

BAB III

HASIL TEMUAN

Pada bab III ini, penulis akan memaparkan hasil temuan dan data-data informasi yang diperoleh dari hasil wawancara secara langsung kepada informan berkaitan dengan topik penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Pemerintahan Kota Sawahlunto Sebagai Kota Destinasi Wisata”. Adapun hasil temuan yang berhasil penulis kumpulkan adalah melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi pada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Sawahlunto, yang selanjutnya akan dipaparkan secara jelas dan lengkap.

A. Pariwisata Kota Sawahlunto

Kota Sawahlunto terdapat di kawasan di Sumatera Barat, Kota Sawahlunto terletak 95km sebelah timur dari pantai Padang, Kota Sawahlunto memiliki luas 27.345 H atau 273.45 km² yang berbatasan dengan 2 kabupaten dan 1 kota, yaitu kabupaten Sijunjung, kabupaten Tanah Datar, Kota Solok. Topografi wilayah kota sawahlunto terletak pada daerah perbukitan dengan ketinggian antara 250-650 meter dari permukaan laut. Wilayah terbentang dari utara sampai selatan, bagian timur dan selatan mempunyai topografi yang relatif curam dibagian utara bergelombang dan relatif datar. Terletak diantara perbukitan yang curam dan datar membuat wisata kota sawahlunto memiliki wisata perbukitan dan memiliki wisata dikawasan datar.

Dalam wawancara yang dilakukan penulis bersama Ketua Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto yaitu Efriyanto, S.Sos.MM mengatakan:

“ Wisata Sawahlunto cukup banyak mengingat kawasan kota sawahlunto terletak di perbukitan dan dataran yang relatif rendah, kebanyakan wisata dikelola oleh masyarakat desa, hanya beberapa yang dikelola oleh pemerintahan diantaranya museum godang ransum, lubang mbah suro, wisata kandih. Dibeberapa objek wisata kota sawahlunto ada dikelola oleh swasta dan masyarakat misalnya danau biru, bukit batu dan waterboom. Walaupun

dikelola dari swasta dan masyarakat tetapi kami pantau gimana wisatanya berjalan baik”. (Wawancara 17 juli 2018)

Kota Sawahlunto memiliki potensi pariwisata yang luar biasa karena bisa memanfaatkan kawasan perbukitan dan kawasan datar untuk sebagai sarana wisata dikota sawahlunto. selain itu, wisata kota sawahlunto dikelola oleh pemerintah, masyarakat setempat dan swasta, kebanyakan yang ada merupakan dikelola oleh masyarakat. Meski hanya beberapa objek pariwisata yang di kelola oleh pemerintah, namun pemerintah yang dalam hal ini Dinas pariwisata dan Olahraga kota sawahlunto tetap menjadi pengawasan untuk objek wisata yang langsung dikelola masyarakat maupun swasta.

B. Wisata unggulan di Kota Sawahlunto

Berdasarkan letak geografis yang terletak di kawasan perbukitan dan kawasan datar membuat Kota Sawahlunto memiliki pesona perbukitan dan kawasan datar yang luar biasa, namun dari kebanyakan Objek wisata yang ada, semua wisata yang ada di Kota Sawahlunto merupakan wisata unggulan di Kota Sawahlunto, Efriyanto,S.sos.MM Ketua Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto mengatakan:

“Kota Sawahlunto berbicara keunggulan ya, kami memiliki keunikan dikota lama menjadi kota tua sawahlunto menjadi living museum hidup dan menjadi kawasan kota nostalgia dan wisata historical seperti kawasan wisata museum godang ransum, lubang mbah suro . Akan tetapi, potensi-potensi wisata lain tidak kita abaikan” (Wawancara 17 juli 2018)

Namun selain Museum godang ransum dan lubang mbah suro, DISPAPORA Sawahlunto juga tidak mengabaikan potensi-potensi wisata lainnya di kawasan kota sawahlunto.



Museum Godang Ransum

Sumber: Dok. Penulis

C. Jumlah Perjalanan Wisatawan Kota Sawahlunto

Dari data kunjungan wisata yang di dapatkan di Kota Sawahlunto

TAHUN	JUMLAH KUNJUNGAN WISATA
2007	427,640
2008	488,392
2009	595,711
2010	645,020
2011	735,020
2012	746,171
2013	750,385
2014	760,243
2015	810,346

2016	858,355
2017	870,999

Tabel : 3.1 Jumlah Pengunjung pariwisata setiap tahun

Sumber: Dinas Pariwisata dan Olahraga Kota Sawahlunto

Efriyanto,S.sos.MM Ketua Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto mengatakan:

“dari data diatas kita mengalami peningkatan jumlah kunjungan disetiap tahunnya mulai tahun 2006 sampai 2017. karena angka kunjungan pariwisata kita di hitung dari akumulasi orang yang berkunjung ke aktivitas event dan pariwisata yang ada di kota sawahlunto” (Wawancara 17 juli 2018).

Dari data di atas, dapat di simpulkan bahwa jumlah pengunjung dari tahun 2006-2017 megalami peningkatan jumlah pengunjung di setiap tahunnya. Pada tahun 2006 tercatat jumlah pengujung pariwisata kota sawahlunto mencapai 427,640 dan terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Pada tahun 2017 pengujung pariwisata kota sawahlunto tercatat 870,999 pariwisataawan yang datang ke kota sawahlunto hampir 2 kali besar dibandingkan pada tahun 2006. Peningkatan tiap tahunnya jumlah pengunjung kurang lebih 50000 orang tiap tahunnya yang datang untuk menikmati pariwisata di kota sawahlunto sendiri. jumlah pengunjung disawahlunto di akumulasi dari orang yang berkunjung ke aktivitass event dan pariwisata yang ada di kota sawahlunto.

D. Kegiatan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Olahraga Kota Sawahlunto

1. Segmentasi, Targeting, dan Positioning

Kegiatan pemasaran selalu bersinggungan dengan Segmentasi, Positioning dan targenting, sedangkan segmentasi, positioning, dan targeting dari DISPORA Kota Sawahlunto sangat di perlukan untuk menentukan bagaimana strategi pemasaran yang akan digunakan:

a. Segmentasi

Segmentasi merupakan proses mengidentifikasi pasar menjadi kelompok-kelompok tertentu dimana memiliki variabel-variabel seperti diantaranya demografis (umur, jenis kelamin, pendapatan), geografis (daerah/wilayah) yang dapat menentukan segmentasi, sedangkan segmentasi Dinas Pariwisata dan Olahraga Kota Sawahlunto menurut Efriyanto,S.sos.MM Ketua Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto adalah:

“Segmentasi sekarang kita masih berfokus ke wisatawan lokal dan mancanegara, untuk lokal masih untuk wisatawan di kawasan sawahlunto dan luar kota sawahlunto, sedangkan untuk segmentasi harga kita sesuaikan untuk orang-orang menengah kebawah supaya tidak memberatkan pengunjung untuk menikmati wisata kami” (Wawancara 17 juli 2018).

Dalam variabel demografis DISPORA Sawahlunto mengelompokkan pada pendapatan yang masuk ke kategori menengah kebawah, sedangkan variabel geografis masih berkisar di daerah sawahlunto dan diluar kota sawahlunto.

b. Targeting

setelah segmentasi yang dimiliki DISPORA tentunya di perlukan targeting yang sesuai dengan segmentasi, targeting sangat diperlukan supaya proses pemasaran dapat berjalan dengan baik, Efriyanto,S.sos.MM Ketua Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto mengatakan:

“target kita ya itu untuk wisatawan lokal dan mancanegara, masih di wilayah kota sawahlunto dan diluar kota sawahlunto atau diluar provinsi sumatera barat, sedangkan Pariwisata kota sawahlunto masih tergolong buat kalangan menengah kebawah ” (Wawancara 17 juli 2018).

Sesuai dengan segmentasi Pariwisata Sawahlunto masih menargetkan wisatawan lokal dan mancanegara baik dari sawahlunto maupun diluar sumatera barat, sedangkan pariwisata kota sawahlunto masih di tujukan untuk kalangan menengah kebawah.

c. Positioning

positioning merupakan bagaimana suatu brand dapat melekat dibenak masyarakat, Efriyanto,S.sos.MM Ketua Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto menjelaskan:

“memang positioning branding kita masih belum begitu bagus seperti kota tetangga yaitu Kota solok yang sudah memiliki branding sebagai kota beras serambi madinah, sedangkan sawahlunto itu punya sawahlunto pusaka yang baru rebranding” (Wawancara 17 juli 2018)

Diakui positioning branding pariwisata kota sawahlunto masih belum maksimal seperti tetangganya kota solok. Kota solok sudah cukup dikenal dengan wisata beras serambi madinah. Kota sawahlunto baru merebranding dengan Sawahlunto pusaka.

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, DISPORA kota Sawahlunto menggunakan konsep *marketing mix* dengan konsep 7p, yaitu:

a. *product* (produk)

Produk pariwisata yang dimiliki Kota Sawahlunto sangat beragam, dari wisata alam kuliner dan kebudayaan terdapat 19 objek wisata yang dikelola oleh pemerintah, masyarakat, maupun swasta, dan memiliki beberapa objek wisata unggulan seperti museum godang ransum, lubang basuroh, museum kereta api, museum tambang batu bara dan puncak cemara. selain pariwisata kota sawahlunto memiliki karya seni dan olahan makanan ciri khas dari kota sawahlunto. olahan produk yang pertama tenun songket silungkang yang ada di daerah desa silungkang. tenun Songket silungkang dikelola oleh para perajin rumahan. tenun Songket silungkang sudah mencapai pasar dagang eropa.tenun silungkang adalah pekerjaan pokok bagi kaum ibu-ibu rumah tangga di daerah kawasan silungkang. Produk olahan kedua Kare-kare, kare-kare adalah Makanan ini merupakan cemilan yang berasal dari Dusun Kundi, Desa Talawi Mudiak Kota Sawahlunto tentunya menjadikan sektor kerajinan tangan dan makanan

sebagai penunjang pariwisata dikota sawahlunto, Riza Anggraini ST.M.Par sebagai Ketua Pemasaran dan admin Sosial media Dinas pariwisata dan Olahraga kota Sawahlunto Menjelaskan:

“kita memiliki wisata unggulan dan juga kuliner dan kerajinan tangan seperti songket silungkang dan makanan khas kare-kare jadi sektor-sektor ini sebagai pendukung pariwisata sekaligus peningkatan perekonomian masyarakat supaya terlibat langsung, untuk kerajinan tangan bisa di temukan di pikir jalan desa silungkang dan untuk kare-kare bisa ditemukan dikawasan setiap pasar yang ada di sawahlunto” (Wawancara, 24 juli 2018).

Gambar 3.1 Makanan Kare-kare



Sumber: Dok.Penulis

b. Price (Harga)

Dari pengamatan yang dilakukan berwisata di Kota Sawahlunto tidaklah mahal bahkan masih terdapat beberapa objek wisata yang hanya membayar parkir saja atau gratis untuk masuk ke objek wisata, dalam observasi yang dilakukan di Puncak Cemara biaya parkir hanya tiga ribu rupiah, kemudian harga tiket masuk enam ribu rupiah, sedangkan untuk masuk ke museum godang ransum itu hanya mengeluarkan empat ribu rupiah untuk orang dewasa dan dua ribu rupiah untuk anak-anak dan untuk parkir sendiri gratis. Dimana sesuai dengan Riza Anggraini ST.M.Par sebagai Ketua Pemasaran dan admin Sosial media Dinas pariwisata dan Olahraga kota Sawahlunto menjelaskan:

“wisata di Kota Sawahlunto diperuntukan untuk menengah kebawah jadi harganya bisa dibilang relatif sangat murah untuk beberapa orang, bahkan untuk didaerah lain kota sawahlunto paling murah untuk objek wisatanya dan sesuai dengan segmentasi kita menengah kebawah jadi tidak mematok harga tinggi” (Wawancara, 24 juli 2018).

Pariwisata Kota Sawahlunto ditujukan untuk kalangan menengah kebawah sehingga harga untuk berwisata di Kota Sawahlunto cenderung murah jika dibandingkan dengan Kota lainnya.

c. *Place* (Tempat)

Banyaknya pariwisata di kota sawahlunto membuat hampir setiap kecamatan memiliki tempat pariwisata tersendiri. Kota Sawahlunto memiliki banyak daerah wisata baik yang dikelola oleh pemerintah, masyarakat setempat dan swasta, kebanyakan yang ada merupakan dikelola masyarakat.

Objek Wisata	Lokasi
Museum Godang Ransum	Kecamatan Barangin
Lubang Mbah Suro	Kecamatan Barangin
Museum Kereta Api	Kecamatan Barangin
Museum Tabang Batu Bara	Kecamatan Barangin
Danau Biru	Kecamatan Talawi
Puncak Cemara	Kecamatan Barangin
Taman Satwa Kandih	Kecamatan Talawi
Danau Kandih	Kecamatan Talawi

Waterboom	Kecamatan Silungkang
Batu Runcing	Kecamatan Silungkang
Air Terjun Rantih	Kecamatan Talawi
Padang Savana	Kecamatan Talawi
Lapangan Segita	Kecamatan Barangin
Gedung Pusat Kebudayaan	Kecamatan Barangin
Makam Belanda	Kecamatan Barangin
Hotel Ombilin dan Kota tua	Kecamatan Barangin
Lubang Kalam	Kecamatan Talawi
Mesjid Bekas PLTU	Kecamatan Barangin
Gereja Katolik Santa Barbara	Kecamatan Barangin

Namun untuk mengenalkan pariwisata kota sawahlunto, Dinas bekerjasama dengan pemerintahan provinsi untuk meletakkan *pamflet* atau *leaflet TIC (Tourist Information Center)* di bandara internasional Minang Kabau. Selain itu juga di kawasan-kawasan rumah makan dan hotel di kawasan kota sawahlunto maupun di luar kota sawahlunto seperti menurut Riza Anggraini ST.M.Par sebagai Ketua Pemasaran dan admin Sosial media Dinas pariwisata dan Olahraga kota Sawahlunto mengatakan:

“pamflet, leaflet, videotrone hingga Koran dan majalah kami juga masukan ke hotel maupun rumah makan, terus juga ada di bandara international minang kabau dibagian Tourism Information Center itu ada juga kami pasang. Pernah masuk juga di televisi nasional tentang event-event yang diselenggarakan di kota sawahlunto” (Wawancara, 24 juli 2018).

d. *People* (Orang)

Sebagian objek wisata di kota sawahlunto di kelola oleh masyarakat langsung. Masyarakat berperan langsung dalam menghadirkan wisata di daerahnya, namun beberapa dikelola pemerintah dan ada juga swasta, seperti menurut Efriyanto,S.sos.MM selaku Ketua Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto mengatakan:

“pengelolaan ya, Wisata Kota Sawahlunto cukup banyak mengingat kawasan kota sawahlunto terletak di perbukitan dan dataran yang relatif rendah, kebanyakan wisata dikelola oleh masyarakat desa, hanya beberapa yang dikelola oleh pemerintahan diantaranya museum godang ransum, lubang mbah suro, wisata kandih. Dibeberapa objek wisata kota sawahlunto ada dikelola oleh swasta dan masyarakat misalnya danau biru, bukit batu dan waterboom. Walaupun dikelola dari swasta dan masyarakat tetapi kami pantau gimana wisatanya berjalan baik” (Wawancara 17 juli 2018).

Untuk pengelolaan tempat pariwisata yang dikelola oleh pemerintah melibatkan orang-orang dari dinas pariwisata, bahkan seperti petugas kebersihan juga di ambil dari dinas. Seperti menurut Riza Anggraini ST.M.Par sebagai Ketua Pemasaran dan admin Sosial media Dinas pariwisata dan Olahraga kota Sawahlunto yang menuturkan:

“biasanya semua pegawai dinas pariwisata ditempatkan di objek wisata yang dikelola oleh pemerintahan, kalau yang dikelola masyarakat sama swasta itu full mereka yang mengatur atau menyiapkan sendiri pegawainya, kita tidak ikutan dalam menyediakan pegawai akan tetapi segala bentuk laporan mengenai kegiatan event dan berhubungan dengan kepariwisataan harus kita yang memberi izin. Untuk kepariwisataan pemerintah tentu tidak berkerja sendiri akan tetapi adanya dukungan masyarakat tentu menciptakan wisata yang bagus” (Wawancara, 24 juli 2018).

e. *Physical Evidence* (bukti fisik)

Pariwisata Kota Sawahlunto meskipun masih banyak sektor yang harus dibenahi tetapi sudah cukup terpenuhi untuk bidang sarana dan prasarana yang tersedia, bahkan pemerintah lewat DISPORA sudah mengajak biro agen untuk bekerja sama untuk mengenalkan sektor pariwisata kota sawahlunto. Efriyanto,S.sos.MM selaku Ketua Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto menjelaskan:

“sektor pariwisata Kota Sawahlunto sudah bisa bersaing dengan pariwisata kota lainnya, kita ada kerja sama dengan perusahaan untuk pembangunan infrastruktur bangunan lebih bagus lagi untuk kenyamanan pengunjung pariwisata” (Wawancara 17 juli 2018).

Untuk masalah transportasi, kita sebagai sebagai dinas pariwisata bisa mengatakan untuk objek wisata di kota sawahlunto sudah tergolong baik, mengingat hampir seluruhnya dapat di akses menggunakan motor, sedangkan untuk kendaraan besar seperti bus sudah bisa juga dilewati akan tetapi ada beberapa objek wisata yang tidak bisa dilewat oleh kendaraan besar. Sedangkan untuk transportasi umum disawahlunto sejauh ini belum menyediakan untuk objek wisata, seperti menurut Riza Angraini ST.M.Par sebagai Ketua Pemasaran dan admin Sosial media Dinas pariwisata dan Olahraga kota Sawahlunto :

“transportasi untuk mengjangkau objek di kota sawahlunto tidak begitu sulit. Kamu bisa menggunakan kendaraan roda 2 juga sudah bisa kemana-mana, disini jalanan sudah bagus dan beraspal ada wisata yang belum memiliki aspal di desa wisata danau biru, ya memang medannya cukup sulit dan berbatu bekas penambangan batu bara, untuk angkutan umum khusus wisata kita belum memiliki di kota sawahlunto sendiri” (Wawancara, 24 juli 2018).

f. *process* (proses)

Proses adalah nama Procedure actual, mekanisme dan aliran aktifitas yang di gunakan untuk menyampaikan suatu rancangan-rancangan program. Tujuan dari proses sendiri untuk melaksanakan upaya strategi pemasaran pariwisata. Dinas pariwisata dan olahraga kota sawahlunto memiliki Rencana strategi yang selanjutnya

disebut Renstra dalam proses upaya mencapai target, dalam Renstra tersebut terdiri dari bidang kepemudaan, olahraga dan yang pasti Pariwisata.

“kami mempunyai strategi-strategi yang sedang kami lakukan, kami memiliki Rencana Strategi yang sudah di buat pada tahun 2016-2021 merupakan rencana-rencana kami selaku dinas pariwisata untuk soal melakukan promosi pariwisata dan anggaran dana untuk menjadikan kota sawahlunto sebagai kota pariwisata tambang berbudaya ”

DISPORA kota sawahlunto memiliki Rencana Strategi 2016-2021 yang menjadi acuan dalam melaksanakan kerjanya, dalam Renstra 2016-2021 tersebut mengidentifikasi bahwa Pariwisata Kota Sawahlunto masih berfokus pada membangun dan mengembangkan, belum dijelaskan secara detail pada Renstra tersebut tentang kegiatan promosi yang akan dilakukan atau bagaimana melakukannya.

3. Bauran promosi/ *Promotion mix*

Promosi tentunya sangat diperlukan untuk meningkatkan penjualan produk, produk pariwisata yang cukup beragam di kota Sawahlunto mengharuskan adanya strategi dalam melakukan penjualan

1. Advertising

Iklan merupakan hal yang wajib dalam mengenalkan suatu produk dengan harapan konsumen tertarik untuk menggunakannya, kegiatan yang telah dilakukan DISPORA Kota Sawahlunto dalam melakukan iklan diantaranya menggunakan media seperti baliho dan spanduk, pamflet, hingga ke media elektronik seperti televisi berdasarkan wawancara bersama Riza Angraini ST.M.Par sebagai Ketua Pemasaran dan admin Sosial media Dinas pariwisata dan Olahraga kota Sawahlunto:

“iklan sendiri kami menggunakan baliho atau spanduk. pamflet dan leaflet, video trone hingga Koran dan majalah kami masukan ke hotel maupun rumah makan, terus juga ada di bandara international minang kabau dibagian Tourism Information Center itu ada juga kami pasang. Wisata kami juga Pernah masuk di televisi nasional di program acara on the spot tentang 7 wisata viral diindonesia ” (Wawancara, 24 juli 2018).



Gambar 3.2 Iklan Spanduk Dan VideoTrone

Sumber: Dok. Penulis

2. personal seling

Penjualan personal biasanya dilakukan secara bertatap muka langsung pejual menawarkan produknya kepada pembeli, DISPORA Kota Sawahlunto biasa melakukan hal tersebut jika ada acara perkumpulan-perkumpulan pertemuan dengan pengiat pariwisata di berbagai daerah lainnya seperti menurut Riza Anggraini ST.M.Par sebagai Ketua Pemasaran dan admin Sosial media Dinas pariwisata dan Olahraga kota Sawahlunto mengatakan :

“ saya kadang ditugaskan buat ikut pertemuan-pertemuan dengan pengiat pariwisata di berbagai daerah. Pertemuan tersebut saling bertukar pikiran

untuk kemajuan pariwisata atau bisa dikatakan sebagai sarana promosi kepada pengiat pariwisata di daerah lain” (Wawancara, 24 juli 2018).

3. sales promotion

Promosi penjualan merupakan salah satu cara untuk menarik minat wisatawan langsung, DISPORA kota sawahlunto biasanya melakukan promosi penjualan kepada biro-biro perjalanan atau travel agent yang hendak mengunjungi pariwisata kota sawahlunto. Riza Anggraini ST.M.Par sebagai Ketua Pemasaran dan admin Sosial media Dinas pariwisata dan Olahraga kota Sawahlunto menuturkan:

“Untuk promosi gitu biasanya kami kerjasama sama dengan PT.wahana wisata sawahlunto, untuk wisatawan mereka datang rame-rame menggunakan bus. pihak kami memberikan promo pemotongan harga, kebanyakan promo pemotongan harga biasanya untuk anak-anak sekolahan dasar dan sekolah menengah pertama yang pengen belajar sejarah kota Sawahlunto dan berwisata dikota Sawahlunto”. (Wawancara, 24 juli 2018).

4. public relations/humas

Bidang kehumasan merupakan salah satu yang memiliki peranan penting dalam mempromosikan pariwisata, humas juga ikut berperan dalam merencanakan event-event yang ada di kota sawahlunto seperti Sawahlunto international songket carnival, sawahlunto multicultural Festival dan Mekan Bajambah atau pameran-pameran lain dan biasanya humas dikirim untuk mengikuti pameran-pameran atau event, juga selain itu mengirimkan surat ke sekolah-sekolah atau desa-desa agar ikut serta kelangsungan dalam event dan Festival. Riza Anggraini ST.M.Par sebagai Ketua Pemasaran dan admin Sosial media Dinas pariwisata dan Olahraga kota Sawahlunto menuturkan:

“Untuk dibidang humas sendiri ya kalau ada acara mengenai pariwisata didaerah lain pasti hadir. Sekalian untuk mempromosikan event tahunan yang di selenggarakan dikota sawahlunto. tak lama lagi kegiatan Sawahlunto international songket carnival akan hadir tepatnya pada tanggal 26-28 oktober

2018 dan untuk Festival sawahlunto multicultur diselenggarakan pada 25-30 november 2018” (Wawancara, 24 juli 2018).



Gambar 3.3 Website Event Sisca di Sawahluntotourism

Sumber: Dok. Penulis

5. Internet Marketing (*Interactive Marketing*)

DISPORA Juga mempunyai Website Resmi dan juga menggunakan instagram Selain itu dinas pariwisata kota sawahlunto memiliki juga akun media sosial yang lain seperti

facebook dan twitter. Tujuan dari media sosial semua sama untuk mempromosikan dan publikasi ke masyarakat lokal maupun luar daerah kota sawahlunto. setiap DISPORA kota sawahlunto mengadakan suatu event yang ada di kota sawahlunto, dinas pariwisata mempublikasikan foto-foto event tersebut melalui media sosial dengan diberikan keterangan event apa yang diadakan , tanggal dan tahun berlangsungnya event tersebut. Selain mempublikasikan berupa foto event DISPORA juga mempublikasi kegiatan-kegiatan yang di lakukan DISPORA, aktifitas pertemuan dengan orang-orang pengerak dibidang pariwisata, Riza Anggraini ST.M.Par sebagai Ketua Pemasaran dan admin Sosial media Dinas pariwisata dan Olahraga kota Sawahlunto mengatakan:

“Ya kami juga memiliki website dan media sosial berupa Instagram, Twitter, Facebook. Selain Website kita juga mengupload Foto-foto event maupun kegiatan diluar yang masih bersangkutan dengan kegiatan pariwisata dan maupun pertemuan dengan orang-orang pengerak dalam bidang pariwisata dan kita sering juga repost foto dari @exploresawahlunto tentang foto-foto objek wisata dikota sawahlunto” (Wawancara, 24 juli 2018).

a. Website

Dinas Pariwisata memiliki website resmi yaitu Sawahluntotourism. Website ini berisi seputar atau kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto. Website Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto ini cukup aktif dalam memberikan Informasi mengenai acara event dan kegiatan Pariwisata Dikota Sawahlunto.



Gambar 3.4 Halaman Depan Website Sawahluntotourism

Sumber: Dok. Penulis

b. Instagram

Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto Juga memiliki media sosial Instagram. Instagram DISPORA Kota Sawahlunto untuk sekarang memiliki jumlah follower 3579 orang dan 720 postingan. Akun instagram ini sangat aktif selalu, hampir setiap harinya melakukan postingan, mengenai kegiatan-kegiatan pariwisata. Namun, jumlah komentar di instagram tidak serame yang dibayangkan, ada dalam 1 postingan memiliki 1 komentar dan ada juga yang tidak memiliki komentar di akun instagramnya.

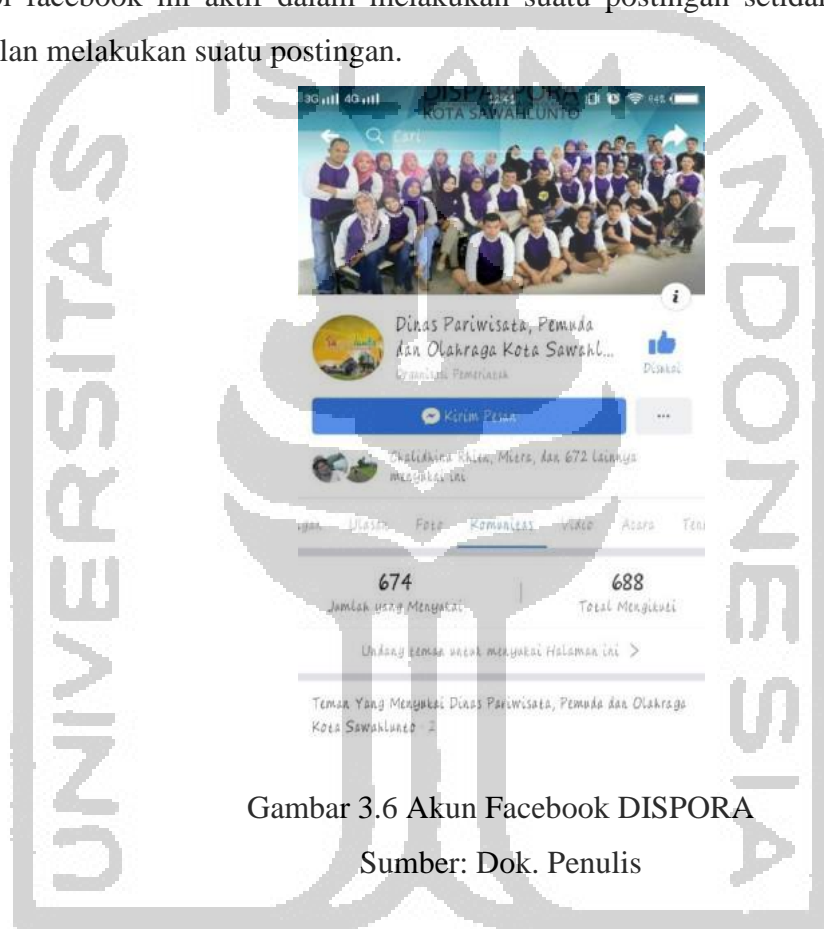
Gambar 3.5 Instagram Follower Dan Komentar Instagram DISPORA

Sumber: Dok. Penulis



c. *Facebook*

DISPORA Sawahlunto juga memiliki akun *facebook* yang memiliki pengikut 674 orang dimana akun facebook ini sama fungsi sebagai sarana informasi kegiatan pariwisata dikota sawahlunto akan tetapi untuk postingan yang dilakukan disini hampir sama dengan dilakukan di Instagram. Untuk komenter difacebook ini sangat sepi akan tetapi facebook ini aktif dalam melakukan suatu postingan setidaknya ada 1 dalam sebulan melakukan suatu postingan.



Gambar 3.6 Akun Facebook DISPORA

Sumber: Dok. Penulis

d. *Twitter*

Tak hanya website, instagram, facebook DISPORA Sawahlunto juga memiliki twitter yang memiliki jumlah 17 follower dan 11 like. bisa dikatakan twitter sebagai sarana media sosial baru bagi DISPORA Sawahlunto akan tetapi twitter ini juga sama sebagai sarana promosi pariwisata Kota Sawahlunto dan masih aktif.



Gambar 3.7 Twitter DISPORA Sawahlunto

Sumber: Dok. Penulis

4. Respon Pengunjung

1. Puncak Cemara

Sawahlunto memiliki berbagai macam wisata khususnya wisata puncak cemara menurut pengunjung mengenai puncak cemara dan dimana dia mengetahui lokasi puncak cemara. Seperti yang di ungkapkan oleh imam dari pekan baru dan hamzah dari kota bukittinggi sebagai berikut:

“saya mengetahui objek wisata ini melalui teman-teman yang sudah pernah kesini dan saya mengetahui objek wisata ini juga melihat foto-foto teman saya melalui media sosial instagram teman”(imam, wawancara 22 July 2018).

“Saya sudah lama mengetahui objek wisata puncak cemara pas lagi viralnya tempat ini di media sosial dan saya mengetahui melalui instagram teman yang sudah datang duluan kesini”(Hamzah, wawancara 22 July 2018).

Selain menikmati lokasi wisata pengunjung bisa menikmati pemandangan di kawasan puncak cemarrah, peneliti menanyakan sudah berapa kali datang untuk menikmati kawasan objek wisata puncak cemarrah. Seperti yang diungkapkan oleh Imam dan Hamzah berikut:

“Saya baru pertama kali kesini, untuk lokasinya gak terlalu sulit untuk dijangkau oleh orang luar seperti saya dan saya datang kesini menikmati

keindahan kota sawahlunto dari kawasan puncak cemara” (Imam, wawancara 22 July 2018).

“ saya udah 2 kali kesini, untuk lokasi tidak terlalu sulit bagi saya yang sudah 2 kali datang kesini dan saya datang kesini hanya bersama teman yang belum pernah kesini untuk menikmati kota sawahlunto sekaligus foto-foto ” (Hamzah, wawancara 22 July 2018).

Harga tiket masuk puncak cemara sebesar Rp 6000 dan harga parkir motor dan mobil Rp 3000. Respon pengunjung Puncak cemara tentang harga tiket masuk, peneliti menanyakan ke pengunjung harga tiket masuk puncak cemara murah. Seperti yang di ungkapkan oleh Imam dan Hamzah Berikut:

“Murah, Cuma Rp 6000 dan sudah menikmati keindahan kota sawahlunto dan tempat juga bersih, bagi saya yang datang jauh-jauh dari kota Pekanbaru merupakan harga gak meuras kantong” (Imam, wawancara 22 July 2018).

“Murah banget, dengan harga di totalin hanya mengeluarkan Rp 10000 dengan biaya parkir juga dan kawasan juga bersih dan nyaman untuk melakukan aktivitas menggabadikan foto ” (Hamzah, wawancara 22 July 2018).

Tempat sarana dan prasarana objek wisata yang ada dikawasan objek wisata puncak cemara menurut Imam dan hamzah yang menuturkan sebagai berikut:

“Ya untuk Sarana dan Prasarana sudah memadai tapi tetap dikelola dengan baik supaya orang yang datang kesini tidak ada merasa kecewa pada tempat ini” (Imam, wawancara 22 July 2018).

“Sarana Uдах bagus lokasi tempat duduk untuk menikmati keindahan juga cukup banyak” (Hamzah, wawancara 22 July 2018).

Untuk pengelola khususnya dinas pariwisata kota sawahlunto apa yang harus di benahi dan apa masukan yang harus dilakukan dinas pariwisata kota sawahlunto. menurut imam dan Hamzah yang disampaikan sebagai berikut:

“pertahanin aja dan dijaga aja kawasan objek wisatanya supaya terlihat bagus rapih dan nyaman dan untuk kawasan puncak cemara kasih wahana baru atau tempat-tempat spot foto yang lebih menarik dari sekarang” (Imam, wawancara 22 july 2018).

“dibagusin lagi bagi saya yang menikmati dan untuk tempat duduknya dibikin menarik dan untuk kebersihan selalu dijaga” (Hamzah,wawancara 22 july 2018).



Gambar 3.8 Wawancara Imam dan Hamzah

Sumber: Dok. Penulis

2. Museum godang ransum

Sawahlunto memiliki museum dan sejarah yang sangat memiliki cerita tentang berdirinya kota sawahlunto. Untuk mengetahui museum godang ransum dan lokasi museum godang ransum penulis menanyakan kepada pengunjung yaitu Uda Deril. Seperti yang diungkapkan Uda Deril dari tanah datar Sumatera Barat sebagai pengunjung wisatawan museum godang ransum mengatakan sebagai berikut:

“saya mengetahui lokasi ini melalui media sosial dan teman-teman yang sudah pernah ke kota sawahlunto, untuk kali ini saya mengajak anak-anak untuk liburan ke kota sawahlunto” (Uda Deril, wawancara 29 July 2018).

Selain menikmati lokasi wisata pengunjung bisa menikmati sejarah berdirinya kota sawahlunto. Penulis menanyakan sudah berapa kali datang untuk menikmati kawasan objek museum godang ransum. Uda Deril mengatakan sebagai berikut:

“Saya baru untuk pertama kali, akan tetapi saya bertujuan yang pertama untuk datang ke sawahlunto, awalnya saya hanya untuk menikmati kawasan alam di kota sawahlunto. tetapi berhubungan sama keluarga sekalian saja mengajak anak-anak untuk belajar sejarah kota sawahlunto” (Uda Deril, Wawancara 29 July 2018).

Harga tiket masuk museum godang ransum sebesar Rp 4000 untuk orang dewasa dan Rp 2000 untuk anak-anak. Respon pengunjung museum godang ransum tentang harga tiket masuk. Seperti yang diungkapkan oleh Uda Deril berikut:

“Sangat murah banget, menurut saya ini paling murah untuk menikmati objek wisata khususnya museum tak hanya mendapat ilmu sejarah bagi anak-anak dan termasuk saya, tempat dan kawasannya juga bersih nyaman dan koleksi-koleksi museum juga masih terawat” (Uda Deril, Wawancara 29 July 2018).

Tempat sarana dan prasarana objek wisata museum godang ransum yang ada di kawasan menurut pengunjung seperti yang diungkapkan oleh Uda Deril berikut:

“sarana tempat museum godang Ransum sudah memadai dimana saya sebagai orang awam terhadap sejarah bisa mengetahui apa saja yang ada di museum dan ada juga penjelasan mengenai koleksi-koleksi yang ada di

museum godang ransum dan tempat koleksi tertata rapi” (Uda Deril, Wawancara 29 July 2018).

Untuk pengelola khususnya dinas pariwisata kota sawahlunto apa yang harus di benahi dan apa masukan yang harus dilakukan dinas pariwisata kota sawahlunto. menurut Uda Deril menyampaikan sebagai berikut:

“selalu dijaga dan dirawat museumnya supaya kelak anak cucu kita bisa juga mengetahui peninggalan sejarah khususnya kota sawahlunto. sebab museum ini merupakan ikon kota sawahlunto” (Uda Deril, Wawancara 29 July 2018).



Gambar 3.9 Wawancara Uda Deril Museum Gudang Ransum

Sumber: Dok. Penulis