



Jurnal Ilmu Komunikasi
ULTIMACOMM

Vol 11, No. 2

ISSN: 2085 - 4609 (Print), e- ISSN 2656-0208

Journal homepage: <http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM>



Peran Generasi Muda dalam Pemanfaatan Media Sosial untuk Mempromosikan Geopark Ciletuh

Ade Kadarisman

To cite this article:

Kadarisman, A. (2019). Peran Generasi Muda dalam Pemanfaatan Media Sosial untuk Mempromosikan Geopark Ciletuh, *Jurnal UltimaComm*, 11(2), 92-108

Ultimacomm publishes research articles and conceptual paper in the field of communication, mainly digital journalism and strategic communication. It is published twice a year by the Faculty of Communication of Universitas Multimedia Nusantara



Submit your article to this journal [↗](#)

Published in Partnership with



Full Terms & Conditions of access and use can be found at
<http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM/about>

Peran Generasi Muda dalam Pemanfaatan Media Sosial untuk Mempromosikan Geopark Ciletuh

Ade Kadarisman

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran

Email: ade.kadarisman@unpad.ac.id

Received May 13, 2019; Revised on Oct. 25, 2019, Accepted Dec. 4, 2019

Abstrak

Generasi muda memiliki peran yang sangat penting dalam mempromosikan pariwisata. Upaya generasi muda ini tidak bisa dipisahkan mengingat pariwisata berkelanjutan berkembang sangat pesat dalam berbagai kegiatan wisata. Mereka bisa melakukan konservasi lingkungan serta ikut serta dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Media sosial dan generasi muda merupakan dua hal yang memiliki potensi terbesar untuk membantu dalam publikasi dan informasi mengenai pariwisata. Penelitian ini dilaksanakan di Geopark Ciletuh Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat. Metode penelitian yang dilakukan yaitu kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data primer di antaranya wawancara, *focus group discussion* dan observasi lapangan. Hasil menunjukkan bahwa peran generasi muda dalam menggunakan media sosial untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan penting adanya. Mereka sadar akan manfaat yang akan diberikan oleh media sosial apabila digunakan secara bijak. Akan tetapi, masih terdapat kendala yang dihadapi, yaitu belum maksimalnya penggunaan media sosial sehingga belum dapat menghasilkan promosi yang maksimal karena inovasi yang masih terbatas. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran generasi muda dalam menggunakan media sosial untuk mendukung pariwisata berkelanjutan di Geopark Ciletuh Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat sebagai upaya dalam mengembangkan pariwisata berkelanjutan.

Kata Kunci: komunikasi, media sosial, generasi muda, pariwisata berkelanjutan, geopark ciletuh

Abstract

The young generation has a very important role in promoting tourism. The efforts of this young generation cannot be separated considering that sustainable tourism is developing very rapidly in various tourism activities. They can do environmental conservation and participate in improving the welfare of local communities. Social media and the younger generation are the two things that have the greatest potential to help in the publication and information on tourism. This research was conducted at Ciletuh Geopark, Sukabumi Regency, West Java Province. The research method used is descriptive qualitative by collecting primary data including interviews, focus group discussions and field observations. The results show that the role of the younger generation in using social media for sustainable tourism development is important. They are aware of the benefits that social media will provide if used wisely. However, there are still obstacles faced, namely not yet the maximum use of social media so

that it has not been able to produce maximum promotion due to limited innovation. The purpose of this study was to determine the role of the young generation in using social media to support sustainable tourism in the Ciletuh Geopark, Sukabumi, West Java Province, as an effort to develop sustainable tourism.

Keyword: *communication, social media, young people, sustainable tourism, geopark ciletuh*

PENDAHULUAN

Di era sekarang informasi dari penyedia informasi (komunikator) kepada penerima informasi (komunikan) dapat bergerak dengan cepat. Dalam hitungan detik saja suatu informasi dapat menyebar luas dan diterima oleh masyarakat banyak. Informasi tersebut tidak akan bergerak jika tidak ada media yang membantu dalam penyebarannya. Media informasi dapat berupa alat ataupun orang di mana akan menjadi perantara informasi yang telah diberikan untuk disampaikan kepada komunikan. Berbagai alat digunakan sebagai media penyebaran informasi, seperti televisi, radio, koran, poster, *handphone*, computer dan lain-lain. Dalam hal ini media digunakan oleh komunikator untuk berkomunikasi dan menyampaikan pesan kepada komunikan secara tidak langsung dengan efektif dan efisien. Semakin berkembangnya zaman maka cara penyampaian informasi juga akan terus menyesuaikan, ditambah dengan tersedianya akses internet yang memungkinkan para penyedia informasi dapat menyebarkan pesannya dengan cepat. Kini berbagai informasi tersedia di dalam berbagai *website* yang khusus memberikan informasi tertentu, seperti perkembangan pembangunan suatu daerah, olahraga, jual-beli, sampai dengan informasi destinasi wisata yang membantu para wisatawan dalam memenuhi kebutuhan yang mereka perlukan seperti penginapan, destinasi wisata dan lainnya.

Transformasi media massa ke media digital sudah dilakukan oleh beberapa penyedia informasi, sehingga akses dalam penyampaiannya semakin mudah dilakukan. Transformasi ke media digital juga mengubah peran masyarakat dari yang biasanya hanya menerima informasi menjadi dapat ikut serta dalam memberikan informasi seperti halnya jurnalis (Respati, 2014, p. 8). Media digital membuat informasi dari media elektronik yang diubah dalam format digital sehingga mampu untuk diakses secara cepat dan disimpan sesuai dengan keperluan pengguna. Saat ini, berbagai media digital muncul sebagai alat berkomunikasi, contohnya media sosial. Media sosial telah banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia di berbagai elemen dengan berbagai kepentingan dalam menggunakannya, seperti *facebook*, *twitter*, *blog*, *instagram*, *youtube*, *whatsapp*, dan lain sebagainya. Media sosial sebagai salah satu contoh perubahan media massa ke media digital dirasa cukup bermanfaat dalam pencarian dan pendistribusian informasi.

Media sosial sebagai media dalam penyampaian informasi telah digunakan oleh berbagai banyak pihak. Sangat disadari bahwa kemudahan mengakses informasi dalam media sosial menjadi salah satu keuntungan dalam menggunakannya. Selain itu, komunikasi dua arah antara komunikator dan komunikan yang disediakan pada media sosial membuat

media sosial menjadi menarik untuk digunakan. Menurut Respati (2014, p. 2), media digital memiliki keunggulan yaitu interaktivitas antara penyedia informasi dengan penerima informasi, memiliki kualitas tayangan serta sebaran informasi yang cukup luas. Media konvensional pun pada akhirnya akan mengikuti arus kebutuhan masyarakat saat ini yang serba cepat sehingga akan berlomba-lomba dalam menyediakan informasinya.

Dilansir di goodnewsfromindonesia.com, Ramadhan (2018) mengatakan hampir separuh atau 50 persen dari populasi masyarakat di Indonesia telah menggunakan internet sebagai akses dalam mencari informasi yang dibutuhkannya. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan media sosial sudah menjadi bagian kehidupan masyarakat Indonesia. Di era masyarakat yang sudah melirik kebutuhan akan berbagai macam informasi, media sosial dirasa sangat diperlukan. Pemanfaat media sosial saat ini salah satunya sebagai media untuk mencari informasi awal mengenai kebutuhan yang diperlukan oleh seseorang. Misalnya, seorang yang ingin berwisata akan melihat informasi mengenai fasilitas tempat wisata, destinasi wisata yang disediakan, penginapan terdekat, *review* tempat wisata yang akan dituju, sampai dengan perkiraan biaya yang perlu dikeluarkan dan pada akhirnya meyakinkan diri dan memutuskan untuk pergi berwisata.

Kebutuhan akan media sosial dirasakan manfaatnya oleh berbagai pihak di berbagai usia. Melihat fenomena saat ini, pada umumnya media sosial banyak dimanfaatkan oleh generasi muda. Mereka menggunakan media sosial sebagai peluang untuk berbisnis serta berbagi informasi yang ingin mereka berikan dan mencari informasi yang mereka butuhkan. Peran generasi muda dalam pembangunan negara melalui pemanfaatan media sosial telah banyak dilakukan, media sosial dalam promosi *startup* salah satu contohnya. *Startup* merupakan kegiatan berbisnis yang pada umumnya menggunakan media sosial sebagai media untuk promosi. Media sosial mendatangkan keuntungan bagi perusahaan *startup* karena informasi yang mereka sebar akan mudah ditemukan oleh penerima informasi atau konsumen yang mencari barang/jasa yang *startup* tersebut sediakan. Banyak *startup* didirikan, pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk berbagi informasi pun digunakan sehingga mendapat keuntungan bagi penyedia informasi serta membantu dalam pembangunan ekonomi negara. Syauqi (2016, p. 3) mengatakan Indonesia memiliki potensi dalam pertumbuhan ekonomi digital diperkuat dengan generasi muda yang terus berkembang. Salah satu informasi yang banyak dicari oleh pengguna media sosial adalah sektor pariwisata.

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang dibutuhkan oleh semua orang. Mereka melaksanakan kegiatan wisata untuk mendekatkan diri kepada alam dan menghilangkan penat pekerjaan yang mereka alami, dan mempererat tali persaudaraan melalui kegiatan bersama orang terdekat. Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya akan sumber daya alam dan budayanya. Wisata alam dengan berbagai pegunungan, hutan, pantai, beragam flora dan fauna, peninggalan situs-situs geologis, wisata budaya dengan keragaman kampung adat, suku, makanan khas, wisata kota dengan keragaman peninggalan sejarah, serta lain sebagainya. Hal inilah yang membuat Indonesia menjadi salah satu negara favorit bagi wisatawan asing untuk dijelajahi. Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 disebutkan bahwa pariwisata memiliki tujuan

untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan taraf hidup masyarakat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya alam, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa serta mempererat persahabatan antarbangsa. Saat ini seluruh daerah di Indonesia berlomba-lomba mempercantik destinasi wisatanya masing-masing untuk mengundang para wisatawan lokal maupun mancanegara untuk datang dan menikmati sajian wisata yang disediakan.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang menyumbang devisa tertinggi bagi negara. Pada pembangunan ekonomi, sektor industri wisata akan membantu pertumbuhan ekonomi daerah melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD). Selain itu, sektor industri pariwisata akan menyediakan lapangan pekerjaan dan membuat peluang bagi masyarakat lokal di sekitar tempat wisata untuk berkreasi membuat berbagai macam buah tangan yang akan menjadi barang khas tempat tersebut. Selain itu, penginapan atau *guest house*, restoran, ataupun fasilitas lainnya yang disediakan oleh masyarakat lokal akan membantu dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi mereka. Waimbo (2012) mengatakan industri wisata akan memberikan dampak positif bagi negara karena akan membantu dalam peningkatan devisa negara, penyediaan lapangan pekerjaan, dan peningkatan taraf hidup masyarakat lokal. Di dalam tujuan kepariwisataan Indonesia disebutkan bahwa sektor pariwisata mengutamakan peningkatan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini sejalan dengan konsep dari tujuan pembangunan berkelanjutan (TPB).

Konsep pembangunan berkelanjutan dan sektor pariwisata sangat berkaitan erat. Menurut Alisjahbana dan Murninigtas (2018) terdapat tiga pilar dari pembangunan berkelanjutan, yaitu pilar ekonomi, pilar sosial dan pilar lingkungan yang didukung oleh pilar tata kelola. Secara tidak langsung, sektor pariwisata mencakup pilar-pilar tersebut. Di dalam pariwisata, bentangan alam dan sumberdaya alam merupakan salah satu daya tarik terbesar bagi para wisatawan untuk datang. Kedatangan para wisatawan membuat masyarakat lokal harus mempersiapkan lingkungan sosial mereka, seperti keamanan, penginapan, dan fasilitas lainnya untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Selain itu, sektor ekonomi masyarakat lokal akan terbantu dengan terjualnya berbagai macam buah tangan khas, serta kebutuhan wisatawan seperti penginapan, restoran dan fasilitas lainnya yang akan menambah pemasukan pendapatan kepada masyarakat lokal. UNWTO, yang dikutip oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2012), menyebutkan bahwa pariwisata berkelanjutan adalah kegiatan pariwisata yang memperhitungkan aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial sehingga dapat dinikmati oleh generasi sekarang dan generasi yang akan datang. Di dalam pariwisata berkelanjutan, konservasi alam lebih diutamakan sehingga kebermanfaatannya sumberdaya alam akan terus dirasakan oleh semua orang di berbagai generasi.

Indonesia menyediakan banyak sekali destinasi wisata dengan konsep pariwisata berkelanjutan. Salah satunya destinasi wisata yang saat ini sedang hangat-hangatnya diperbincangkan banyak orang, yaitu Geopark Ciletuh. Geopark Ciletuh, merupakan salah satu destinasi wisata yang dicari banyak orang saat ini. Kekayaan sumber daya alam dan

budaya menjadi daya tarik tersendiri dari Geopark Ciletuh. Geopark Ciletuh terdapat di Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat. Pada April 2018, Geopark Ciletuh telah dicanangkan menjadi *Global Geopark Network* (GGN) oleh UNESCO. Hal ini menjadi kebanggaan tersendiri bagi Indonesia, karena terdaftar sebagai anggota dari GGN bukanlah hal yang mudah, perlu mempersiapkan segala hal serta proses penilaian yang harus dilewati. Dengan luas wilayah 126.100 ha, Geopark Ciletuh meliputi 74 desa dan 8 kecamatan (Kadarisman *et.al.*, 2018, p. 11). Berbagai pilihan destinasi tersedia di Geopark Ciletuh, mulai dari situs geologis, berbagai flora dan fauna, hingga wisata budaya yang melengkapi semua destinasi di dalamnya. Pariwisata berkelanjutan di Geopark Ciletuh dihadirkan dengan kegiatan konservasi di darat maupun laut serta pemberdayaan masyarakat lokal di dalam pengelolaan destinasi wisata Geopark Ciletuh. Hal inilah yang membuat Geopark Ciletuh menjadi salah satu destinasi yang wajib dikunjungi oleh wisatawan.

Dilihat dari potensi yang dimiliki oleh Geopark Ciletuh Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat, tentu saja sangat menarik bagi para wisatawan lokal dan mancanegara untuk datang dan menikmati keindahan alam Geopark Ciletuh. Diperlukan campur tangan berbagai pihak agar keindahan dan kenyamanan Geopark Ciletuh sebagai destinasi pariwisata berkelanjutan dapat terealisasi dengan baik. Peran media sosial dan generasi muda sangat diperlukan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Geopark Ciletuh.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui peran generasi muda dalam menggunakan media sosial untuk mendukung pariwisata berkelanjutan di Geopark Ciletuh Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat. Untuk jangka panjang, diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal dan pendapatan asli daerah di Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial

Media menjadi salah satu alat yang digunakan oleh masyarakat dalam berkomunikasi saat ini. Jika dulu media hanya sebatas koran, majalah, TV, radio, dan lainnya yang hanya dapat menjalankan komunikasi satu arah, kini media digital hadir dengan menyediakan komunikasi dua arah bagi penggunanya. Perubahan media massa ke media digital disertai dengan perubahan masyarakat dalam mencari informasi. Media sosial merupakan salah satu bagian dari media digital yang dimiliki oleh hampir semua orang di dunia. Di kancah global, era masyarakat informasi diawali dengan kemunculan komputer di tahun 1975 yang mendukung dalam penyebaran informasi, penerimaan informasi, dan penyimpanan informasi hingga akhirnya pada 1991 internet muncul dan memudahkan dalam penyebaran informasi secara luas lagi (Straubhaar & LaRose, 2006, dikutip Respati, 2014, p. 42). Dilansir oleh goodnewsfromindonesia.id, Ramadhan (2018) mengatakan Indonesia menjadi peringkat empat di dunia dalam hal penggunaan internet. Ini menunjukkan bahwa pada umumnya warga Indonesia sudah ketergantungan dalam pemakaian internet

dalam kehidupan sehari-harinya. Dilihat dari fenomena saat ini, internet sebagai akses kepada media sosial, digunakan dalam berbagai macam keperluan, mulai dari berbagi kegiatan sehari-hari, hobi, sampai dengan kegiatan jual-beli. Ardianto *et.al.* (2017) mengatakan kebutuhan internet telah menyimpang jauh dari tujuan awalnya yaitu sebagai kebutuhan peneliti untuk mendapatkan data dari sumber data yang mahal, kini internet berkembang menjadi salah satu sarana untuk berkomunikasi dengan efektif dan efisien.

Setiawan (2017, p. 2) mengatakan bahwa era digital memberikan beberapa dampak positif, diantaranya kemudahan dalam mencari informasi, meningkatkan perkembangan dalam ilmu pengetahuan, komunikasi, dan informasi serta kemudahan dalam jual-beli (e-bisnis). Dampak positif yang dirasakan di era digital ini, yaitu kemudahan dalam mencari informasi sehingga informasi dapat diperoleh dengan cepat, era digital membantu dalam pekerjaan sehari-hari, munculnya berbagai media massa dalam bentuk digital, meningkatkan perkembangan ilmu pengetahuan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, terdapatnya perpustakaan dan media pembelajaran online, serta tersedianya e-bisnis. (mohon menyerdehanakan kalimat sehingga lebih muda dipahami) Selain dampak positif, beliau juga mengatakan bahwa terdapat beberapa dampak negatif dari era digital, di antaranya kemudahan dalam mengakses data sehingga orang lain akan mudah dalam bertindak plagiarisme, mengancam anak-anak dalam berpikir pintas dan kurang berkonsentrasi, dapat disalahgunakan untuk tindakan kriminal. Dilihat dari manfaatnya, media digital akan sangat efektif dan efisien dalam penyampaian suatu informasi ke masyarakat luas, salah satunya pemanfaatan media sosial. Media sosial memiliki manfaat salah satunya yaitu penyebaran informasi yang dapat dilengkapi dengan audio-visual sehingga informasi tersebut menjadi menarik untuk dinikmati.

Generasi Muda

Peran generasi muda dalam pembangunan suatu negara merupakan hal yang penting. Setiap generasi tidak akan hidup dalam kekekalan, pasti akan ada waktunya untuk digantikan. Di sinilah para generasi muda memegang peranan penting dalam meneruskan pembangunan negara. Sumolang (2013, p. 4) menyebutkan, seperti yang telah tercantum di dalam GBHN 1999-2004, bahwa mempersiapkan pemimpin dengan pribadi yang mulia adalah dengan cara memberikan kesempatan bagi generasi muda dalam mengasah segala potensi yang dimilikinya. Dengan segenap potensi yang mereka miliki untuk mengorganisasikan dirinya sebagai ajang pendewasaan dalam mempersiapkan diri menjadi seorang pemimpin yang memiliki pribadi yang mulia sehingga akan membawa suatu negara ke arah yang lebih baik lagi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas suatu negara akan ditentukan oleh kualitas atau pribadi generasi muda di negara tersebut. Sifat dari generasi muda yang energik, mudah bergaul, dan memiliki rasa penasaran terhadap suatu hal membuat mereka akan mencoba berbagai macam pengalaman hidup dalam mempersiapkan fase hidupnya di masa yang akan datang.

Menurut KBBI, generasi muda adalah sekelompok orang yang kira-kira memiliki waktu hidup yang sama. Kemenpora (2017, p. 20) menjelaskan pemuda memiliki umur dari 16

tahun sampai dengan 30 tahun dan menjadi populasi terbesar di Indonesia. Menurutnya, hal ini akan menguntungkan pembangunan Indonesia apabila pemuda dibekali berbagai macam ilmu dan pengalaman sehingga menjadi pemuda yang memiliki kualitas, berkapasitas, dan dapat bersaing dengan negara lain. Tidak dipungkiri, kemajuan zaman dan era globalisasi membuat pemuda menjadi kebingungan dalam menghadapinya, sehingga masih perlu bimbingan dari berbagai macam elemen masyarakat untuk mempersiapkan pemuda yang memiliki wawasan luas, kreatif, inovatif sehingga meyakinkan mereka untuk melanjutkan tongkat kepemimpinan suatu negara.

Promosi Parawisata

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memberikan informasi mengenai sesuatu (jasa, tempat, barang, dan lainnya) yang akan diperkenalkan kepada khalayak umum dan pada akhirnya menjadi sebuah *brand* yang dikenal masyarakat. Promosi memiliki peran penting dalam memperkenalkan barang, jasa, ataupun tempat sehingga akan mempengaruhi masyarakat untuk membeli barang, memanfaatkan jasa, ataupun mengunjungi tempat yang mereka inginkan dan butuhkan. Sesuai dengan pendapat Sitorus dan Novelia (2017, p. 37), promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian dan penggunaan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Promosi merupakan salah satu bidang dalam kegiatan pemasaran. Efrita (2015, p. 66) menjelaskan terdapat tiga kegiatan dalam pemasaran, di antaranya iklan, promosi, dan kegiatan publikasi. Pemasaran merupakan proses sosial di mana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan melalui pertukaran produk dan nilai dengan individu atau kelompok lainnya (Kotler, 1967 *dalam* Efrita, 2105, p. 64).

Dalam kegiatan pariwisata proses promosi perlu dilakukan. Hal ini bertujuan untuk mengenalkan tempat wisata, keunggulan, dan fasilitas wisata yang disediakan sehingga calon wisatawan akan mengetahui dan tertarik untuk datang ke tempat wisata tersebut. Kegiatan promosi juga dapat membantu calon wisatawan untuk mempersiapkan kebutuhan yang mereka perlukan selama mereka mengunjungi tempat wisata. Penelitian yang dilakukan oleh Wolah (2016, p. 10) menunjukkan bahwa promosi sangat berperan dalam meningkatkan kedatangan wisatawan. Dalam penelitian tersebut dikatakan bahwa informasi yang terdapat dalam kegiatan promosi dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata.

Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan ke suatu daerah dengan maksud untuk berekreasi. Kodhyat (1983) dalam penelitian Primadany *et.al.* (2013, p. 137) menyebutkan pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ke tempat lainnya yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok dengan tujuan untuk mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Yoeti (2008) dalam Primadany *et.al.* (2013, p. 137) mengatakan

pariwisata harus memenuhi empat unsur, yaitu perjalanan dilakukan dari satu tempat ke tempat lainnya, tujuan perjalanan dilakukan untuk bersenang-senang, uang dibawa dari tempat asalnya, bukan diperoleh dari usaha yang dilakukan selama perjalanan, dan perjalanan dilakukan selama 24 jam atau lebih. Di Indonesia, pariwisata merupakan industri yang mempunyai peran penting dalam pembangunan nasional. Sumber daya alam yang melimpah dan kebudayaan serta adat istiadat yang beragam menjadi modal bagi pelaku industri pariwisata. Selain meningkatkan devisa negara, industri pariwisata juga dapat membuka lapangan pekerjaan dan mendorong industri-industri kecil lainnya bermunculan sebagai penunjang industri pariwisata (Suwena dan Widyatmaja, 2017, p. 11).

Pariwisata berkelanjutan merupakan kegiatan pariwisata yang menjunjung keadilan bagi generasi yang akan datang, artinya kegiatan pariwisata yang tidak merugikan akan tetapi menguntungkan. Hal ini dapat dilakukan dengan kegiatan konservasi lingkungan agar generasi mendatang dapat merasakan keindahan alam saat ini serta mendukung dalam kesejahteraan masyarakat lokal. Alisjahbana dan Murninigtas (2018) mengungkapkan bahwa tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) menekankan pada lima visi utama, yaitu:

1. Komprehensif, berlandaskan pada tiga pilar utama, yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan serta pilar tata kelola
2. Tematik, terdiri dari 17 tujuan
3. Holistik dan terintegrasi, 17 tujuan tidak berdiri sendiri tetapi saling berhubungan
4. Inklusif, tidak ada satupun yang tertinggal
5. Kolaborasi, membutuhkan kerjasama antara pemangku kepentingan.

Visi dari SDGs tersebut tidak jauh beda dengan pariwisata yang mengusung konsep pariwisata berkelanjutan. Waimbo (2012) mengatakan seiring berjalannya waktu, konsep *sustainable development* (pembangunan berkelanjutan) akan diadopsi ke dalam konsep *sustainable tourism development* (pembangunan pariwisata berkelanjutan). Beliau melanjutkan bahwa pembangunan pariwisata berkelanjutan diartikan sebagai proses pembangunan pariwisata yang bertumpu pada kelestarian alam yang dibutuhkan untuk pembangunan di masa yang akan datang.

Geopark dan Manfaatnya

Geopark adalah area geografis di mana terdapat situs warisan geologi yang merupakan bagian dari konsep holistic, antara lain perlindungan, pendidikan, dan pembangunan berkelanjutan (UNESCO, 2010, p. 3). Sementara GGN merupakan jaringan di bawah UNESCO yang berkomitmen untuk bekerjasama dalam konservasi warisan geologi serta mendorong untuk meningkatkan model praktik terbaik dalam strategi pengembangan ekonomi berkelanjutan (UNESCO, 2010, p. 3). *Geopark* dapat menjadi bagian dari GGN apabila mempunyai beberapa kriteria:

1. Ukuran dan tata letak.
Geopark harus memiliki area yang luas dengan batas area yang cukup jelas dalam pengembangan ekonomi dan budaya lokal. Wilayah *Geopark* harus memiliki situs geologi berskala internasional dan memiliki arti penting dari segi pendidikan, kelangkaan, dan keindahan. Pada *Geopark*, harus ada sinergi antara aspek geologis dan non-geologis serta keragaman hayati dan lingkungan sehingga menjadi satu kesatuan dalam pembangunan berkelanjutan.
2. Pemberdayaan masyarakat lokal dalam manajemen.
Geopark harus memiliki organisasi yang bertugas dalam manajemen profesional dalam bertindak untuk membentuk kebijakan-kebijakan dalam membangun ekonomi sosial dan budaya berkelanjutan di wilayah *Geopark*. Dalam hal ini, keterlibatan masyarakat/komunitas lokal menjadi dasar keberhasilan untuk mencapai tujuan dari *Geopark*. Masyarakat/komunitas lokal harus mempunyai komitmen dalam mengembangkan dan menjalankan kebijakan-kebijakan untuk meningkatkan taraf ekonomi sambil melindungi kelestarian lingkungan dan bentang alam.
3. Pertumbuhan ekonomi. *Geopark* harus dapat membantu dalam meningkatkan taraf ekonomi, khususnya taraf ekonomi masyarakat lokal. Keadaan suatu *geopark* dengan bentangan alam, lingkungan yang asri, dan seluruh fenomena geologis yang ada di dalamnya menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan sehingga akan merangsang masyarakat lokal untuk menciptakan usaha mikro dan membentuk sumber pendapatan yang baru.
4. Pendidikan. *Geopark* harus menyediakan dan mendukung peningkatan pengetahuan mengenai *Geopark* kepada publik, seperti menyediakan alat juga kegiatan-kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan geologi dan konsep lingkungan. Keterlibatan masyarakat/komunitas lokal dalam kegiatan penelitian sangat diperlukan, sehingga akan terjadi transfer informasi.
5. Perlindungan dan konservasi *Geopark*. Pemerintah negara tempat *Geopark* berada berkewajiban untuk meningkatkan dan membuat langkah-langkah perlindungan *Geopark*. *Geopark* berkewajiban untuk menghormati hukum masyarakat lokal yang berkaitan dalam melindungi dan mengelola lingkungan di wilayah *Geopark*.
6. Jaringan Global. *Geopark* harus memberikan dan berkontribusi aktif dalam keanggotaan GGN sehingga akan memiliki keuntungan dalam mendapatkan informasi mengenai pelestarian situs geologi dan pelestarian lingkungan karena adanya kegiatan pertukaran informasi antar anggota GGN.

Geopark dengan berbagai macam potensi yang dimilikinya sangat berperan dalam kestabilan pembangunan suatu wilayah. Faktor lingkungan menjadi peran utama dalam menjamin pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat wilayah *Geopark*. Seperti tujuan *Geopark* yaitu untuk pengembangan ekonomi lokal, pengembangan pendidikan terutama pengetahuan mengenai geologi, dan perlindungan terhadap lingkungan (Kadarisman *et.al.*, 2018, p. 17). Sementara itu, dalam majalah yang berjudul *GeoMagz*, Kusumahbrata dan Suwardi (2012, p. 19) menyebutkan bahwa konsep *Geopark* menurut UNESCO adalah untuk memberikan berbagai macam manfaat, di antaranya menawarkan peluang untuk mengenal, melindungi, dan mengembangkan situs geologi di tingkat global, memberikan peluang dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan, serta memberikan peluang dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan budaya. Oleh karena itu, pemahaman mengenai konsep *Geopark* dalam perlindungan serta konservasi lingkungan di wilayah *Geopark* kepada masyarakat/komunitas lokal perlu dilakukan, dibantu oleh berbagai *stakeholder* yang berkompeten untuk menghindari kesalahpahaman informasi yang diterima oleh masyarakat/komunitas lokal.

METODE

Penelitian mengenai Peran Generasi Muda Dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mempromosikan *Geopark* Ciletuh dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data primer. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara alamiah dengan maksud mencari dan memahami fenomena yang terjadi di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan sesuatu kejadian yang benar adanya dan diharapkan dapat menghasilkan hipotesis baru (Chariri, 2009, p. 9).

Data primer merupakan data yang didapatkan oleh peneliti dari sumber penelitian secara langsung sehingga data yang didapatkan merupakan data yang *real*. Data primer dapat diperoleh dengan melakukan wawancara kepada subjek penelitian. Wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada subjek penelitian dengan tatap muka secara langsung antara pewawancara dan subjek penelitian. Selain itu, data primer dapat diperoleh dengan kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD). FGD merupakan proses pengambilan data dari subjek penelitian yang berupa kelompok di mana membahas mengenai satu fokus tema diskusi. Pada kegiatan ini para subjek penelitian dikumpulkan dan menjelaskan mengenai permasalahan yang dirasakan oleh subjek penelitian. Menurut Fardiah (2005, p. 103) FGD merupakan proses diskusi yang melibatkan beberapa partisipan di mana mereka akan bertukar informasi dalam pemahaman mengenai situasi sosial.

Selain kegiatan wawancara dan FGD, data primer diperoleh dengan melaksanakan observasi lapangan. Pengumpulan data dengan observasi lapangan merupakan pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan datang langsung ke tempat yang akan diteliti. Adler & Adler (1987) dikutip Hasanah (2016, p. 26) mengatakan bahwa observasi merupakan konsep yang mendasar dari pengambilan data di dalam penelitian kualitatif khususnya penelitian yang menyangkut ilmu sosial dan perilaku manusia. Observasi bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai subjek penelitian secara rinci, melengkapi informasi ilmiah mengenai gejala sosial yang sedang diteliti, dan memberikan data yang dapat dikembangkan oleh subjek penelitian yang pada akhirnya peneliti dapat menyimpulkan suatu data hasil dari respons subjek penelitian tersebut (Rahmat, 2005, p. 84).

Penelitian ini mengkaji sejauh mana subjek penelitian memahami peran media sosial dan generasi muda untuk ikut serta dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan sehingga pada akhirnya destinasi-destinasi wisata tersebut dikelola dan dapat dinikmati oleh generasi saat ini dan generasi masa depan.

Penelitian mengenai Peran Generasi Muda Dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mempromosikan *Geopark* Ciletuh dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data primer. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara alamiah dengan maksud mencari dan memahami fenomena yang terjadi di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan sesuatu kejadian yang benar adanya dan diharapkan dapat menghasilkan hipotesis baru (Chariri, 2009, p. 9).

Finlay (2006) dikutip oleh Chariri (2009, p. 10) mengatakan ada beberapa ciri yang dimiliki oleh penelitian yang dilakukan secara kualitatif, yaitu:

1. Peneliti berperan dalam membentuk pengetahuan. Peneliti akan terjun langsung dan berhadapan dengan subjek penelitian sehingga diharapkan dapat mempengaruhi dan membantuk pengetahuan baru.
2. Peneliti akan membentuk hubungan atau *relationship* dengan pihak yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif peneliti akan melibatkan orang lain sebagai bahan penelitian. Dalam penelitian kualitatif seorang peneliti harus dapat membangun hubungan baik dengan subjek yang diteliti dan mampu menghasilkan hasil penelitian yang mampu dipahami oleh pembaca sehingga membangun suatu pengetahuan baru.

3. Penelitian yang dilakukan bersifat induktif dan eksploratif. Penelitian yang dilakukan dapat menghasilkan informasi yang runut dan menjawab pertanyaan dari pembaca.
4. Penelitian yang dilakukan harus bermakna dan berkesan. Dalam penelitian kualitatif seorang peneliti harus dapat memahami objek penelitian dengan segala pendapatnya.
5. Penelitian akan menghasilkan data yang rinci dan komprehensif. Hasil penelitian kualitatif didapatkan dari penjelasan secara deskriptif yang jelas dan rinci.

Data primer merupakan data yang didapatkan oleh peneliti dari sumber penelitian secara langsung sehingga data yang didapatkan merupakan data yang *real*. Data primer dapat diperoleh dengan melakukan wawancara kepada subjek penelitian. Wawancara dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada subjek penelitian dengan tatap muka secara langsung antara pewawancara dan subjek penelitian. Selain itu, data primer dapat diperoleh dengan kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD). FGD merupakan proses pengambilan data dari subjek penelitian yang berupa kelompok di mana membahas mengenai satu fokus tema diskusi. Pada kegiatan ini para subjek penelitian dikumpulkan dan menjelaskan mengenai permasalahan yang dirasakan oleh subjek penelitian. Menurut Fardiah (2005, p. 103) FGD merupakan proses diskusi yang melibatkan beberapa partisipan di mana mereka akan bertukar informasi dalam pemahaman mengenai situasi sosial.

Selain kegiatan wawancara dan FGD, data primer diperoleh dengan melaksanakan observasi lapangan. Pengumpulan data dengan observasi lapangan merupakan pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan datang langsung ke tempat yang akan diteliti. Adler & Adler (1987) dikutip Hasanah (2016, p. 26) mengatakan bahwa observasi merupakan konsep yang mendasar dari pengambilan data di dalam penelitian kualitatif khususnya penelitian yang menyangkut ilmu sosial dan perilaku manusia. Observasi bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai subjek penelitian secara rinci, melengkapi informasi ilmiah mengenai gejala sosial yang sedang diteliti, dan memberikan data yang dapat dikembangkan oleh subjek penelitian yang pada akhirnya peneliti dapat menyimpulkan suatu data hasil dari respons subjek penelitian tersebut (Rahmat, 2005, p. 84).

Penelitian ini mengkaji sejauh mana subjek penelitian memahami peran media sosial dan generasi muda untuk ikut serta dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan sehingga pada akhirnya destinasi-destinasi wisata tersebut dikelola dan dapat dinikmati oleh generasi saat ini dan generasi masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media digital merupakan hasil dari perkembangan teknologi saat ini yang mengakibatkan suatu informasi akan bergerak dengan cepat. Salah satu media digital yang paling banyak digunakan saat ini adalah media sosial. Selain untuk memberikan informasi mengenai kabar pribadi, media sosial juga digunakan untuk memberikan informasi terkini yang terjadi di masyarakat dalam waktu singkat bahkan telah menuju ke *real time*, di mana pemberian informasi diberikan pada saat waktu kejadian berlangsung (*live*). Selain berita, media sosial juga digunakan oleh masyarakat untuk memamerkan berbagai macam barang bagi mereka yang menggunakan media sosial sebagai media jual-beli dan memamerkan berbagai destinasi wisata bagi mereka yang menggunakan media sosial sebagai media untuk mempromosikan keindahan daerahnya masing-masing, dengan tujuan untuk mengundang wisatawan datang dan berkunjung ke tempat tersebut.

Pembangunan pariwisata khususnya pariwisata berkelanjutan memerlukan kerjasama antar semua kalangan, khususnya generasi muda. Media sosial merupakan salah satu alat yang dapat digunakan oleh generasi muda dalam membantu pengembangan pariwisata berkelanjutan. Penggunaan media sosial dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan, yaitu sebagai alat untuk membantu mempromosikan destinasi wisata sehingga dapat menarik wisatawan dengan memberikan informasi mengenai wisata tujuan sebanyak-banyaknya disertai dengan foto maupun video. Akses internet dalam pemakaian media sosial membuat generasi muda dapat mudah dalam menggunakannya sehingga akun-akun resmi pun dapat terbantu dalam kegiatan promosinya.

Geopark Ciletuh Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat menjadi salah satu destinasi wisata yang mulai dicari saat ini. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011, *Geopark* ini termasuk dalam Kawasan Strategi Pariwisata Nasional karena memiliki fungsi utama pariwisata dan potensi pengembangan pariwisata. *Geopark* Ciletuh memiliki berbagai macam aspek pendukung, seperti sumber daya pariwisata yang berpotensi untuk menarik wisatawan datang, potensi pertumbuhan ekonomi, sosial, dan budaya serta pemberdayaan sumber daya alam. Selain itu, *Geopark* ini termasuk dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional karena memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi wisata dengan cara gencar mempromosikan berbagai destinasi wisata di berbagai media, mampu menggerakkan perekonomian daerah wisata sehingga berdampak pada perekonomian negara, serta dapat mengembangkan kelembagaan dan tata kelola pariwisata secara profesional, efektif, dan efisien.

Penelitian difokuskan di Desa Tamanjaya, Kecamatan Ciemas, Kabupaten Sukabumi, Provinsi Jawa Barat. Hal yang menjadi pertimbangan untuk memfokuskan penelitian di Desa Tamanjaya adalah karena adanya organisasi *non-profit* yang bergerak dalam kegiatan pelestarian lingkungan yang mendukung dalam pariwisata berkelanjutan, selain itu karena kantor Kecamatan Ciemas berada di Desa Tamanjaya.

Dari wawancara dengan ketua PAPSI (Paguyuban Alam Pakidulan Sukabumi), PAPSI mendukung penuh konsep pariwisata berkelanjutan. Hal tersebut terlihat dari program-program yang telah dilakukan oleh organisasi *non-profit* ini, seperti kegiatan melestarikan dan melindungi alam di *Geopark* Ciletuh, melakukan sosialisasi dan membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya melaksanakan pelestarian alam serta mengajak untuk berperan aktif untuk ikut serta menjaganya. Selain itu, PAPSI juga berperan aktif dalam meningkatkan peran masyarakat dalam pemanfaatan alam menjadi ekowisata serta menyelenggarakan pelatihan dan pendidikan untuk memberdayakan usaha ekonomi masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan pandangan Sunarta dan Arida (2017, p. 4) bahwa pembangunan pariwisata harus mendukung ekologis yang berkelanjutan dengan mengedepankan prinsip ekonomi, keadilan, dan peningkatan taraf hidup masyarakat lokal.

Di dalam tujuannya pun, PAPSI menyebutkan bahwa PAPSI bermaksud untuk menghimpun potensi alam *Geopark* Ciletuh khususnya, dan Alam Pakidulan umumnya untuk dikembangkan dan dilestarikan sehingga dapat berpotensi menjadi destinasi wisata serta ikut serta dalam mempublikasikannya dengan mengupayakan kesejahteraan masyarakat lokal. Menurut ketua PAPSI, PAPSI melaksanakan berbagai kegiatan dengan memberdayakan generasi mudanya, salah satunya dengan mendorong mereka untuk ikut berbagai macam pelatihan mengenai penggunaan media sosial untuk mempromosikan *Geopark* Ciletuh. Salah satu media sosial yang dimiliki oleh PAPSI yaitu *instagram*. Dalam pengelolaan media sosial tersebut, para pemuda di PAPSI mendokumentasikan destinasi-destinasi yang tersedia di *Geopark* Ciletuh. Selanjutnya mereka menambahkan informasi mengenai destinasi tersebut dengan tujuan agar para calon wisatawan dapat tertarik untuk berkunjung ke *Geopark* Ciletuh. Berbagai informasi mengenai *Geopark* Ciletuh disediakan di *instagram* tersebut. Hanya saja seiring berjalannya waktu, *update* konten semakin jarang dilakukan. Ini dikarenakan generasi muda PAPSI belum begitu paham dan mampu dalam membuat konten-konten yang menarik. Selain media sosial, PAPSI telah memiliki *website* (papsiciletuh.com) dengan informasi yang cukup lengkap. Informasi yang ada di dalamnya dapat membantu para wisatawan untuk merencanakan destinasi mana saja yang akan mereka kunjungi. Selain itu, *website* tersebut membantu wisatawan karena terdapat berbagai macam fasilitas wisata yang disuguhkan, seperti penginapan, pemandu wisata, transportasi, dan lain-lain.

Seperti yang sudah dikatakan sebelumnya, media sosial digunakan oleh berbagai elemen masyarakat, dari anak-anak sampai orang tua. Saat ini generasi muda yang paling banyak menggunakan media sosial. Seperti yang ditulis Aryanti (2018) dalam *Merdeka.com*, Kepala Pusat Data dan Informasi Ketenagakerjaan Kemenaker mengatakan bahwa survei telah membuktikan 90,6 % anak muda menggunakan akses internet untuk media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa apabila generasi muda diarahkan dalam menggunakan media sosial secara bijak, khususnya dalam promosi pariwisata berkelanjutan, maka hal tersebut akan membantu dalam pembangunan negara.

Dalam peranannya, pemuda di sekitar wilayah *Geopark* Ciletuh cukup aktif dalam menggunakan media sosial. Hal ini tentu sangat membantu dalam promosi pariwisata

Geopark Ciletuh. Dalam hal ini para pemuda membantu memberikan informasi kepada calon wisatawan mengenai apa saja wisata alam yang tersedia di *Geopark* Ciletuh, harga tiket masuk, sampai dengan buah tangan khas *Geopark* Ciletuh yang dapat dibawa pulang. Peran lainnya yaitu dapat membantu pemerintah untuk mengundang para calon wisatawan datang ke *Geopark* Ciletuh. Dengan adanya media sosial, jarak, waktu, dan penyedia serta penerima informasi pun tidak terbatas, sehingga siapa saja dapat ikut serta dalam mempromosikan *Geopark* Ciletuh. Hal ini tentu saja menguntungkan bagi pemerintahan terkait, karena informasi wisata *Geopark* Ciletuh dapat tersebar luas. Dalam hal lain, media sosial dimanfaatkan oleh pemuda di sekitar wilayah *Geopark* Ciletuh sebagai wadah untuk melakukan koordinasi dan wadah diskusi untuk peningkatan fasilitas di dalam wisata *Geopark* Ciletuh.

Dalam kegiatan FGD yang dihadiri oleh perangkat pemerintahan dan beberapa pemuda di sekitar wilayah *Geopark* Ciletuh diketahui bahwa para peserta menyadari apabila mereka tidak mengikuti perkembangan zaman maka mereka akan tertinggal. Mereka juga menyadari bahwa penggunaan media sosial sebagai media digital untuk membantu dalam promosi *Geopark* Ciletuh sangat penting untuk dilakukan. Akan tetapi masih banyak kendala dalam memanfaatkan media sosial secara maksimal sehingga keterhambatan dalam menyebarkan informasi pun terjadi. Hal ini dapat terlihat dari masih terdapatnya warga lokal yang belum mengetahui konsep dari *Geopark*. Mereka hanya mengetahui *Geopark* merupakan salah satu tempat wisata di salah satu desa di Kecamatan Ciemas.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *Geopark* Ciletuh Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu destinasi wisata yang mengusung konsep pariwisata berkelanjutan. Di dalam wisata *Geopark* Ciletuh dilaksanakan kegiatan konservasi lingkungan darat dan laut serta pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan taraf hidupnya. Secara tidak langsung pariwisata menjalankan tiga pilar, yaitu pilar lingkungan, pilar sosial, dan pilar ekonomi yang merupakan bagian dari tujuan pembangunan berkelanjutan.

Peran generasi muda dalam menggunakan media sosial untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan penting adanya. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa peran pemuda di wilayah *Geopark* Ciletuh telah membantu dalam mempromosikan wisata *Geopark* Ciletuh. Mereka sadar akan manfaat yang akan diberikan oleh media sosial apabila digunakan secara bijak. Penggunaan media sosial untuk publikasi berbagai tempat wisata di *Geopark* Ciletuh akan membantu para wisatawan dalam mencari keperluan yang mereka butuhkan apabila datang ke *Geopark* Ciletuh. Generasi muda di *Geopark* Ciletuh telah memakai berbagai media sosial, hanya saja masih perlu bimbingan dan arah dalam menggunakan media sosial dengan tepat sehingga akan menghasilkan informasi yang menarik.

Untuk ke depannya perlu dilaksanakan pembinaan dan pemberian informasi, teori maupun praktik dalam pemanfaatan media sosial secara maksimal dengan pembuatan konten-konten yang menarik yang dilengkapi dengan audio-visual sehingga diharapkan akan menghasilkan inovasi-inovasi baru dalam pembuatan informasi, khususnya mengenai pariwisata berkelanjutan.

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui peran media sosial oleh generasi muda dalam membantu pariwisata berkelanjutan sebagai alat untuk publikasi *Geopark* Ciletuh Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat sehingga akan menarik wisatawan untuk datang dan berkontribusi dalam pengelolaan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat lokal.

REFERENSI

- Alisjahbana, A. S. dan Murniningtyas, E. (2018). *Tujuan Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia: Konsep, target dan Strategi Impelementasi*. Jatinangor: Unpad Press.
- Ardianto et.al. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aryanti, H. (2018). *90 Persen anak muda di Indonesia gunakan internet untuk media sosial*. Diakses dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/90-persen-anak-muda-di-indonesia-gunakan-internet-untuk-media-sosial.html> pada 20 Februari 2019.
- Chariri, A. (2009). *Landasan Filsafat dan metode Penelitian Kualitatif*. (Discussion Paper). Diakses dari http://eprints.undip.ac.id/577/1/FILSAFAT__DAN_METODE_PENELITIAN_KUALITATIF.pdf
- Efrita, N. (2015). *Strategi Komunikasi Pengembangan Pemasaran Komunikasi*. Sumatera Barat: Imam Bonjol Press.
- Fardiah, D. (2005). "Focus Group Discussion" dalam Paradigma Pembangunan Partisipatif. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(1), 95-108. DOI: <https://doi.org/10.29313/mediator.v6i1.1180>
- Hasanah, H. (2016). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial. *Jurnal at-Taqaddum*, 8(1), 21-46. DOI: <http://dx.doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>.
- Kadarisman, A. et.al. (2018). *Strategi Komunikasi Berbasis Ekonomi Kreatif, Lingkungan dan Pariwisata Di Kawasan Geopark Ciletuh-Palabuhanratu Kabupaten Sukabumi Propinsi Jawa Barat*. Jatinangor: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.
- Kementerian Parawisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2012). *Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan dan Green Jobs untuk Indonesia*. Jakarta.
- Kementerian Pemuda dan Olahraga. (2017). *Rencana Strategis Kementerian Pemuda dan Olahraga Tahun 2016- 2019 Edisi Revisi*. Jakarta.
- Kusumahbrata dan Suwardi. (2012, Maret). Indonesia Menuju Jaringan Geopark Dunia. *Majalah GeoMagz*, 2(1), p. 19
- Primadany, S. R., et.al. (2013). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(4), 135-143.
- Rahmat, J. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya.

-
- Ramadhan, B. (2018). *Inilah Perkembangan Digital Indonesia Tahun 2018*. Diakses dari <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018> pada 20 Februari 2019.
- Respati, W. (2014). Transformasi Media Massa Menuju Era Masyarakat Informasi Di Indonesia. *Humaniora*, 5(1), 39-51. DOI: <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i1.2979>
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan*, 1-9.
- Sumolang, M. (2013). Peranan Internet Terhadap Generasi Muda di Desa Tounelet Kecamatan Langowan Barat. *Jurnal Acta Diurna*, 2(4)
- Sunarta, N., dan Arida, N.Y. (2017). *Pariwisata Berkelanjutan*. Bali: Cakra Press
- Sitorus, O.F. dan Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
- Suwena, I.K. dan Widyatmaja, I.G.N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Syauqi, A. T., 2016. *Startup sebagai Digitalisasi Ekonomi dan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Yogyakarta: Departement of Electrical Engineering and Information Technology, Universitas Gadjah Mada.
- UNESCO. (2010). *Global Geopark Network, Guidelines and Criteria for National Geoparks seeking UNESCO's assistance to join the Global Geoparks Network (GGN)*.
- Waimbo, D.E. (2012). *Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan: Keterlibatan Masyarakat & Peran Pemimpin Lokal di Kampung Sawinggrai Kabupaten Raja Ampat*. (Tesis, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga). Diakses dari <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/2881>
- Wolah, Ferni. 2016. Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Poso. *Acta Diurna*, 5(2), 1-11.