagai berikut :

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung hasil wawancara kepada rujukan pertama dan utama yaitu Bidang Humas, Bidang Pemasaran dan Bidang Destinasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan provinsi Jawa Barat.

b. Sumber data skunder

Sumber data skunder merupakan data yang diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti dan menjadi acuan kedua yaitu buku-buku, makalah, jurnal, dan sumber ilmiah lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian

1.6.5.1 Informan dan Unit Analisis

Informan adalah orang yang dapat memberikan keterangan atau informasi mengenai masalah yang sedang diteliti dan dapat berperan sebagai narasumber selama proses penelitian (Ardianto, 2014 :61). Informan dari penelitian ini adalah Staff Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat yang memahami dan serta terlibat langsung dalam pelaksanaan promosi di Dinas pariwisata dan kebudayaan provinsi Jawa Barat. Unit analisis dari penelitian ini mencakup strategi promosi pariwisata alam berbasis air di Jawa Barat.. Penentuan informan dalam penelitian ini ditentukan dengan syarat sebagai berikut:

1. Informan adalah bagian dari Bidang Humas, Bidang Pemasaran dan Bidang Destinasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Peneliti menentukan kriteria ini dengan alasan bahwa informan merupakan individu yang berhubungan langsung dalam kegiatan pengelolaan dan perencanaan.
2. Informan Manajer, karyawan aktif Dinas Pariwisata dan kebudayaan Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang memiliki masa kerja minimal 1 tahun dan mengetahui mengenai proses pengelolaan dan perencanaan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.
3. Informan mempunyai perilaku dan komunikasi yang baik, mempunyai kredibilitas yang baik, dan mampu bersikap jujur.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dilakukan pada penelitian ini antara lain :

1. *Interview* (Wawancara)

Interview digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam dan jumlah informannya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi. Sutrisno hadi (1986) mengemukakan bahwa anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode interview adalah sebagai berikut :

- a. Bahwa subyek (informan) adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
- b. Bahwa apa yang dinyatakan oleh informan kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
- c. Bahwa interpretasi informan tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti.

Wawancara dapat dilakukan secara struktur atau tidak struktur, dan adapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.

2. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara. Jika wawancara selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek yang lain.

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psioikologis, Dua diantara yang terpenting adalah

proses-proses pengamatan dan ingatan (Sutrisno hadi,1986). Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi *participant observation* (observasi berperan serta) dan *non participant observation*, selanjutnya dari segi instrumentasi yang digunakan, maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur.

3. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah salah satu metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian sebuah data-data serta informasi yang didapatkan oleh peneliti melalui dokumen-dokumen baik tertulis maupun gambar yang dapat mendukung dalam proses penelitian. Studi Dokumen ini di gunakan untuk memperkuat kebenaran atas penelitian yang telah di laksanakan oleh peneliti. Dalam hal dokumen.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan studi dokumentasi dengan melihat berbagai literatur dari buku artikel dan data-data atau informasi mengenai wisata alam berbasis air di Jawa Barat serta dianggap perlu untuk memperkaya hasil penelitian yang masih relevan dengan pemahaman peneliti mengenai aktivitas Public Relations melalui promosi wisata alam berbasis air.

1.6.7 Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data dalam penelitian kualitatif ini menggunakan model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1984) megemukakan bahwa aktivitas

dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas sehingga menghasilkan data yang sudah lengkap dan jenuh. Ada tiga kegiatan analisis data menurut Miles dan Huberman, antara lain:

a. Reduksi data

Kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari apabila diperlukan (Sugiyono, 2017: 247) Reduksi data dilakukan untuk memilih hal-hal pokok, memfokuskan kepada data yang dianggap penting dari hasil penelitian yang sudah dilakukan. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas mempermudah peneliti untuk mencari data yang sekiranya belum terpenuhi.

b. Penyajian data

Data yang sudah direduksi selanjutnya menyajikan data Penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan Penyajian. Data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Data penelitian disajikan dalam bentuk uraian yang didukung dengan matriks jaringan kerja. Display data ialah menyajikan data dalam bentuk matriks, network, chart atau grafik, dan sebagainya. (Sugiyono, 2017: 249)

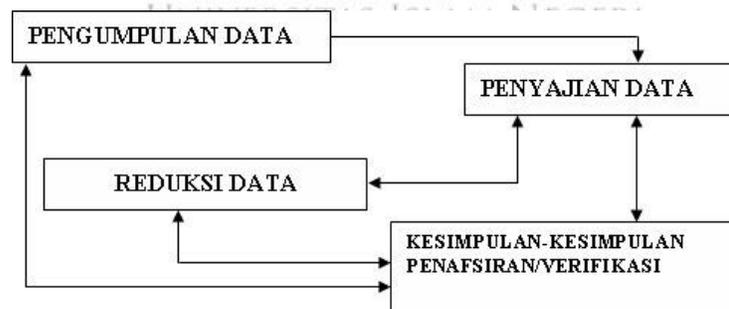
c. Pengambilan keputusan dan Verifikasi.

Pengambilan keputusan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis. Data Simpul disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian. Verifikasi dapat dilakukan dengan singkat yaitu dengan cara mengumpulkan data baru. (Sugiyono, 2017: 253)

Peneliti menggunakan Teknik Analisis data model Miles dan Huberman ini agar mempermudah memilih dan menganalisis data secara lebih terstruktur. Berdasarkan analisis *interactive model*, kegiatan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan pengambilan keputusan / verifikasi merupakan proses siklus dan interaktif Analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut, berulang, dan terus menerus.

Gambar 1.2

Model Interaktif Teknik Analisis Data oleh Miles and Huberman



(Sumber : Miles and Huberman, 1984:56)

1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan teknik penentuan keabsahan data dengan metode Triangulasi. Teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data (Sugiono 2017: 241).

Tujuan dari Triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang berapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Nilai dari teknik pengumpulan data dengan triangulasi adalah untuk mengetahui data yang diperoleh *convergent* (meluas), tidak konsisten atau kontradiksi. Oleh karena itu, dengan menggunakan teknik Triangulasi dalam pengumpulan data maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas dan pasti. Teknik triangulasi akan lebih meningkatkan kekuatan data bila dibandingkan dengan satu pendekatan.

1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.2

Jadwal Rencana Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Oktober 2018	November 2018	Desember 2018	Januari 2019	Februari 2019	Maret 2019	April 2019	Mei 2019
Tahapan pertama : Observasi Lapangan dan pengumpulan data Pra Penelitian									
1	Pengumpulan data proposal penelitian								
2	Penyusunan proposal penelitian								
3	Bimbingan proposal penelitian								
4	Revisi Proposal Penelitian								
Tahapan kedua : Usulan Penelitian									
5	Sidan usulan penelitian								
6	Revisi Usulan Penelitian								
Tahapan Ketiga : Penyusunan Skripsi									
7	Pelaksanaan								

	penelitian								
8	Analisis dan pengolahan data								
9	Penulisan laporan								
10	Bimbingan Skripsi								
Tahapan ke empat :									
11	Bimbingan Akhir Skripsi								
12	Sidang Skripsi								
13	Revisi Skripsi								



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG