

## ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari semakin banyaknya sektor pariwisata yang mampu mensejahterakan masyarakat serta mampu menyumbangkan pada pembangunan nasional, salah satu sektor pariwisata yang memiliki potensi besar untuk berkembang dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat adalah objek wisata Geopark Ciletuh yang dikembangkan oleh PAPSI sebagai penggerak objek wisata tersebut, pemilihan PAPSI sebagai objek penelitian dengan pertimbangan PAPSI berperan dalam pengembangan objek wisata yang memiliki keunikan yang tidak ditemukan di tempat yang lain, yaitu *Pertama*: memiliki bebatuan yang berumur paling tua di Pulau Jawa, sangat langka, menarik untuk dilihat serta eksotis untuk dipandang. *Kedua*: kawasan objek wisata Ciletuh memiliki kekayaan alam berupa keragaman geologi (*geological diversity*), keragaman hayati (*biological diversity*) dan keragaman budaya (*Cultural diversity*).

Penelitian ini mengkaji tentang bentuk *relationship marketing*, kepercayaan dan komitmen yang dibangun, media komunikasi yang digunakan, hambatan yang dihadapi serta alasan dilakukan “*Exploring Ciletuh*” oleh PAPSI dalam mengembangkan objek wisata.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif paradigma konstruktivisme dengan pendekatan studi kasus serta menggali informasi dari key informan yaitu Ketua PAPSI dan bagian Pemasaran PAPSI. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, studi kepustakaan dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada tiga bentuk *relationship marketing* yaitu *customer service*, *loyalty program* dan *community building*; kepercayaan dibangun dengan mendata para pengunjung serta guide professional ; komitmen dilakukan dengan adanya kerjasama berbagai pihak serta menerima saran dan masukannya ; media yang digunakan yaitu jejaring internet (website, blog, media social) ; hambatannya adalah Sumber Daya Manusia yang tidak mumpuni dan minimnya dukungan dari berbagai pihak serta anggaran yang minim ; alasan dilakukan “*exploring Ciletuh*” adalah untuk sosialisasi dan pemasaran.

**Kata Kunci:** *Relationship Marketing* dan *Objek wisata Geopark Ciletuh*.

## **ABSTRACT**

*This study departs from the increasing of tourism sector which is capable in prospering a community and able to contribute to national development, one of the tourism sector that has huge potential to grow and contribute to the welfare of society is a tourist attraction of Geopark Ciletuh that developed by PAPSI as an activator of a tourist attraction, the election PAPSI as research objects with considerations of PAPSI has a role in the developing of tourist attraction which has a unique that can not be found anywhere else, namely First: it has the oldest-rocks in the island of Java, is very rare, interesting to see as well as exotic to look at. Secondly: the area of tourist attraction of Ciletuh has a natural wealth of geological diversity, biological diversity and cultural diversity.*

*This study reviews the form of relationship marketing, trust and commitment are built, media communication used, obstacles faced and reasons do "Exploring Ciletuh" by PAPSI in developing the tourist attraction.*

*This study uses a qualitative method with constructivism paradigm and case studies approach and search an information from the key informants namely PAPSI Chairman and Marketing department of PAPSI. Data collection techniques used were interviews, observation, literature study and documentation.*

*The results of this study indicate that ; there are three forms of relationship marketing namely customer service, loyalty programs and community building ; trust is built by collecting data about the visitors and available the professional guide ; commitments made with the cooperation of various parties as well as receive advice and input ; The media used is the internet network (website, blog, social media); The obstacles are the Human Resources that are not qualified and lack of support from various parties as well as the budget is minimal ; reasons do "exploring Ciletuh" are for socialization and marketing.*

**Keywords:** *Relationship Marketing and tourist attractions of Geopark Ciletuh.*