

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi yang menawarkan dan mengenalkan produk atau jasa kepada khalayak. Promosi salah satu kegiatan kehumasan yang dimaksudkan untuk memperkenalkan lembaga dan untuk meningkatkan citra perusahaan. Promosi dapat menjadikan suatu usaha lebih dikenal dan diketahui oleh khalayak, dalam promosi pariwisata produk yang ditawarkan ialah berupa keindahan alam serta keunikan dari tempat wisata itu sendiri.

Keuntungan yang didapat dalam melakukan kegiatan promosi diantaranya meningkatkan penjualan, mendapatkan pelanggan baru, menjaga kesetiaan pelanggan, bahkan membantu mengubah tingkah laku dan pendapat konsumen, maka dengan adanya promosi pariwisata dapat menjadikan salah satu penunjang majunya suatu daerah, secara ekonomi pariwisata dapat memberikan potensi untuk membuka lapangan pekerjaan, bahkan dapat meningkatkan devisa negara.

Peningkatan devisa negara dapat diperoleh dengan banyaknya wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia, terutama dalam kegiatan berwisata, maka dari itu Badan Pengelola *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu sebagai instansi pemerintah yang mempunyai tugas untuk mengelola *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu, dalam meningkatkan daya saing kepariwisataan dengan

memperbaiki sarana dan infrastruktur daerah, meningkatkan kualitas pelayanan serta memaksimalkan promosi dan pemasaran melalui berbagai media seperti iklan, *website* resmi, *social* media dan *event*, mengingat persaingan dalam kepariwisataan yang semakin tajam. Promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan dengan dibantu oleh pengelola objek wisata dari perusahaan-perusahaan swasta dan masyarakat setempat dapat membuat penyebaran informasi mengenai keindahan alam di Kabupaten Sukabumi akan semakin efektif.

Kabupaten Sukabumi memiliki kawasan yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara, yaitu salah satunya objek wisata *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu. Nama *Geopark* Ciletuh ditetapkan melalui SK Bupati Sukabumi Nomor 556/Kep.684;Disparbudpora/2014, tanggal 24 Oktober 2014. Kawasan *Geopark* Ciletuh memiliki luas 45.820 Ha atau 458,2 km yang meliputi 15 desa.¹ Istilah *Geopark* ialah diambil dari kata *Geological* yang berarti bumi dan *Park* yang berarti taman, merupakan sebuah kawasan yang didalamnya terdapat unsur-unsur geologi dan masyarakat setempat yang juga diajak berperan serta untuk melindungi dan melestarikan warisan alam dan budaya di dalamnya. Kabupaten Sukabumi memiliki banyak dan beragam daya tarik wisata alam yang menjadikan salah satu tujuan wisata yang dipilih oleh wisatawan, dan juga letaknya yang berdekatan dengan kota besar seperti Bandung dan Jakarta.

¹ http://www.jabarprov.go.id/assets/data/doc/upload_1465866669.pdf

Sumberdaya alam dan kawasan wisata yang berpotensi menjadi produk wisata. Badan Pengelola Kawasan *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu giat memperkenalkan serta mempromosikan *Geopark* Nasional Ciletuh yang ada di Kabupaten Sukabumi salah satunya melalui *event* nasional yang diselenggarakan setiap satu tahun sekali dengan mengusung konsep yang berbeda disetiap pagelaran. *Event* pertama kali diselenggarakan pada 14-15 November tahun 2015 yang diberi nama Ciletuh *Geopark* Festival 2015 dengan tema yaitu “*Exploring Ciletuh*” di Pantai Palangpang Cimarunjung, Desa Ciwaru, Kecamatan Ciemas, Kabupaten Sukabumi. Festival ini digelar sebagai upaya pemerintah untuk membangun kawasan *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu sebagai destinasi pariwisata di Jawa Barat, serta mensosialisasikan pengembangan kawasan *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu yang memiliki potensi besar untuk dipromosikan.

Pemerintah Provinsi Jawa Barat kembali menggelar Ciletuh *Geopark* Festival pada 27-28 Agustus 2016 di Pantai Batu Namprak, Ujung Genteng, Kabupaten Sukabumi. Kegiatan *event* yang kedua kalinya ini tentu berbeda dengan tahun sebelumnya dikarenakan diramaikan oleh peserta dari empat negara yakni Singapura, Malaysia, Thailand, dan New Zealand. Festival ini diselenggarakan untuk memperjuangkan Ciletuh-Palabuhanratu menjadi bagian dari (*United Nations, Educational, Scientific and Cultural Organization*) UNESCO *Global Geopark Network*. Konsep atau tema pada festival yang kedua ini yaitu “*Culture meet Nature*” konsep ini merupakan gambaran harmoni antara kebudayaan manusia dan alam.

Beberapa rangkaian kegiatan acara yang digelar dalam Ciletuh *Geopark* Festival 2016 diantaranya meliputi kegiatan yang berkaitan dengan konsep yang ada dalam *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu yaitu keanekaragaman hayati, keanekaragaman budaya, dan keanekaragaman geologi. Rangkaian acara Ciletuh *Geopark* Festival 2016 di antaranya : Pertunjukan budaya hasil restorasi di kawasan *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu, pameran hasil pelatihan dan program pemberdayaan masyarakat di kawasan *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu, kegiatan perintisan kepariwisataan di kawasan *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu, kegiatan-kegiatan bakti lingkungan, publikasi buku hasil penelitian kebudayaan di kawasan *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu khususnya di Kecamatan Ciemas dan Ciracap, kegiatan Geovaganza, berupa rangkaian wisata *geoculture* yang mengangkat berbagai potensi wisata yang ada di lokasi event Ciletuh *Geopark* Festival 2016 yaitu di Pantai Batu Namprak , Desa Pangumbahan, Ujung Genteng yang meliputi pertunjukan kesenian Buncis dan Tutunggulan, tari Kolosal Galura Pajampangan Sunda Daksina, Kesenian Jae, Tari Rengkek Panyadap, Pertunjukan Seni Cepet Jaringao, Musik Sunda Dasentra, Pencak Silat, Pertunjukan dari Konferensi Asep-asep dan Pagelaran Wayang, melibatkan 500 peserta. Adventure bike di Tamanjaya-Pangumbahan, diikuti oleh kurang lebih 400 peserta berasal dari Jakarta, Bandung, Sukabumi, dan sekitarnya. Sosialisasi kelautan ke siswa SD, aksi penanaman terumbu karang, diskusi konservasi penyu di UPTD konservasi penyu di Pantai Pangumbahan, serta penyelaman di Karang Antuk dan Sodong Parat, dan diikuti oleh 40 peserta, surfing di Pantai Cipaku, aksi *Advance Surfer* di Pantai *Turtle Point*, dan aksi

prosurfer di Pantai Ombak Tujuh, diikuti oleh 70 peserta dari mancanegara menambah kemeriahan festival, serta kegiatan penerbangan layangan di Pantai Batunamprak Pangumbahan yang diikuti kurang lebih 50 peserta yang juga datang dari Singapura, Malaysia, Thailand, dan Selandia Baru. Setelah event Ciletuh *Geopark* Festival 2016 digelar aksi Bersih Pantai Pantai yang diikuti para Pramuka Kecamatan Ciracap di sepanjang Pantai Ujung Genteng dan Pangumbahan.

Wisatawan yang berkunjung ke *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu akan disuguhkan panorama alam yang masih sangat alami, dikarenakan objek wisata *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu memperlihatkan pemandangan yang indah dan dikelilingi oleh perbukitan yang hijau serta kawasan *Geopark* ini juga memiliki air terjun diantara tebing bebatuan, batuan alam yang terdapat di *Geopark* ini merupakan hasil sedimentasi berbagai fosil, patahan, dan lempengan bumi puluhan juta tahun silam. *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu tidak hanya menyajikan satu tempat wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan, melainkan beberapa tempat wisata yang sekaligus dapat dikunjungi dalam satu perjalanan, diantaranya Curug Awang, Curug Sodong, Curug Cikaso, Curug Cimarunjung, Curug Cikanteh, Pantai Palangpang, Bukit Panenjoan, dan Puncak Darma. Setiap tempat tersebut memiliki keunikan dan ciri khasnya masing-masing, bukan hanya wisata biasa melainkan juga edukasi.

Tim *Geopark* dari (*United Nations, Educational, Scientific and Cultural Organization*) UNESCO pun pernah berkunjung untuk melihat langsung *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu yang dinilai unik dan langka secara geologi.

Geopark Nasional Ciletuh-Palabuhanratu mendapatkan sertifikat sebagai *Geopark* Nasional dari Komite Nasional Indonesia untuk UNESCO dan Kementerian ESDM karena telah memenuhi sejumlah persyaratan untuk sebuah taman bumi atau *Geopark* pada tanggal 22 Desember 2015 lalu.² Saat ini pemerintahan dan lembaga-lembaga terkait sedang berusaha untuk mengajukan *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu ke tingkat *Global* atau bisa disebut UNESCO *Global Geoparks* (UGG) pada tahun ini.

Rencananya, bulan Agustus ini tim asesor dari UNESCO akan melakukan penilaian ke *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu, adapun keputusan lolos atau tidaknya, akan diumumkan pada bulan Desember mendatang. Badan Pengelola *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu ingin menjadikan wisata *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu sebagai wisata berkelas internasional setelah pengesahan dari UNESCO *Global Geoparks* UGG 2017, sehingga tidak hanya wisatawan lokal yang mengunjungi kawasan wisata *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu, tetapi juga wisatawan mancanegara, dengan adanya tempat wisata *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu diharapkan dapat menambah daftar tempat wisata dan juga dapat menjadi pusat wisata alam di Kabupaten Sukabumi.

Geopark Nasional Ciletuh-Palabuhanratu menjadi salah satu tempat wisata unggulan yang ada di Jawa Barat. Keterlibatan dari pihak pemerintah, swasta hingga masyarakat sekitar kawasan *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu ikut menunjang, karena dengan adanya dukungan akan menentukan kelancaran pengembangan kawasan *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu.

² <http://www.voaindonesia.com/a/unesco-kukuhkan-ciletuh-sebagai-geopark-nasional-3120599.html>

Pengunjung wisatawan yang berkunjung ke *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu dapat dijadikan tolak ukur atas keberhasilan strategi pemasaran objek wisata yang dilakukan Badan Pengelola *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu dalam hal ini pengelolaan promosi. Berdasarkan uraian diatas, alasan yang mendasari topik penelitian ini karena, *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu merupakan salah satu *Geopark* yang ada di Jawa Barat, tepatnya di Kabupaten Sukabumi, kawasan Ciletuh dikukuhkan sebagai *Geopark* Nasional dikarenakan terdapat warisan bumi berupa batuan alam yang diteliti oleh geologi merupakan batuan tertua yang ada di Pulau Jawa, mengingat konsep dari *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu sebagai kawasan *Geopark* (Taman Bumi) baru yang ada di Jawa Barat, maka perlu diadakannya promosi guna dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, dan dikelola khusus oleh Badan Pengelola *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu.

Pembentukan Badan Pengelola *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu didasari oleh lima komponen penting yaitu akademisi yang mewakili unsur perguruan tinggi dan institusi atau lembaga riset, komunitas mewakili masyarakat yang hidup dan tinggal di dalam kawasan, pemerintah meliputi unsur pemerintah dari riset terendah di desa hingga gubernur serta pemerintah pusat di bawah kementerian, pengusaha mewakili sektor BUMN maupun swasta, dan media massa sebagai media promosi. Kelima komponen tersebut memiliki visi dan misi yang sama dalam mengkonservasi potensi sumberdaya alam dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitarnya.

Geopark Nasional yang telah dinobatkan oleh UNESCO terutama di Indonesia bukan hanya *Geopark* Nasional Ciletuh saja, melainkan ada 6 *Geopark* Nasional yaitu *Geopark* Batur, *Geopark* Gunung Sewu, *Geopark* Kaldera Toba, *Geopark* Merangin, *Geopark* Rinjani, dan *Geopark* Ciletuh. Dua diantaranya sudah menjadi *Global Geopark* atau *Geopark Internasional* yaitu *Geopark* Batur, dan *Geopark* Gunung Sewu. *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu memiliki keunikan serta keunggulan tersendiri dibandingkan dengan *Geopark* lainnya yang ada di Indonesia yaitu dikelola khusus oleh Badan Pengelolaan *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu.

Banyaknya *Geopark* Nasional yang juga mempunyai keindahan alam dan keunikannya masing-masing, maka akan menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola wisata didaerahnya terutama Badan Pengelola Kawasan *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu untuk melakukan pengelolaan promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, salah satunya melalui *event* Ciletuh *Geopark* Festival 2016 maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan metode studi kasus serta pendekatan kualitatif, dimana penulis memberikan gambaran objek wisata penelitian secara jelas dan sistematis, penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh baik dari pustaka, wawancara, dokumentasi, serta observasi.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu: “Bagaimana pengelolaan promosi *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu melalui *Event* Ciletuh *Geopark* Festival 2016” yang penulis rumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana proses *menentukan masalah* promosi Geopark Nasional Ciletuh-Palabuhanratu pra *Event* Ciletuh Geopark Festival 2016 ?
- 2) Bagaimana proses *perencanaan* promosi *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu pra *Event* Ciletuh Geopark Festival 2016 ?
- 3) Bagaimana proses *pelaksanaan* promosi *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu melalui *Event* Ciletuh Geopark Festival 2016 ?
- 4) Bagaimana proses *evaluasi* promosi *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu pasca *Event* Ciletuh Geopark Festival 2016 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui metode studi kasus dalam meneliti Pengelolaan Promosi *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu melalui *Event* Ciletuh *Geopark* Festival 2016, berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini yaitu:

- 1) Mengetahui proses *menentukan masalah* promosi Geopark Nasional Ciletuh-Palabuhanratu pra *event* Ciletuh Geopark Festival 2016
- 2) Mengetahui proses *perencanaan* promosi *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu pra *event* Ciletuh Geopark Festival 2016
- 3) Mengetahui proses *pelaksanaan* promosi *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu melalui *event* Ciletuh Geopark Festival 2016
- 4) Mengetahui proses *evaluasi* promosi *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu pasca *event* Ciletuh Geopark Festival 2016

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis yang peneliti uraikan sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Secara Akademis

Ditinjau dari manfaat akademis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi dengan temuan-temuan yang diteliti bagi peneliti maupun program studi Hubungan Masyarakat, menambah pengetahuan dan berguna sebagai penerapan Ilmu Pengetahuan yang diperoleh dalam perkuliahan dan sebagai sumbangsi pemikiran untuk pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya dalam penelitian mengenai Manajemen *Public Relations* dan pengelolaan promosi dengan metode studi kasus dan pendekatan kualitatif.

1.4.2 Kegunaan Secara Praktis

Ditinjau dari manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar informasi untuk mengajukan saran dan rekomendasi kepada pihak pengelola pariwisata, terutama Badan Pegelola *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu guna meningkatkan kunjungan wisatawan.

1.5 Landasan Pemikiran

Landasan Pemikiran bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah penelitian. Landasan Pemikiran berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari hasil penelitian pihak lain yang dapat dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti.

1.5.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Penyusun mengawali penelitian ini dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan, sehingga penyusun mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai, sehingga penelitian ini menjadi lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai objek-objek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah suatu hal yang wajar dan dapat disinergikan untuk saling melengkapi.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Sindy Ita Oktaviani Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2016 yang berjudul “Strategi Promosi PR FM 107,5 Bandung Melalui Program Obivan (Studi Kasus pada Program Obivan di Marketing Communication di PR FM Bandung)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh PR FM Bandung melalui program OB-Van, meliputi analisis situasi PR FM dalam melaksanakan program OB-Van, tahap persiapan dan pelaksanaan program OB-Van, kendala yang dihadapi beserta cara menghadapi kendala tersebut.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Triana Rusmalia pada tahun 2012 yang berjudul “Strategi Promosi *Brand* Ouval Research pada *Event* Kickfest 2011 (Studi Kasus di CV. Sailan Industries)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi *brand* Ouval Research pada *event*

Kickfest 2011. Dasar penelitian ini adalah teori *Marketing Public Relations*, Promosi, dan Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication/ IMC*) yang digunakan untuk menganalisis strategi promosi *brand* Ouval Research pada *event* Kickfest 2011.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Dwi Januar Fajarsari mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2011, yang berjudul “Pengaruh Kegiatan Promosi Bank Rakyat Indonesia Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Sebuah Deskriptif Terhadap Nasabah BRI Kantor Cabang Pembantu Antapani Bandung)”. Rincian singkatnya ialah iklan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah sebanyak 15,02%. *Salles Promotion* terhadap peningkatan jumlah nasabah sebanyak 10,50%, *Publisitas* berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah sebanyak 14,02%, dan *Personal Selling* berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah sebanyak 13,75%. Ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari kegiatan promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah. Upaya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk yang optimal melalui promosi langsung dan tidak langsung menimbulkan efek yang positif terhadap konsumen dan nasabah.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Rosa Afriani Universitas Bengkulu tahun 2014, dengan judul “Strategi *Marketing Public Relations* dan *Promotion* PT. Bank Syariah Kantor Cabang Bengkulu dalam Meningkatkan Citra Sebagai Bank Berbasis Syariah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing Public Relations* dan *promotion* dalam meningkatkan citra. Pada penelitian ini Marketing PR adalah yang menentukan bagaimana strategi

yang diciptakan agar menarik bagi calon nasabah kemudian promosi yang digunakan dengan melakukan pendekatan kepada media dan masyarakat Bengkulu. Pengumpulan data dilakukan dengan *observasi* tidak terstruktur dan wawancara secara mendalam.

Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Elly Wahyuni, Universitas Mercubuana tahun 2008 dengan judul “Aktivitas *Marketing Public Relations* PT. AQUA, Tbk. Dalam Mengelola Reputasi Merek Generik (*Image Generic Branding*) Pasca Akuisisi”. Penelitian ini dilakukan yang bertujuan untuk mengetahui mengapa dan bagaimana MPR AQUA melakukan aktivitas dalam mengelola reputasi merek pasca akuisisi. Kesimpulan yang didapat bahwa MPR AQUA-Danone melakukan berbagai aktivitas dengan pelanggan upaya memberikan informasi, membangun kepercayaan serta ketertarikan terhadap kualitas produk AQUA. Dalam aktivitasnya, MPR sangat didukung oleh bagian promosi, periklanan, dan penjualan dalam mengelola reputasi merek generik di pasca akuisisi.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Pendekatan Penelitian dan Hasil Penelitian	Relevansi dengan penelitian yang akan dilaksanakan	Perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan
Sindy Ita Oktaviani Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2016	Strategi Promosi PR FM 107,5 Bandung Melalui Program Obivan (Studi Kasus pada Program Obivan di Marketing Communication di PR FM Bandung)	Pendekatan menggunakan Kualitatif Hasil penelitian menggambarkan bahwa proses pelaksanaan OB-Van ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan PR FM untuk lebih mengenalkan PR FM kepada masyarakat luas untuk menarik klien dalam beriklan. Tahap perencanaan dimulai dengan penentuan tempat dan waktu yang masing-masing ditentukan dengan melakukan penjadwalan perperiode dan memilih tempat yang sarat akan keramaian.	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, yakni dalam hal Promosi	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan ialah penelitian terdahulu membahas mengenai strategi promosi, sedangkan peneliti akan membahas mengenai aktivitas promosi.
Triana Rusmalia Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2012	Strategi Promosi <i>Brand</i> Ouval Research pada <i>Event</i> Kickfest 2011 (Studi Kasus di CV. Sailan Industries)	Pendekatan menggunakan Kualitatif Hasil penelitian diketahui bahwa strategi periklanan (iklan tidak dipilih sebagai salah satu alat promosi, hal ini dilakukan karena <i>brand</i> Ouval Research (RSCH) lebih focus dengan promosi menggunakan media sosial yang langsung berhubungan dengan pelanggan. Strategi promosi penjualan merupakan salah satu kegiatan inti yang dilakukan untuk mempromosikan <i>brand</i> Ouval Research (RSCH) di <i>event</i> Kickfest 2011.	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, yakni dalam hal Promosi	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan ialah penelitian terdahulu membahas mengenai strategi promosi sedangkan peneliti akan membahas mengenai aktivitas promosi
Dwi Januar Fajarsari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada	Pengaruh Kegiatan Promosi Bank Rakyat Indonesia Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Sebuah Deskriptif Terhadap	Pendekatan menggunakan Kuantitatif Hasil penelitian ini berdasarkan sub dari Variabel X ₁ promosi langsung dan X ₂ promosi tidak langsung ialah iklan, <i>salles Promotion</i> , <i>Public Relations</i> , <i>Publisitas</i> , dan <i>Personal Selling</i> . Angka koefisien determinasi sebesar 68,70%	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, yakni dalam hal	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan ialah penelitian terdahulu membahas mengenai kegiatan promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah

tahun 2011	Nasabah BRI Kantor Cabang Pembantu Antapani Bandung)	menunjukkan bahwa perubahan pada peningkatan jumlah nasabah dipengaruhi oleh promosi dan promosi tidak langsung sebesar 68,70%. Sedangkan sisanya sebesar 31,30% dipengaruhi oleh factor lain diluar promosi langsung dan promosi tidak langsung.	Promosi	dengan pendekatan kuantitatif sedangkan peneliti akan membahas mengenai aktivitas promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dengan pendekatan kualitatif
Elly Wahyuni, Universitas Mercubuana 2008	Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> PT. AQUA, Tbk. Dalam Mengelola Reputasi Merek Generik (<i>Image Generic Branding</i>) Pasca Akuisisi	Pendekatan menggunakan Kualitatif Kesimpulan yang didapat bahwa MPR AQUA-Danone melakukan berbagai aktivitas dengan pelanggan upaya memberikan informasi, membangun kepercayaan serta ketertarikan terhadap kualitas produk AQUA. Dalam aktivitasnya, MPR sangat didukung oleh bagian promosi, periklanan, dan penjualan dalam mengelola reputasi merek generik di pasca akuisisi.	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, yakni dalam hal <i>Marketing Public Relations</i>	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan ialah penelitian terdahulu membahas mengenai <i>aktivitas marketing Public Relations</i> sedangkan peneliti akan membahas mengenai aktivitas promosi
Rosa Afriani, Universitas Bengkulu 2014	Strategi <i>Marketing Public Relations</i> dan <i>Promotion</i> PT. Bank Syariah Kantor Cabang Bengkulu dalam Meningkatkan Citra Sebagai Bank Berbasis Syariah	Pendekatan menggunakan Kualitatif Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Bank BRI Syariah sudah melakukan strategi <i>marketing Public Relations</i> dengan konsep syariah dan promosi yang dilakukan dengan cara melakukan pendekatan terhadap media dan masyarakat serta melakukan kegiatan-kegiatan dalam mempromosikan BRI Syariah.	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsi pemikiran yang positif untuk peneliti yang akan dilaksanakan, yakni dalam hal <i>Marketing Public Relations</i> dan Promosi	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan ialah penelitian terdahulu membahas mengenai strategi <i>Marketing Public Relations</i> dan <i>Promotion</i> , sedangkan peneliti membahas mengenai aktivitas promosi.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

(sumber: hasil olahan peneliti)

1.5.2 Landasan Teoritis

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, dimana pengelolaannya terdiri dari menentukan masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan, hal ini selaras dengan konsep yang akan digunakan oleh peneliti yaitu *Four Step Public Relations* konsep yang digagas oleh Cutlip, Center, and Broom (dalam Morrisan, 2008:108).

Konsep tersebut meliputi *defining the problem* dapat dilakukan melalui penelitian untuk menemukan fakta terhadap isu perusahaan. Hal ini biasa dilakukan *Public Relations* dengan mengumpulkan fakta yang terkait dengan permasalahan melalui pemantauan di media massa (*media scanning*), menciptakan hubungan atau kedekatan dengan publik yang terkait seperti pers. *Planning and programming*, pada tahap ini praktisi *Public Relations* sudah menemukan penyebab timbulnya permasalahan dan sudah siap dengan langkah pemecahan masalah. Langkah ini dilakukan melalui analisa publik, tujuan, dan pesan. Kemudian membuat strategi dan taktik termasuk dalam hal anggaran, waktu, sumber daya. *Taking action and communicating*, tahapan ini adalah bentuk nyata dari perencanaan program yang sudah di buat. Terakhir *evaluating the program*, *Public Relations* perlu melakukan evaluasi atas langkah-langkah yang diambil. Evaluasi ini bisa dilakukan dalam jarak waktu yang sudah ditentukan di tahap perencanaan.

Ratih Hurriyati dalam bukunya *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Hurriyati, 2010:57) menyebutkan bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapa pun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Seperti halnya Badan Pengelola *Geopark* Nasional Ciletuh Palabuhanratu, jika pengelolaannya hanya terfokus pada bagaimana *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu tersebut dibangun tanpa adanya promosi, maka *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu tidak akan dikenal oleh publik, meskipun pembangunannya sudah maksimal. Upaya yang dilakukan Badan Pengelola *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu agar publik mengenal *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu, salah satu upayanya dengan melakukan promosi melalui *event* Ciletuh *Geopark* Festival 2016.

1.6 Langkah- langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Badan Pengelola *Geopark* Ciletuh-Palabuhanratu. Peneliti memilih lokasi penelitian disana karena Badan Pengelola Kawasan *Geopark* Ciletuh merupakan instansi pemerintahan yang dikhususkan untuk mengelola *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu yang ada di Jl. Citepus Km 3 Palabuhanratu, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat, maka dari itu peneliti dapat memperoleh data yang diperlukan untuk penelitian.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini merupakan paradigma konstruktivisme memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi. Konsentrasi analisis pada paradigma konstruktivisme adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Dalam studi komunikasi, paradigma konstruktivisme ini sering sekali disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna.

Paradigma konstruktivisme, yaitu paradigma yang hampir merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/ mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003 : 3).

Salah satu alasan peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme pada penelitian yang dilakukan karena paradigma konstruktivisme sebuah realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural tapi terbentuk dari hasil konstruksi. Jadi, dalam penelitian ini agar kawasan *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu dikenal oleh wisatawan, pasti karena adanya suatu konstruksi yang dilakukan oleh *Public Relations*, yaitu melalui *event* Ciletuh Geopark Festival 2016.

Penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Pendekatan kualitatif lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan

sehari-hari, oleh karena itu urutan-urutan kegiatan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditemukan.

Pendekatan kualitatif, dalam buku *Metode Penelitian Kualitatif* (Moleong, 2007:6) menyatakan bahwa penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, tindakan, dll, secara holistic dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Berdasarkan pengertian diatas, peneliti memberikan gambaran objek *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu secara jelas dan sistematis, pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dalam hal pengelolaan promosi melalui *event* Ciletuh *Geopark* Festival 2016 yang dilakukan oleh Badan Pengelola *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu melalui metode wawancara terhadap pihak-pihak yang terkait seperti pihak yang melakukan tugas dalam bidang promosi dan pemasaran dalam struktur organisasi Badan Pengelola *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, dalam bukunya *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Creswell, 2008:19) menyatakan bahwa studi kasus merupakan strategi penelitian dimana didalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu.

Peneliti ini menggunakan metode studi kasus karena ingin mendalami segala hal yang berkaitan dengan pengelolaan promosi *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu melalui *event* Ciletuh Geopark Festival 2016, studi kasus ini dilakukan di Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu, dengan tujuan peneliti ingin mengetahui proses secara keseluruhan dan secara mendalam. Sehingga, hasil penelitian nantinya akan menguraikan dan memberikan pemahaman bagaimana pengelolaan promosi *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu melalui *event* Ciletuh Geopark Festival 2016 yang dilakukan oleh Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu.

1.6.4 Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah orang atau sumber yang akan memberikan informasi tentang situasi dan kondisi terkait penelitian, maka sumber data primer dalam penelitian ini adalah *Scientist Team* (Tim Ahli) Badan Pengelola *Geopark* Nasional Ciletuh, selaku tim ahli yang mengetahui tentang Geopark Nasional Ciletuh-Palabuhanratu serta mempunyai tanggung jawab dalam mempromosikan yang dapat memberikan informasi perihal pengelolaan promosi *Geopark* Nasional Ciletuh-Palabuhanratu, peneliti pun memilih informan kedua yaitu Ketua bidang Sosialisasi Promosi dan Jejaring Kerjasama Global, dikarenakan sesuai dengan penelitian yang akan diteliti, peneliti akan memperoleh data-data yang diperlukan penelitian dari individu-individu yang berhubungan langsung dalam pengelola promosi.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder ialah sebagai pelengkap data primer, dengan memperoleh data yang sudah ada baik dari internal maupun eksternal perusahaan, dalam hal ini bisa disebut studi pustaka. Data sekunder dalam penelitian ini seperti halnya buku-buku, laporan kegiatan Ciletuh Geopark Festival 2016, skripsi, advertorial, dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan karya ilmiah ini.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu Data Primer dan Data Sekunder. Data Primer ialah data yang didapatkan dari informan langsung, dalam tanya jawab pada saat wawancara mendalam, sedangkan Data Sekunder ialah sebagai pelengkap data primer, yang sumbernya jelas dan berkaitan dengan penelitian seperti halnya buku-buku, skripsi, dan sumber ilmiah lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

1) Wawancara

Susan Stainback dalam buku *Memahami Metode Penelitian Kualitatif* (dalam Sugiyono 2016:72) mengemukakan bahwa dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukann melalui observasi. Wawancara itu sendiri terbagi menjadi 3 yaitu, wawancara terstruktur, semistruktur, dan tidak struktur, dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara tidak struktur agar dalam proses wawancara, peneliti mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang subjek yang diteliti.

2) Observasi Partisipatif Pasif

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan observasi partisipatif pasif. Peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian, dalam hal ini peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut. Peneliti ingin mengamati bagaimana aktivitas promosi pariwisata *Geopark* Nasional Ciletuh yang dilakukan oleh Badan Pengelola Geopark Ciletuh-Palabuhanratu.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Data yang dikumpulkan dokumen ini berupa laporan kegiatan *event* Ciletuh Geopark Festival 2016, foto-foto kegiatan Ciletuh Geopark Festival 2016, Buku Geopark Nasional Ciletuh-Palabuhanratu, serta arsip-arsip yang berhubungan dengan penelitian.

1.6.6 Analisis Data

Analisis data merupakan tahap yang penting dalam melakukan penelitian. Pada tahap ini data-data yang diperoleh akan diuji ke validitasnya, untuk mendapatkan ke validitasannya dalam penelitian, data-data yang didapatkan dari hasil observasi dan wawancara dikumpulkan, diolah, lalu dapat ditarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis model Miles and Huberman (dalam Sugiyono 2016:91) dengan tahapan sebagai berikut:

1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data (kasar) yang ada dalam catatan-catatan tertulis di lapangan. Penelitian ini, data diperoleh melalui wawancara, observasi, maupun studi dokumentasi kemudian data tersebut dirangkum, dan diseleksi sehingga akan memberikan gambaran yang jelas kepada penulis.

2) Penyajian Data

Langkah selanjutnya setelah data direduksi yaitu menyajikan data, dalam penulisan kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya, tetapi yang paling sering digunakan adalah teks yang bersifat naratif.

3) Penarikan Kesimpulan

Langkah yang terakhir dilakukan dalam analisis data kualitatif yaitu penarikan kesimpulan atau verifikasi. Data berupa rekaman, catatan wawancara ditambah kumpulan dokumen dan catatan pengamatan dan teori kepustakaan disusun untuk penarikan kesimpulan.

1.6.7 Rencana Jadwal Penelitian

Peneliti menyusun jadwal penelitian yang akan dilaksanakan sebagai berikut:

No.	Uraian Kegiatan	Waktu					
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst
1.	Persiapan penelitian						
	a. Penyusunan dan pengajuan judul						
	b.						
	c. Penyusunan proposal						
	d. Pengajuan proposal						
	e. Perijinan penelitian						
2.	Pelaksanaan penelitian						
3.	Pengolahan dan analisis Data						
4.	Menyusun laporan penelitian						

Tabel 1.2 Rencana Jadwal Penelitian

(sumber: hasil olahan peneliti)

Keterangan : : Waktu Pengerjaan