

## ABSTRAK

**Syarah Fitriani:** Pengelolaan Promosi Geopark Nasional Ciletuh-Palabuhanratu melalui *Event* Ciletuh Geopark Festival 2016 ( Studi Kasus pada Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu)

Pengelolaan promosi merupakan salah satu langkah *Public Relations* dalam mengatur dan menyebarkan informasi terkait suatu produk perusahaan. Pengelolaan promosi juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap keberadaan produk, dalam hal ini Badan Pengelola *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu melakukan promosi untuk mengenalkan *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu kepada publik, yaitu sebagai kawasan Taman Bumi baru yang ada di Jawa Barat. Badan Pengelola *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu sebelum melakukan pengelolaan promosi publik belum mengetahui keadaan *Geopark* di Jawa Barat, namun setelah dilakukan promosi melalui *event* Ciletuh Geopark Festival 2016 publik mulai sadar dengan keberadaan *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana proses mengidentifikasi masalah, proses perencanaan, proses pelaksanaan, dan proses evaluasi yang dilakukan oleh Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu melalui *Event* Ciletuh Geopark Festival 2016.

Penelitian ini atas dasar konsep *Four Step Public Relations*, konsep ini merupakan konsep dari Cutlip, Center, Broom (dalam Morrisan, 2008:108) Keempat langkah ini menjelaskan mengenai *defining the problem* untuk melihat situasi, *planning and programming* untuk penyusunan program, *taking action and communicating* untuk implementasi, dan *evaluating the program* untuk penilaian atas persiapan, pelaksanaan dan hasil-hasil program.

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode studi kasus di Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu serta pendekatan kualitatif, sehingga peneliti memberikan gambaran objek promosi Geopark Nasional Ciletuh-Palabuhanratu secara jelas dan sistematis, penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh baik dari pustaka, wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan promosi yang dilakukan oleh Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu melalui *Event* Ciletuh Geopark Festival 2016 melalui beberapa tahapan yaitu menentukan masalah meliputi survei, dan melihat situasi, selanjutnya proses perencanaan meliputi penetapan konsep, tempat dan waktu, serta sosialisasi *pre event*, selanjutnya proses pelaksanaan meliputi rangkaian kegiatan acara, dan terakhir proses evaluasi meliputi rapat evaluasi program yang sudah dijalankan.

**Kata Kunci:** (Pengelolaan Promosi: Four Step Public Relations, Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu)

## ABSTRAC

**Syarah Fitriani:** National Geopark Promotion Management Ciletuh-Palabuhanratu via Event Ciletuh Geopark Festival 2016 (Case Study at Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu)

Promotional management is one step Public Relations in organizing and disseminating information related to a company's products. Promotion management also purpose to increase public awareness of the existence of the product, in this case Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu do promotion to introduce the National Geopark Ciletuh-Palabuhanratu to the public, namely as a new Geopark area in West Java. Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu before doing the management of public promotion has not known the situation of Geopark in West Java, but after promotion through event Ciletuh Geopark Festival 2016 public began to realize with the existence of National Geopark Ciletuh-Palabuhanratu.

The purpose of this research is to find out how the process identifies the problem, the planning process, the implementation process, and the evaluation process conducted by Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu through Event Ciletuh Geopark Festival 2016.

This study is based on the concept of Four Step Public Relations, this concept is a concept of Cutlip, Center, Broom (in Morrisian, 2008: 108) these four steps explain the defining the problem to see the situation, planning and programming for programming, taking action and communicating for implementation, and evaluating the program for assessment of program preparation, implementation and results.

The method used by the researcher is a case study method in Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu and qualitative approach, so that the researcher gives an idea of Geopark National Object of Ciletuh-Palabuhanratu clearly and systematically, this research is based on data obtained from literature, interview, observation, And documentation.

The results of this study indicate that the management of promotions conducted by Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu through Event Ciletuh Geopark Festival 2016 through several stages of determining problems include surveys, and see the situation, and then the planning process includes the determination of the concept, place and time, and socialization pre event , and then the implementation process includes a series of event activities, and the final evaluation process includes meeting the evaluation program that has been run.

**Keywords :** (Management of Promotion: For Step Public Relations, Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu)