

**STRATEGI PENGEMBANGAN PROMOSI PADA DAYA
TARIK WISATA GEOPARK RANAH MINANG
SILOKEK KABUPATEN SIJUNJUNG**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains
Terapan (SST) pada Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang*



**OLEH :
HILMY SETIAWAN
NIM/TM. 16135175/2016**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN PROMOSI PADA DAYA TARIK WISATA
GEOPARK RANAH MINANG SILOKEK KABUPATEN SIJUNJUNG**

Nama : Hilmy Setiawan
NIM/BP : 16135175/2016
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 20 Januari 2022

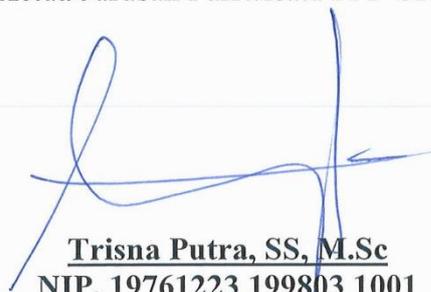
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Hijriyantomi Suyuthis, S.IP, M.M
NIP. 19780903 201012 1001

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program
Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan
Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Strategi Pengembangan Promosi Pada Daya Tarik Wisata
Geopark Ranah Minang Silokek Kabupaten Sijunjung
Nama : Hilmy Setiawan
NIM/BP : 16135175/2016
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, 20 Januari 2022
Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Ketua : Hijriyantomi Suyuthie, S.IP, M.M

1. 

2. Anggota : Youmil Abrian, S.E, M.M

2. 

3. Anggota : Dr. Kasmita, S.Pd, M.Si

3. 



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA**

Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171
Telp. (0751) 7051186 Email : pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman : <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Hilmy Setiawan
NIM/TM : 16135175 / 2016
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Strategi Pengembangan Promosi Pada Daya Tarik Wisata Geopark Ranah Minang Silokek Kabupaten Sijunjung” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Ketua Jurusan Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223/199803 1001

Saya yang menyatakan,



Hilmy Setiawan
NIM. 16135175

ABSTRAK

Hilmy Setiawan, 2022. Strategi Pengembangan Promosi Pada Daya Tarik Wisata Geopark Ranah Minang Silokek Kabupaten Sijunjung

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh minimnya strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sijunjung, dimana belum tersedia strategi promosi pada indikator periklanan/*advertising*, hubungan masyarakat/*public relation*, pemasaran langsung/*direct marketing*, promosi penjualan yang diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Geopark Ranah Minang Silokek.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan *Purposive sampling* yang melibatkan informan, yaitu: empat pegawai Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sijunjung yang terdiri dari Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata, Kepala Seksi Promosi Pariwisata, Kepala Seksi Pengembangan Destinasi Wisata, Kepala Seksi Pengembangan Sumber Daya Pariwisata, kemudian tiga orang wisatawan domestik. Data dianalisis secara reduksi yaitu merangkum, memilih dan memfokuskan pada hal-hal penting, serta menganalisis data yang diperoleh terhadap masalah yang diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pengembangan promosi pada daya tarik wisata Geopark Ranah Minang Silokek yang dapat dilakukan ialah antara lain: 1) Membuat website dengan tampilan menarik dan memiliki informasi yang lengkap mengenai wisata silokek mulai dari sejarah, lokasi, dan foto objek wisatanya yang akan memudahkan masyarakat atau wisatawan dalam mencari informasi mengenai Geopark Ranah Minang Silokek dan menarik wisatawan untuk mengaksesnya. 2) Memasang baliho dengan desain dan menampilkan informasi yang menarik seperti objek wisata atau event-event di lokasi yang ramai dan mudah dilihat masyarakat dan wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang. 3) Melaksanakan kegiatan ekonomi kreatif untuk menyalurkan kreativitas masyarakat daerah dan event-event untuk memajukan kegiatan promosi dan meningkatkan perekonomian daerah. 4) Melakukan pembinaan kepada masyarakat, supaya lebih sadar akan potensi wisata yang ada, dan mulai beralih ke kegiatan kepariwisataan agar Geopark Ranah Minang Silokek dapat terus berkembang. 5) Menggunakan media email untuk melakukan promosi dengan menyebarkan informasi mengenai Geopark Ranah Minang Silokek dan melakukan kerja sama dengan instansi lain dari luar daerah dan industri pariwisata lainnya. 6) Membuat souvenir yang menjadi daya tarik dari wisata silokek, sehingga wisatawan tertarik dan berminat untuk membeli dan nantinya akan menjadi pemasukan daerah, sehingga daerah tersebut dapat berkembang dan menjadi lebih maju.

Kata kunci : Strategi, Promosi, Daya Tarik Wisata

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Alhamdulillahirabbila'lamin, Segala puji hanya bagi Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN PROMOSI PADA DAYA TARIK WISATA GEOPARK RANAH MINANG SILOKEK KABUPATEN SIJUNJUNG”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat melakukan penelitian skripsi Prodi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Hambatan-hambatan baik dalam penulisan maupun penyusunan skripsi ini banyak peneliti temui, tetapi berkat bantuan bimbingan maupun dorongan dari berbagai pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu, melalui skripsi ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Ernawati, M.Pd.,Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Hijriyantomi Suyuthie, S.IP, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan kritik dan saran terhadap penulisan skripsi ini serta telah memberikan dorongan dan motivasi kepada penulis agar menyelesaikan skripsi ini.

4. Youmil Abrian, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Seluruh Dosen, tenaga administrasi dan teknisi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
6. Keluarga yang telah banyak memberi dukungan kepada penulis berupa moril dan materil. Terkhusus kepada Ayah dan ibu yang telah memberikan *support* penuh kepada penulis.
7. Dan terima kasih kepada seluruh teman-teman mahasiswa yang membantu dalam penulisan skripsi ini, namun namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan bagi pembaca khususnya.

Padang, 20 Januari 2022
Penulis

Hilmy Setiawan
16135175 / 2016

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Fokus Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	10
A. Aspek-Aspek Teoritis.....	10
1. Daya Tarik Wisata.....	10
2. Strategi Pengembangan Promosi.....	11
3. Elemen-elemen Promosi	14
4. Kaitan Objek Wisata dan Strategi Pengembangan Promosi.....	27
5. Analisis SWOT	27
6. Formulasi Analisis SWOT.....	30
B. Kerangka Konseptual	32
C. Pertanyaan Penelitian	33
BAB III. METODE PENELITIAN.....	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Tempat dan Waktu Penelitian	34
C. Definisi Operasional Variabel	34
D. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	35
E. Sumber Data	36

F. Instrumen Penelitian.....	38
G. Analisis Data	39
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penelitian	42
1. Temuan Umum.....	41
2. Temuan Khusus.....	44
B. Pembahasan	53
1. Analisis Strategi Pengembangan Promosi Pada Daya Tarik Wisata Geopark Ranah Minang Silokek Kabupaten Sijunjung	54
2. Formulasi Strategi Pengembangan Promosi Pada Daya Tarik Wisata Geopark Ranah Minang Silokek Kabupaten Sijunjung menggunakan Matriks SWOT.....	61
3. Perumusan Strategi Pengembangan Promosi Pada Daya Tarik Wisata Geopark Ranah Minang Silokek Kabupaten Sijunjung menggunakan matriks SWOT	62
BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Geopark Ranah Minang Silokek.....	4
Tabel 2. Hasil wawancara dengan pengunjung.....	4
Tabel 3. Matriks SWOT.....	30
Tabel 4. Daftar Informan Penelitian.....	37
Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 6. Penentuan Bobot SWOT Website Geopark Ranah Minang Silokek ...	55
Tabel 7. Penentuan Bobot SWOT Baliho di jalan utama Kota Padang.....	56
Tabel 8. Penentuan Bobot SWOT Kerjasama Masyarakat Sebagai <i>Tour Guide</i>	57
Tabel 9. Penentuan Bobot SWOT Alamat <i>Email</i> Geopark Ranah Minang Silokek.....	59
Tabel 10. Penentuan Bobot SWOT Suvenir Khas Silokek.....	60
Tabel 11. Formulasi SWOT Suvenir Khas Silokek.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Lokasi Geopark Ranah Minang Silokek	3
Gambar 2. Kerangka Konseptual	33
Gambar 3. Skema Analisis Model Interaktif.....	40
Gambar 4. Wawancara dengan Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata	79
Gambar 5. Wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Pariwisata.....	79
Gambar 6. Wawancara dengan Kepala Seksi Pengembangan Sumber Daya Pariwisata.....	82
Gambar 7. Wawancara dengan Kepala Seksi Pengembangan Destinasi Wisata	83
Gambar 8. Wawancara dengan pengunjung.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	68
Lampiran 2. Pedoman Wawancara Penelitian.....	69
Lampiran 3. Daftar Hadir Dosen Seminar	79
Lampiran 4. Kartu Konsultasi	80
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

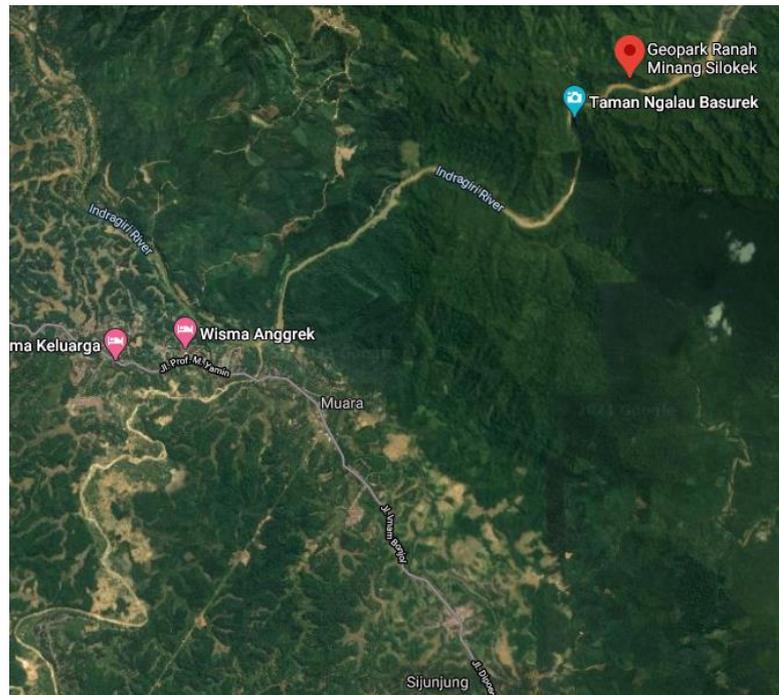
Pariwisata merupakan suatu keseluruhan elemen-elemen terkait yang di dalamnya terdiri dari wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain sebagainya yang merupakan kegiatan pariwisata. Pariwisata menjadi andalan utama sumber devisa karena Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki beraneka ragam jenis pariwisata, misalnya wisata alam, sosial maupun wisata budaya yang tersebar dari Sabang hingga Merauke. Selain menyimpan berjuta pesona wisata alamnya begitu indah, Indonesia juga kaya akan wisata budayanya yang terbukti dengan begitu banyaknya peninggalan-peninggalan sejarah serta keanekaragaman seni dan adat budaya masyarakat lokal yang menarik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara, sehingga dengan banyaknya potensi yang dimiliki menjadikan Indonesia sebagai salah satu daerah tujuan wisata (Devy, 2017).

Pariwisata menurut UU No. 9 Tahun 1990 adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Menurut UU No. 10 tahun 2009 tentang Pariwisata pasal 1 menyebutkan bahwa pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Sedangkan pengertian pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Promosi merupakan salah satu cara yang dapat digunakan dalam memasarkan atau menjual sebuah wisata ke konsumen. Menurut Tjiptono (dalam Syahputra, 2013: 1), “Promosi pada hakikatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan”.

Sumatera Barat dari segi geografisnya sangat potensial untuk dijadikan dan dikembangkan menjadi daerah objek wisata alam maupun budaya, hal ini tentu saja didukung oleh alamnya yang bervariasi serta dilalui oleh jalur pegunungan bukit barisan dan patahan semangka. Keindahan lainnya yang bisa ditemui adalah adanya lembah-lembah, gunung-gunung yang tinggi, air terjun alam, danau-danau, goa-goa alam serta fenomena alam lainnya yang tersebar di berbagai daerah di Sumatera Barat. Salah satu objek wisata unggulan Sumatera Barat yang sedang dikembangkan yaitu Geopark Siloek dan merupakan *icon* dari Kabupaten Sijunjung.



Gambar 1. Peta Lokasi Geopark Ranah Minang Silokek

Sumber : Google Maps

Kawasan Geopark Silokek terletak di Kecamatan Sijunjung dan Kecamatan Sumpur Kudus, Kabupaten Sijunjung. Kawasan ini meliputi 20 nagari dengan luas kawasan ± 1300 km² dan jumlah penduduk 68.000 jiwa. Silokek terletak di bagian Timur dari Kota Padang dan merupakan bagian dari perbatasan antara Sawahlunto dan Kabupaten Solok Lebih tepatnya terletak pada titik koordinat 00°37'58,9"S (Lintang Selatan) / 100°59'47.3"E (Bujur Timur). Silokek berjarak lebih kurang 15 kilometer dari Ibukota Kabupaten Sijunjung yakni kota Muaro Sijunjung dan berjarak 145 km dari Kota Padang dengan jarak tempuh selama 4 jam perjalanan. Di dalam Kawasan Geopark Silokek terdapat situs-situs warisan geologi yang penting dan berskala internasional, langka dan memiliki nilai ilmiah seperti goa, air terjun, bukit karst. Di samping itu terdapat situs non geologi berupa flora dan

fauna langka serta warisan budaya yang masih terjaga dengan baik. Berikut data kunjungan wisatawan ke Geopark Ranah Minang Silokek:

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Geopark Ranah Minang Silokek

No	Tahun Kunjungan	Wisatawan Domestik	Wisatawan Mancanegara
1	2016	4.190	103
2	2017	7.008	170
3	2018	14.860	108
4	2019	9.433	282
5	2020	59.502	5

Sumber : Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sijunjung, 2021

Berdasarkan data di atas terlihat jumlah kunjungan wisatawan mulai dari 2016-2020 jumlah wisatawan domestik terus meningkat namun mengalami penurunan pada tahun 2019, sedangkan wisatawan mancanegara mengalami penurunan pada tahun 2020. Berdasarkan observasi awal di lapangan pada bulan Januari 2021 penulis mewawancarai 10 orang pengunjung yang datang ke Geopark Ranah Minang Silokek. Dengan data sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil wawancara dengan pengunjung

No	Sub Indikator	Ada	
		Ya	Tidak
1	Website Geopark Ranah Minang Silokek	10%	90%
2	Baliho di jalan utama Kota Padang	20%	80%
3	Kerja Sama Masyarakat Sebagai <i>Tour Guide</i>	40%	60%

4	Alamat <i>Email</i> Geopark Ranah Minang Silokek	20%	80%
5	Suvenir Khas Silokek	30%	70%

Dari tabel di atas dapat dilihat sebanyak 90% orang menyatakan tidak adanya website Geopark Ranah Minang Silokek, 80% orang menyatakan tidak adanya baliho di jalan utama Kota Padang, 60% orang menyatakan tidak adanya kerja sama masyarakat sebagai *tour guide*, 80% orang menyatakan tidak adanya alamat email Geopark Ranah Minang Silokek, dan 70% orang menyatakan tidak adanya souvenir khas Silokek. Selanjutnya berdasarkan pra-penelitian pada tanggal 26 Februari 2021 yang dikatakan oleh Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata, yaitu Bapak Yudi bahwa anggaran untuk kegiatan promosi mengalami penurunan karena terkendala wabah COVID-19, jadi kegiatan distribusi iklan saat ini banyak dilakukan melalui media sosial, volume iklan dilakukan saat ada kegiatan tertentu.

Pada Januari 2021, jumlah orang yang menggunakan internet di seluruh dunia mencapai angka 4,66 miliar jiwa, sehingga ini menjadi peluang untuk Dinas Pariwisata untuk membuat website resmi Geopark Ranah Minang Silokek sebagai media promosi. Berdasarkan observasi penulis terlihat penyebaran brosur masih di beberapa tempat tertentu dan belum tersebar luas, pemasangan baliho masih di kawasan Geopark Ranah Minang Silokek. Menurut penulis, karena banyaknya pengunjung domestik ataupun mancanegara yang datang ke Kota Padang, pemasangan baliho di jalan utama Kota Padang sangat memungkinkan untuk mempromosikan Geopark Ranah

Minang Silokek, sehingga dapat menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke Geopark Ranah Minang Silokek.

Dilihat dari segi *Direct Marketing* saat ini masih dilakukan pada saat *event-event* tertentu, dan melihat keadaan pada saat ini banyaknya *event-event* yang tertunda, disisi lain kegiatan promosi juga ikut tertunda, karena itu dibutuhkan alamat *email* Geopark Ranah Minang Silokek sebagai media promosi dan juga masyarakat bisa bertanya langsung melalui alamat *email* resmi tersebut. Perlunya souvenir yang menjadi ciri khas Geopark Ranah Minang Silokek sebagai promosi penjualan yang dapat meningkatkan minat pengunjung. Melihat dari permasalahan diatas mengingat Geopark Ranah Minang Silokek merupakan salah satu destinasi wisata andalan di Kabupaten Sijunjung, maka penulis merasa sangat perlu mengkaji lebih dalam mengenai strategi promosi pada daya tarik wisata dalam meningkatkan kunjungan wisata di objek wisata Geopark Ranah Minang Sijunjung. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui **“Strategi Pengembangan Promosi Pada Daya Tarik Wisata Geopark Ranah Minang Silokek Kabupaten Sijunjung”**.

B. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Terjadinya pengurangan anggaran kegiatan promosi karena wabah COVID-19.
2. Penyebaran iklan saat ini banyak disebarakan melalui media sosial.

3. Penyebaran brosur masih di beberapa tempat tertentu dan belum tersebar luas.
4. Belum adanya website dan alamat *email* resmi Geopark Ranah Minang Silokek sebagai media promosi.
5. Pemasangan baliho masih di sekitar daerah wisata.
6. Belum adanya suvenir yang menjadi ciri khas Geopark Ranah Minang Silokek.

C. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka penulis memfokuskan permasalahan mengenai Strategi Pengembangan Promosi Pada Daya Tarik Wisata Geopark Ranah Minang Silokek ditinjau dari Periklanan/*Advertising*, Hubungan Masyarakat/*Public Relation*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*, Promosi Penjualan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan fokus masalah diatas, maka rumusan penelitian ini adalah bagaimana Strategi Pengembangan Promosi Pada Daya Tarik Wisata Geopark Ranah Minang Silokek Kabupaten Sijunjung ditinjau dari Periklanan/*Advertising*, Hubungan Masyarakat/*Public Relation*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*, Promosi Penjualan.

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Mendeskripsikan Strategi Pengembangan Promosi Pada Daya Tarik Wisata Geopark Ranah Minang Silokek Kabupaten Sijunjung

ditinjau dari Periklanan/*Advertising*, Hubungan Masyarakat/*Public Relation*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*, Promosi Penjualan.

2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan faktor internal dan eksternal dari Promosi Objek Wisata Geopark Ranah Minang Silokek Kabupaten Sijunjung ditinjau dari Periklanan/*Advertising*, Hubungan Masyarakat/*Public Relation*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*, Promosi Penjualan.
2. Mendeskripsikan Strategi Pengembangan Promosi Pada Daya Tarik Wisata Geopark Ranah Minang Silokek Kabupaten Sijunjung ditinjau dari Periklanan/*Advertising*, Hubungan Masyarakat/*Public Relation*, Pemasaran Langsung/*Direct Marketing*, Promosi Penjualan.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Sijunjung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada dinas pariwisata dalam mengembangkan strategi promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan di Geopark Ranah Minang Silokek.

2. Bagi Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Padang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya penelitian di Universitas Negeri Padang, khususnya pada Program Studi Manajemen Perhotelan.

3. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini digunakan agar penulis mengetahui masalah yang nyata di Objek Wisata Geopark Ranah Minang Silokek sehingga menjadi bahan pertimbangan dan perbandingan bagi penulis terhadap teori yang penulis peroleh pada saat kuliah, khususnya pada mata kuliah ilmu pengantar pariwisata perhotelan.

4. Bagi Peneliti Lainnya

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat sebagai bahan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, serta menjadi informasi yang memadai khususnya bagi pihak terkait lainnya yang membutuhkan serta dapat menarik pengalaman secara tidak langsung.