

# KOMUNIKASI PEMERINTAH PROVINSI JAWA BARAT DALAM PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA GEOPARK CILETUH PALABUHANRATU DI KABUPATEN SUKABUMI

**Mochamad Fattahidayah Dinata, Muradi, Dede Sri Kartini**

Program Pascasarjana Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Padjadjaran  
[fattahidayahdinata1990@gmail.com](mailto:fattahidayahdinata1990@gmail.com)

## **Abstrak:**

Penelitian ini membahas proses komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan masyarakat Ciletuh Palabuhanratu dalam mendukung pengembangan kawasan wisata Geopark. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif mempergunakan pendekatan kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Teori yang digunakan ialah Public Relation dengan enam langkah: menentukan masalah, menentukan sasaran, menentukan khalayak, merencanakan program, melaksanakan program dan menilai hasil. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa pelaksanaan komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat tidak efektif karena adanya ketidakpercayaan antara komunikator dengan komunikan (masyarakat), kurang meratanya informasi, juga sikap pemerintah desa yang tidak kooperatif dalam melakukan sosialisasi lanjutan. Dengan begitu pelaksanaan komunikasi belum dapat meningkatkan sasaran informative dan motivatif bagi masyarakat.

**Kata kunci :** Komunikasi Pemerintah, *public relation*, pengembangan kawasan wisata

## **Abstract:**

The present study discusses the communication process conducted by the Provincial Government of West Java with the citizens of Ciletuh, Palabuhanratu in supporting the development undergone in the Geopark tourism area. *The study uses qualitative method with descriptive approach. The theory consulted for the purpose of the study is that of Public Relation in six steps, namely: identifying the problem, determining the target, determining the public, planning the program, executing the program and evaluating the results. The findings indicate that the communication between the government and the its people is less effective due to the presence of disbelief between the communicators and interlocutors (people), the less-distributed information, and the non-cooperative attitude of the village government when conducting advanced socialization. Therefore, the occurring communication has not well improved the informative and motivative target of the public.*

**Keywords:** *Governmental communication, public relation, tourism area development*

## **Pendahuluan**

Wilayah Provinsi Jawa Barat merupakan wilayah yang berpotensi dalam pengembangan kawasan wisata yang dapat menunjang pemasukan bagi Pemerintah Indonesia maupun peningkatan kesejahteraan masyarakatnya, salah satu kawasan wisata yang dinilai strategis ialah Ciletuh- Palabuhanratu yang berlokasi di Kabupaten Sukabumi. Kawasan tersebut akan dikembangkan menjadi kawasan

Geopark nasional maupun internasional oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat dan Kabupaten Sukabumi, pengertian Geopark menurut UNESCO yaitu:

- a. Sebuah daerah dengan batasan yang sudah ditetapkan dengan jelas dan memiliki kawasan permukaan yang cukup luas untuk pembangunan ekonomi lokal.
- b. Geopark terdiri atas sejumlah tapak keragaman Geologi yang memiliki kepentingan ilmiah khusus, kelangkaan dan keindahan, yang dikenal sebagai warisan Geologi.
- c. Geopark tidak hanya berhubungan dengan keragaman Geologi saja tetapi juga nilai-nilai Arkeologi, Ekologi, nilai sejarah atau budaya.<sup>1</sup>

Kawasan Geopark Ciletuh sendiri memiliki luas 126.100 Ha atau 1.261 Km<sup>2</sup>, meliputi 74 desa di delapan kecamatan yaitu kecamatan Ciracap, Surade, Ciemas, Waluran, Simpenan, Palabuhanratu, Cikakak, dan Ciselok<sup>2</sup>

Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam pengembangan kawasan Geopark Ciletuh Palabuhanratu memiliki tujuan untuk dalam memajukan wisata nasional dalam mendukung pemasukan bagi pemerintah maupun peningkatan kesejahteraan masyarakat. Ini sesuai dengan salah satu fungsi utama pemerintah yaitu mengembangkan kemampuan masyarakat demi terciptanya kemajuan bersama (Labolo, 2015: 36). Maka dengan adanya pengembangan kawasan wisata oleh pemerintah di kawasan Ciletuh Palabuhanratu dapat menunjang secara positif terhadap perekonomian masyarakat. Ini seperti yang dikatakan oleh Rasyid (2007: 13) bahwa pemerintah dapat menerapkan program yang dapat menguntungkan masyarakat luas dengan menjamin ketahanan ekonomi negara dan masyarakat.

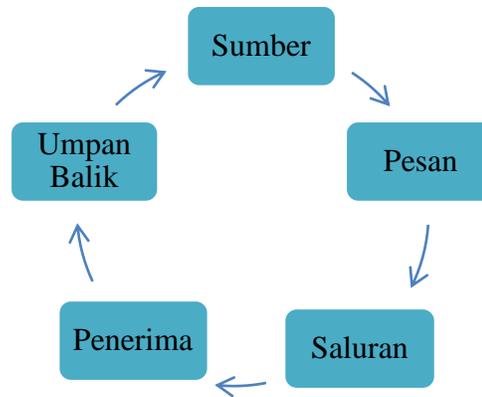
Pemerintah perlu menjalankan proses komunikasi antara pemerintah dengan yang diperintah dalam melaksanakan suatu bentuk kebijakan ini seperti dikatakan oleh Hood (Dalam Heywood, 2014: 637-638 ) bahwa ketersediaan informasi dan komunikasi yang sempurna dapat menunjang keberhasilan suatu program dari pemerintah, Goran Hadebro mengungkapkan pendapat yang hampir sama dalam bukunya *Communication and Social Change in Development Nations* bahwa komunikasi dapat mendukung pelaksanaan program-program pembangunan di bidang ekonomi, sosial serta keamanan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat (Cangara, 2017:42 )

Mekanisme komunikasi seperti yang dikatakan oleh Berlo terdapat enam unsur seperti yang tergambar dibawah ini :

<sup>1</sup> [\\_geopark dan tata ruang.pdf](#) dari

<http://landspatial.bappenas.go.id/km/files/20141113161357>

<sup>2</sup> Fatima, Rosana Mega et al. (2016). *Geopark Nasional Ciletuh Palabuhanratu Sukabumi Indonesia*. Bandung: Pusat Penelitian Geopark dan Kebencanaan Geologi Universitas Padjadjaran(Hal:4)



**Gambar 1 : Versi Komunikasi Berlo**

Sumber : (Wilcox *et al*, 2006 : 231)

Dimulai dengan sumber yaitu pengirim pesan (komunikator) dengan isi pesan tertentu menggunakan saluran tertentu dan sampai pada penerima (komunikan) dan penerima memahami pesan dan terpengaruh oleh pesan tersebut.

Dalam hal proses komunikasi yang dijalankan oleh pemerintah dengan masyarakat/ yang diperintah dapat menggunakan mekanisme *public relation* yaitu hubungan komunikasi antara suatu organisasi publik dengan masyarakat luas, agar hubungan timbal balik antara yang diperintah dengan yang memerintah tercipta kesaling pengertian (*veherstehen, mutual emphatic undestanding*)(Ndraha, 2003: 482). Dalam proses penyampaian pesan antara pemerintah dengan yang diperintah penting memperhatikan mekanisme *public relation*, Wilcox dkk mengatakan ada enam cara dalam menjalankan *public relation* yaitu:

1. Menentukan masalah
2. Menentukan sasaran
3. Menentukan khalayak
4. Merencanakan program
5. Pelaksanaan program/komunikasi
6. Menilai hasil

(2006: 209-220).

Proses komunikasi yang dijalankan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan Kabupaten Sukabumi dalam mengembangkan kawasan Geopark Ciletuh Palabuhanratu dimulai sejak tahun 2014 hingga berjalan tahun 2017, program yang dilaksanakan oleh pemerintah meliputi:

- Menghadiri seminar tahunan geopark dunia
- Penyelenggaraan *event* di kawasan GNCP (Geopark Nasional Ciletuh Palabuhan Ratu )
- Pelatihan tenaga pramuwisata di kawasan geopark ciletuh
- Pelatihan pengelola homestay di geopark ciletuh
- Pelatihan wirausaha baru bidang kependidikan wisata
- Pelatihan sapta pesona bagi masyarakat di kawasan Geopark Ciletuh
- Revitalisasi seni budaya di GNCP.

Tetapi kasus yang terjadi di kawasan Geopark Ciletuh Palabuhanratu, masyarakat belum menerima informasi secara utuh perihal informasi pengembangan tersebut seperti yang dikemukakan oleh pemerintah sendiri<sup>3</sup>, sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui akan berjalannya program pengembangan kawasan Geopark Ciletuh Palabuhanratu. Selain kurangnya informasi yang didapat, masyarakat di kawasan pengembangan wisata Geopark kurang memiliki kesadaran dalam memajukan wisata tersebut khususnya pada masyarakat pedagang, yaitu masyarakat tidak mencantumkan harga dagangannya yang agar para wisatawan tidak merasa tetipu saat membeli, juga kurangnya kesadaran lingkungan dari masyarakat terutama masyarakat kawasan Geopark selain Ciemas dan Ciracap, sebelumnya pemerintah menjalankan program yang diberi nama “*Someah Hade Kasemah*” dalam menumbuh kembangkan kesadaran dan informasi terhadap masyarakat<sup>4</sup>.

Dari adanya kasus tersebut terlihat bahwa pemerintah dalam menggulirkan program sosialisasi dalam pelaksanaan komunikasi pemerintah belum dapat mencapai dua sasaran dalam mekanisme *public relation*/komunikasi massa yaitu sasaran informatif bagi masyarakat, dimana masyarakat menerima informasi secara utuh tentang pelaksanaan pengembangan kawasan wisata Geopark juga sasaran motivatif yaitu adanya keadaran dari masyarakat untuk berperan aktif mendukung pelaksanaan pengembangan kawasan wisata Geopark.

Dalam hal ketersediaan informasi bagi masyarakat dalam mendukung pengembangan wisata telah diatur oleh negara melalui Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata dalam pasal 32 (1) mengatakan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah menjamin ketersediaan dan penyebarluasan informasi kepada masyarakat untuk kepentingan pengembangan kepariwisataan begitupun harus adanya dukungan penuh dan kesadaran dari masyarakat itu sendiri sehingga Pemerintah daerah memiliki fungsi untuk membimbing masyarakat agar sadar wisata seperti dalam Undang-Undang tersebut, maka penting untuk diperhatikan adanya proses komunikasi pemerintahan dalam membangun kesepahaman khususnya dalam mendukung pengembangan kawasan wisata Geopark Ciletuh.

## Metode

Dalam penelitian ini mempergunakan pendekatan kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif, menurut Cresswell (2016: 4-6) bahwa penelitian kualitatif adalah usaha untuk memahami suatu makna yang timbul dalam suatu persoalan sosial, dengan mengajukan pertanyaan dalam suatu wawancara dan juga pengumpulan data data dari partisipan atau narasumber yang terlibat dalam suatu persoalan sosial tersebut, yang nantinya dilakukan analisis lanjutan terhadap data data tersebut. Dapat dikatakan pendekatan kualitatif melakukan observasi langsung dilapangan dan data hasil wawancara diolah sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu aporan penelitian.

Dalam penelitian ini penulis mempergunakan data primer yang bersumber dari hasil wawancara dilapangan. Dalam hal wawancara penulis menentukan beberapa informan yaitu :

1. Dinas Pariwisata dan kebudayaan Bagian Destinasi beserta Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sukabumi

<sup>3</sup> [kabupaten-sukabumi-akui-kurang-libatkan-peran-media-massa-sosialisasikan-geopark](https://kabupaten-sukabumi-akui-kurang-libatkan-peran-media-massa-sosialisasikan-geopark) dari <https://sukabumiupdate.com/detail/sukabumi/peristiwa/29218-sekda->

<sup>4</sup> [pengembangan-pariwisata-harus-multi-sektor/](https://sukabumiupdate.com/detail/sukabumi/peristiwa/29218-sekda-pengembangan-pariwisata-harus-multi-sektor/) dari <https://sukabumiexpress.com/>

2. Kompepar (Geopark Information Center) dan PAPSI (Paguyuban Alam Pakidulan Sukabumi)
3. Tokoh masyarakat dan masyarakat di enam kecamatan daerah Geopark Ciletuh Palabuhanratu

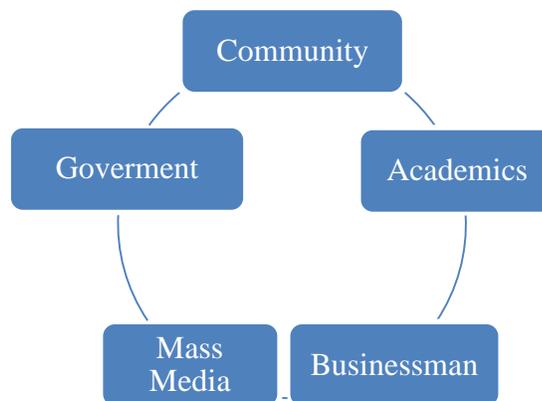
Penulis memilih dinas pariwisata baik tingkat provinsi dan kabupaten untuk melihat bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat yang dibantu dengan Kompepar, sedangkan pemilihan pihak komunitas dan masyarakat penulis ingin memperoleh informasi bagaimana proses komunikasi antara pemerintah, komunitas juga bagaimana respon masyarakat terhadap pemerintah selama berjalannya komunikasi tersebut.

Juga data sekunder yang berasal dari dokumen dokumen pemerintah yang menyangkut pengembangan kawasan Geopark Ciletuh Palabuhanratu. Teknik penentuan informan oleh peneliti ialah *purposive sampling* yaitu dari pihak pemerintah di tingkat provinsi maupun kabupaten juga masyarakat umum dan juga tokoh komunitas yang berada di kawasan Geopark Ciletuh Palabuhanratu.

### Hasil dan Diskusi

Dalam pengembangan kawasan wisata Geopark Ciletuh Palabuhanratu disamping mewujudkan kawasan destinasi wisata unggulan Jawa Barat juga memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, maka dari itu dalam pelaksanaannya pemerintah dibantu dan melibatkan beberapa unsur penting khususnya warga sekitar, para akademisi dan pihak swasta seperti dalam gambar di bawah ini :

#### Ciletuh Palabuhanratu National Geopark



**Gambar 2 : Lima Komponen Kerjasama**

(Sumber : Mega Fatima *et al* 2016)

Proses pertama yang dilakukan dalam menjalankan proyek *public relation* yang dijalankan oleh setiap organisasi publik maupun swasta adalah menentukan

masalah, penentuan masalah memiliki tiga kategori yaitu menangani persepsi negatif akan suatu program, penyelenggaraan proyek dan pengembangan program.

Proses komunikasi yang dijalankan pemerintah belum dapat mendorong motivasi masyarakat sekitar agar berpartisipasi secara aktif dengan program pemerintah begitupun informasi yang disampaikan oleh pemerintah belum merata di masyarakat. Maka dari itu program yang ditawarkan kepada masyarakat seperti pelatihan *tour guide*, peramuwisata, dan pelatihan usaha *home stay* belum diminati banyak masyarakat hanya segelintir masyarakat, seperti pada masyarakat di Desa Karangpapak Kecamatan Cisolok dan Desa Cikakak di Kecamatan Cikakak yang pada umumnya adalah petani dan nelayan kurang begitu antusias dalam berpartisipasi.

Bukan hanya program tertentu yang ditawarkan kepada masyarakat tetapi berupa imbauan pemerintah pun tidak begitu ditaati seperti pada masyarakat di Desa Citepus Kecamatan Palabuhanratu dimana para pedagang rumah makan tidak mencantumkan harga dagangan yang diintruksikan oleh pemerintah baik dari provinsi maupun kabupaten.

Dalam proses komunikasi atau *public relation* yang dijalankan pemerintah belum dikatakan berhasil bukan hanya informasi yang diterima belum merata juga yang paling utama adalah program yang ditawarkan tidak menyentuh pada aspek kebutuhan masyarakat sekitar khususnya masyarakat petani juga nelayan, artinya pemerintah belum dapat melihat keinginan nyata dari masyarakat itu sendiri yang berdasarkan kebutuhan kebutuhannya sebagai petani, nelayan maupun pedagang, hanya sebatas apa yang diinginkan oleh pemerintah saja, sehingga gagal untuk mendorong motivasi masyarakat. Motivasi akan timbul seperti yang dikatakan oleh Keith Davis (Efendy, 2009: 70) dari adanya kebutuhan dalam memenuhi kebutuhan pokok tetapi kebutuhan pokok juga disesuaikan dengan kondisi masyarakat sekitar seperti berdasarkan pekerjaan bukan sebaliknya.

Masyarakat melihat bahwa program yang ditawarkan tidak menyentuh atau menjawab kebutuhan mereka seperti yang dikatakan oleh masyarakat desa Karangpapak bahwa mereka tidak terlalu menganggap penting apa yang dilakukan para pemuda desa yang menjalani program tersebut mereka hanya berfikir untuk meningkatkan produksi sawah mereka, karena program yang ditawarkan berupa pelatihan *tour guide*, pramuwisata dan juga pengelolaan *home stay* yang jelas tidak secara langsung berhubungan dengan pekerjaan masyarakat disana yaitu petani. Jikalau memaksakan untuk membentuk mereka menjadi pramuwisata maupun *tour guide* akan kesulitan dan prosesnya berlangsung lama karena pada dasarnya mereka adalah petani. Begitupun pada para pedagang di desa Citepus dan lainnya pemerintah belum ada program yang jelas bagi mereka dalam hubungannya dengan pengembangan kawasan Geopark di Kecamatan Palabuhanratu, sehingga dari kasus tersebut yang dapat menerima pesan sehingga timbul umpan balik (*feedback*) yang positif yaitu dorongan untuk berpartisipasi dalam program dari proses komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat hanyalah segelintir pihak saja

Jika suatu program yang ditawarkan dalam proses komunikasi sesuai dengan kenyataan atau kebutuhan dasar dari masyarakat sehingga dapat menciptakan dorongan motif dalam bertindak maka proyek sekali jalan seperti yang dikatakan oleh Wilcox dkk (2006: 210) yang dilakukan dapat menciptakan persepsi netral menjadi

positif dalam artian *feedback* yang muncul ialah tumbuhnya rasa motivasi untuk berpartisipasi dalam program pemerintah yang sedang ditawarkan tersebut, sesering apapun sosialisasi yang dijalankan oleh pemerintah jika suatu program yang ditawarkan tidak menyentuh langsung kepentingan mereka akan sulit diterima walaupun terus diyakinkan karena tidak dapat menimbulkan motif *physiologis* maupun *psikologis*, ini pun sesuai dengan tujuan dari komunikasi pembangunan seperti yang dikatakan oleh Rogers dan Adhikarya (Harun dan Ardianto, 2012: 163) mengatakan bahwa dalam komunikasi antara pemerintah dan masyarakat harus bersifat timbal balik (*konvergen*) bukan satu arah (*linear*) agar menciptakan saling pengertian sehingga pemerintah mengetahui apa kebutuhan sebenarnya yang diinginkan oleh masyarakat itu sendiri, kebutuhan dapat menciptakan motif khususnya kebutuhan primer dari seorang individu, saat ini pemerintah hanya menetapkan saja program tersebut tanpa didahului adanya proses riset atau pemetaan atau konsultasi terhadap kondisi masyarakat di empat kawasan pengembangan Geopark yaitu Palabuhanratu, Cikakak maupun Ciselok.

Sejalan dengan hal tersebut Ardianto (2016: 340) mengatakan sebelum pelaksanaan *public relation* diperlukan adanya riset aspirasi publik, pemerintah harus dapat melihat keinginan dari tiap individu masyarakat yang membentuk suatu opini publik dimana opini yang muncul memiliki hubungan yang erat dengan kebutuhan nyata dari masyarakat, Wilcox (2006: 185) pun mengatakan riset opini publik diperlukan sebelum pelaksanaan *public relation* agar pelaksana program *public relation* mengetahui keinginan maupun minat dari masyarakat, dalam hal ini pemerintah dapat melakukan riset opini pada masyarakat kawasan pengembangan Geopark khususnya pada empat kecamatan perluasan Geopark agar dapat menyusun program yang tepat bagi mereka.

Pemerintah dalam melakukan program sosialisasi dalam mendukung pengembangan kawasan Geopark telah menetapkan sasaran. sasaran tersebut didasarkan pada tujuan utama Pemerintah Provinsi Jawa Barat yaitu pengembangan Geopark Ciletuh Palabuhanratu sebagai destinasi wisata Jawa Barat dengan prinsip pemberdayaan masyarakat setempat, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan kegiatan geowisata, ekowisata, wisata budaya maupun kegiatan ekonomi kreatif. Dari adanya tujuan tersebut pemerintah berusaha dalam mewujudkan motivasi, peran serta, juga kesadaran masyarakat beserta penyediaan informasi yang utuh mengenai pengembangan Geopark Ciletuh Palabuhanratu. Dalam mekanisme *public relation* ada dua sasaran yang hendak dicapai yaitu sasaran informatif, ialah ketersediaan informasi yang utuh bagi komunikasi dan juga sasaran motivatif yaitu mendorong komunikasi untuk bertindak sesuai dengan kehendak komunikator.

Untuk pencapaian sasaran yang telah ditetapkan tersebut diperlukan perhitungan menyangkut waktu pelaksanaan, sumber daya manusia dan juga dana yang tersedia, ketiga hal tersebut dapat mendukung tercapainya sasaran, selain dari penetapan sasaran perlu untuk menetapkan khalayak penetapan khalayak seperti yang dikatakan oleh Wilcox ada dua yaitu khalayak umum atau luas dan khalayak internal dan eksternal. Pemerintah Provinsi Jawa Barat khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan telah menetapkan beberapa target komunikasi, dikhususkan kepada komunitas yang terdapat pada kawasan Geopark Ciletuh Palabuhanratu karena

pemerintah menganggap lebih efektif jika dibandingkan dengan kepada masyarakat luas ini seperti yang dijelaskan oleh Wilcox dkk bahwa penyampaian pesan kepada khalayak yang lebih kecil atau terfokus akan lebih efektif karena pesan akan lebih diterima jika pesan tersebut disebar kepada masyarakat lebih luas, lebih lanjut bahwa menjadikan para komunitas di kawasan Geopark seperti PAPSI (Paguyuban Alam Pakidulan Sukabumi),

Discover Jampang maupun Kompepar sebagai partner pemerintah dalam mensosialisasikan lanjutan pesan pesan pemerintah kepada masyarakat, benar apa yang dikatakan oleh Wilcox dkk tetapi mengingat tujuan dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dengan pengembangan kawasan wisata Geopark dan hasil positif tersebut tidak hanya dinikmati oleh segelintir pihak tetapi juga seluruh kelompok masyarakat, maka pemerintah tidak hanya tertuju pada para komunitas saja tetapi masyarakat pada umumnya yang tinggal di kawasan Geopark proses komunikasi harus dapat meningkatkan motivasi seluruh masyarakat dalam berpartisipasi.

Menjadi masalah selanjutnya adalah pemerintah kabupaten tidak mendukung komunitas yang ada dalam seperti halnya PAPSI yang hendak melakukan sosialisasi lanjutan secara sendiri tidak mendapat dukungan dana, sebelumnya PAPSI sudah meminta sumber dana dari pemerintah tetapi tidak ada respon. PAPSI sendiri mengatakan bahwa mereka kesulitan jika melakukan sosialisasi Geopark kepada masyarakat jika tidak ada dukungan dari pemerintah khususnya di kawasan Ciemas dikarenakan kawasan Ciemas yang terbilang luas dari belum semua desa terjamah sosialisasi seperti desa Mandrajaya, Cibendak maupun Mekarjaya, lebih lanjut menurut Rogers dan Adhikarya (Harun dan Ardianto, 2012: 164) mengatakan bahwa prinsip prinsip utama komunikasi dalam pembangunan masyarakat yaitu pemanfaatan saluran tradisional, pelibatan masyarakat setempat sebagai media maupun penggunaan tokoh masyarakat atau dalam hal ini komunitas untuk mengkomunikasikan lebih lanjut pesan pesan Geopark kepada masyarakat di kawasan tersebut, artinya adanya partisipasi aktif dari masyarakat sipil sendiri dan ini dapat membantu proses sosialisasi yang sedang dijalankan oleh pemerintah.

Dalam proses komunikasi seperti yang dikatakan oleh Berlo terdapat unsur media atau saluran (*channel*), seperti yang dikemukakan oleh Fiske (2012:29) bahwa saluran (*channel*) merupakan tempat dimana pesan dibawa dari komunikator kepada komunikan dalam perencanaan program public relation Wilcox mengatakan bahwa ada tiga metode dalam memilih saluran (*channel*) atau media pelaksanaan program, ialah metode tertulis, metode visual dan metode wicara. Dalam merencanakan program Pemerintah Provinsi Jawa Barat beserta Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menggunakan ketiga metode tersebut secara bersamaan. Penggunaan metode tertulis pemerintah menyebar berbagai ide maupun gagasan Geopark melalui media massa. Pemerintah Provinsi Jawa Barat memiliki partner media lokal di Kabupaten Sukabumi dan mereka membantu pemerintah provinsi dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang program pengembangan kawasan wisata Geopark Ciletuh Palabuhanratu yang sedang dijalankan oleh pemerintah selain media cetak pemerintah pun menyebar berbagai baliho dan reklame di jalan jalan utama Geopark juga brosur dibagikan kepada masyarakat saat sosialisasi maupun wisatwan yang datang ke Geopark Ciletuh Palabuhanratu, sedangkan penggunaan metode visual pemerintah

mengiklankan Geopark di media elektronik baik TV maupun internet juga gambar dan foto yang disebar dalam suatu reklame, brosur maupun baliho ataupun pameran foto yang diadakan oleh pemerintah, selanjutnya penggunaan metode wicara oleh pemerintah yaitu pengadaan event event tertentu, dimana pemerintah dapat langsung menyampaikan pesan kepada masyarakat sebagai komunikasi secara langsung berupa sambutan maupun pidato dari pejabat terkait mengenai program Geopark, seperti festival Geopark yang dijalankan sekali dalam setahun yang dimulai dari tahun 2015 hingga 2017. Juga pelaksanaan acara “ngobras” yang dijalankan oleh Pemerintah Kabupaten Sukabumi dengan menghadirkan pejabat resmi dengan beberapa komunitas dan tokoh masyarakat untuk membahas masalah pengembangan kawasan Geopark.

Metode wicara selain kepada masyarakat secara umum pemerintahpun menyampaikan pesan kepada siswa siswa dari tingkat SD hingga SLTA, mereka diberikan materi mengenai Geopark dan diharapkan mereka dapat menyampaikn kembali kepada orang tuanya masing masing. Metode wicara ini pun dipakai juga dalam pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan oleh GIC dengan menempatkan anggota Kompepar (GIC) di 35 pos di tiap ODTW yang mana mereka dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat di sekitar tempatnya secara langsung, dari 35 anggota yang tersebar di kawasan ODTW Geopark Ciletuh Palabuhanratu terdiri dari beberapa unsur organisasi masyarakat seperti pemuda atau tokoh pemuda yang aktif di daerahnya, juga dari beberapa anggota LSM di masyarakat seperti Pemuda Pancasila, PMII dan lain sebagainya, yang jika masuk menjadi anggota Kompepar yang dibicarakan hanyalah seputar pariwisata, dan merekalah yang melakukan tindakan sosialisasi atau penyampaian informasi kepada masyarakat secara langsung yang artinya penggunaan metode wicara dalam penyampaian pesan.

Dalam pelaksanaan proses sosialisasi tersebut terkhususkan tatap muka secara langsung pemerintah sekaligus memberikan pemberdayaan kepada masyarakat seperti pelatihan event, *home stay*, *tour guide* maupun kuliner tradisional yang berarti bahwa proses sosialisasi atau komunikasi berbarengan dengan pelaksanaan program pemberdayaan. Dalam penggunaan ketiga metode tersebut sebenarnya pemerintah menyesuaikan dengan kondisi masyarakat sekitar, dimana penggunaan metode tertentu tidak dapat dilakukan dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh masyarakat, seperti keadaan buta huruf yang dimiliki oleh salah satu masyarakat di desa tertentu kawasan Geopark sehingga pemerintah perlu menggunakan metode lainnya yang lebih mudah diterima seperti metode wicara dengan penggunaan bahasa setempat (sunda).

Dalam tahap pelaksanaan program atau penyampaian pesan kepada masyarakat pemerintah telah dikatakan mempergunakan ketiga metode tersebut sebagaimana yang dikatakan oleh Wilcox dkk. Tetapi seperti yang terjadi di lapangan proses komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat kawasan Geopark pelaksanaan komunikasi dengan ketiga metode atau saluran tersebut mengalami beberapa kendala, seperti yang dikataka oleh Wilcox dkk (2006: 247) mengatakan bahwa suatu pesan yang dikirim oleh komunikator dengan saluran tertentu kepada komunikasi, tidak lah bersifat seperti aslinya atau murni dapat saja bahwa komunikasi salah dalam menafsirkan, tidak paham, merubah, maupun tidak ada tanggapan.

Sehingga menghambat sasaran komunikasi yang hendak dicapai dalam public relation seperti apa yang dikatakan oleh James Grunig (Wilcox et al, 2006 : 238) bahwa salah satu dari beberapa sasaran utama tersebut ialah penerimaan pesan kepada komunikan sebagai informasi yang utuh atau valid dan perubahan sikap agar bertindak sesuai dengan isi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Dilapangan hambatan yang terjadi adalah ketidak mampuan dari komunikan untuk menyerap pesan dari pemerintah secara baik, seperti yang dikemukakan oleh pemerintah maupun komunitas yang ada di Ciemas, misalkan mengatakan bahwa saat masyarakat selesai menghadiri acara sosialisasi yang diadakan pemerintah dan jika ditanyakan kembali oleh pihak komunitas apakah mereka mengerti isi pesan tersebut jawaban dari masyarakat adalah tidak paham, ini dikarenakan perbedaan tingkat intelektualitas antara komunikator dengan komunikan itu sendiri dalam pelaksanaan komunikasi, perbedaan tingkat intelektualitas antara pemerintah sebagai komunikator dengan masyarakat disana sebagai komunikan dikarenakan perbedaan tingkat pendidikan masyarakat masihlah rendah.

Terlebih isi pesan itu sendiri yaitu konsep Geopark dianggap sebagai hal yang asing ditelinga masyarakat, dan tidak mudah untuk dipahami oleh orang awam, sifat isi pesan tersebut dapat mempengaruhi penyerapan atau penerimaan pesan oleh komunikan, menurut Goerge Gallup (Wilcox et al, 2006: 247) maksud dari sifat pesan itu adalah tingkat kompleksitas dari gagasan pesan itu sendiri, jika pesan tersebut memuat hal yang dianggap sebagai sesuatu yang sederhana dan mudah dipahami maka secara otomatis tingkat penyerapan atau penerimaan pesan oleh komunikan akan cepat tetapi jika pesan tersebut terlihat dan terdengar lebih kompleks tingkat penyerapan.

Kendala lain adalah perbedaan kepentingan antara pemerintah dengan masyarakat seperti kasus yang berada desa Citepus Kecamatan Palabuhanratu pedagang di sana masih tidak megindahkan intruksi pemerintah untuk mencantumkan harga dagangan mereka. Sebenarnya selain untuk menertibkan, dalam sosialisasi tersebut bertujuan agar wisatawan dapat melihat harga yang sebenarnya dan mendapat kepercayaan dari mereka, ini bertujuan untuk mendisiplinkan pedagang dalam rangka pengembangan kawasan wisata. Menurut masyarakat sendiri maupun dari pemerintah bahwa pedagang yang berada di desa Citepus dan lainnya adalah bersifat musiman, mereka banyak didatangi pembeli hanya di hari hari tertentu khususnya musim liburan sehingga untuk mensiasati hal tersebut mereka merubah rubah harga, jadi sengaja tidak mencantumkan harga. Terlihat bahwa proses pengiriman pesan komunikasi dalam sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah kepada para pedagang tersebut tidaklah efektif merubah perilaku mereka karena terhalang oleh motif *phisiologis* dari para pedagang tersebut yaitu keuntungan materi yang memiliki keterkaitan dengan kepentingan pribadi. Tujuan pemerintah jelas untuk pengembangan kawasan wisata agar lebih menarik minat wisatawan salah satu hal tersebut adalah mendisiplinkan pedagang untuk mencantumkan harga tetapi di sisi yang lain pedagang memiliki keinginan lain dengan masalahnya sendiri.

Perbedaan kepentingan pun muncul antara pemerintah dengan pihak desa khususnya desa Ciwaru di Kecamatan Ciemas, kasus yang terjadi di desa tersebut yang menjadi kendala dalam proses sosialisasi program adalah perbedaan keinginan kepala desa dengan Dinas Pariwisata dan kebudayaan Provinsi Jawa Barat mengenai

pengelolaan program pengembangan wisat. Kepala desa menginginkan agar seluruh kegiatan dan pengelolaan dana di pegang oleh dirinya sedangkan pemerintah memiliki aturan lain dalam pengelolaan dana maupun program wisata, sehingga sempat menimbulkan konflik yang menghambat proses sosialisasi dan usaha pemberdayaan pada masyarakat.

Selain perbedaan kepentingan, kurang adanya kerja sama tiap desa yang terdapat di kawasan Geopark dalam mensosialisasikan kembali informasi dan pesan dari pemerintah kepada warganya masing-masing menjadi kendala keberhasilan sasaran *public realtion*, mengingat kawasan Geopark Ciletuh Palabuhanratu yang begitu luas dengan 74 desa yang tersebar di delapan Kecamatan menjadi kesulitan pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam melakukan usaha sosialisasi kepada masyarakat, sehingga perlu adanya bantuan dan kerjasama dari pihak desa tetapi hal tersebut tidak berjalan pemerintah melihat bahwa hal tersebut terjadi dikarenakan para kepala desa beranggapan bahwa program tersebut tidak membawa dampak positif apapun atau posisi desa tidak terlalu diuntungkan dalam hal pengembangan kawasan wisata Geopark sehingga mereka merasa tidak terlalu mementingkan usaha sosialisasi lanjutan kepada masyarakat di wilayah mereka. Tidak adanya bukti positif yang dirasa dari program menjadi penghambat proses komunikasi antara pemerintah dengan desa desa.

Dari permasalahan yang telah disebutkan tadi baik perbedaan kepentingan, perlunya bukti/ pemenuhan kebutuhan maupun kompleksitas gagasan menurut George Gallup (Wicox *et al*, 2006: 248) merupakan kendala dalam proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan atau proses penyerapan pesan dari pemerintah kepada masyarakat dalam hal ini merupakan kendala dalam pelaksanaan komunikasi pemerintah atau *public relation* dalam rangka pengembangan kawasan wisata Geoaprk Ciletuh Palabuhanratu.

Permasalahan lainnya yang ditemukan ialah adanya pandangan negative dari masyarakat kepada komunikator pemerintah, kasus ini terjadi di desa loji Kecamatan Waluran dimana masyarakat memiliki keterbatasan informasi mengenai Geopark dikarenakan kompepar adalah salah satu unsur penting dalam mendukung sosialisasi telah dibubarkan, pembubaran tersebut dikarenakan awalnya adanya konflik antara pemuda karang taruna di dengan anggota kompepar mengenai dana pemberdayaan dari pemerintah, dengan adanya kejadian tersebut masyarakat berinisiatif untuk membubarkan kompepar di desanya, dari sini sebelumnya sudah ada persepsi negative dari masyrakat yang tentunya menyebabkan sulitnya penerimaan pesan dalam proses pelaksanaan *public relation* oleh pemerintah

Dalam hal pelaksanaan pun sebenarnya pemerintah kurang intensif dalam melakukan sosialisasi ini terbukti kurang merata dan juga kurang utuhnya informasi yang diperoleh masyarakat sebagai contoh empat sample desa dari tiap empat kecamatan pengembangan kawasan Geopark yaitu Kecamatan Palabuhanratu, Kecamatan Cikakak, Kecamatan Cisolok dan Waluran pada umumnya belum terinformasikan dengan baik, hal tersebut ditambah dengan luasnya wilayah Geopark dan kurang adanya kerjasama desa desa yang ada untuk melanjutkan pesan pesan pemerintah.

Terkait penilaian hasil pelaksanaan komunikasi pemerintah dalam rangka pengembangan kawasan wisata Geopark adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Provinsi Jawa Barat, dalam penilaiannya tersebut pemerintah melihat sasaran informatif dari proyek tersebut belum tercapai dengan baik dikarenakan informasi belum merata dengan baik sehingga menyebabkan informasi yang didapat tidaklah utuh. Sedangkan untuk sasaran motivatif hanya ada pada segelintir masyarakat khususnya pada komunitas, sebagian nelayan dan pengusaha *home stay*. Tetapi pada umumnya masyarakat di empat kecamatan pengembangan belum termotivasi dikarenakan belum ada program yang jelas bagi mereka terutama bagi para petani dan pedagang, juga keterbatasan informasi yang mereka dapat menyebabkan sulitnya dalam mencapai sasaran motivatif. Pemerintah menganggap faktor waktu dan dana sebagai pendukung keberhasilan proyek sosialisasi, sehingga kurangnya dana dan waktu menjadi penyebab munculnya kendala dalam pencapaian sasaran informatif maupun motivatif. Maka dari itu perlu adanya tambahan dana maupun alokasi waktu dalam pelaksanaan sosialisasi atau program *public relation* pemerintah di kawasan Geopark.

## Kesimpulan

Pemerintah dalam pelaksanaan *public relation* di kawasan Geopark perlu dilakukan ada analisa opini publik yang didasarkan pada kebutuhan masyarakat sehingga diperlukan jenis komunikasi timbal balik bukan satu arah agar menciptakan kesaling pahaman antara pemerintah dengan masyarakat di kawasan Geopark Ciletuh Palabuhanratu yang mewujudkan pada tercapainya sasaran informatif maupun motivatif dalam pelaksanaan *public relation* oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat yang telah disesuaikan dengan dana dan waktu yang tersedia.

## Referensi

### Buku

- Ardianto, Elvinaro. (2016). *Hand Book of Public Relation*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Creswell, Jhon. (2016). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Cangara, Hafied. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Press
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Human Relation & Public Relation*. Bandung : Mandar Maju
- Fiske, Jhon. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Press
- Harun, Rochajat & Elvinaro Ardianto. (2012). *Komunikasi Pembangunan & Perubahan Sosial: Perspektif Dominan, Kaji Ulang dan Teori Kritis*. Jakarta : Rajawali Press
- Heywood, Andrew. (2014). *Politik*. Penerjemah : Ahmad Lintang Lazuardi. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Labolo, Muhadam. (2014) *Memahami Ilmu Pemerintahan: Suatu Kajian, Teori, Konsep, dan Pengembangan*. Jakarta : Rajawali Press
- Ndraha, Taliziduhu. (2003). *Kybernology (Ilmu Pemerintahan Baru)*. Jakarta : PT Rineka Cipta

Wilcox et al. (2006). *Public Relation: Strategi dan Taktik*. Penerjemah : Rosa Kristiwati. Batam : Interaksara  
Fatima, Rosana Mega et al. (2016). *Geopark Nasional Ciletuh Palabuhanratu Sukabumi Indonesia*. Bandung: Pusat Penelitian Geopark dan Kebencanaan Geologi Universitas Padjadjaran

#### **Website**

[geopark dan tata ruang.pdf](#)  
dari <http://landspatial.bappenas.go.id/km/files/20141113161357> diakses pada 10/Mei/2018  
Garis. (2017). [kabupaten-sukabumi-akui-kurang-libatkan-peran-media-massa-sosialisasikan-geopark](#)  
dari <https://sukabumiupdate.com/detail/sukabumi/peristiwa/29218-sekda-diakses> pada 15/Mei/2018  
[pengembangan-pariwisata-harus-multi-sektor/dari](#)  
<https://sukabumiekspres.com/diakses> pada 20/Mei/2018

#### **Undang Undang**

Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. Lembaran Negara RI Tahun 2009 No 11. Sekretariat Negara. Jakarta