

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kota Sawahlunto merupakan obyek wisata yang kaya dengan nuansa sejarah perjuangan Bangsa Indonesia. Hal inilah yang menjadukannya sangat berbeda dengan obyek wisata lain yang hanya menyuguhkan hiburan semata.

Berbagai keunggulan yang dimiliki Kota Sawahlunto perlu dijaga dan dilestarikan. Agar keberadaannya senantiasa dapat dinikmati oleh generasi penerus di masa yang akan datang. Berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan jumlah wisatawan ke Kota Sawahlunto. Karena semenjak tak lagi menjadi kota tambang, devisa utama Kota Sawahlunto bergantung pada aset pariwisata yang dimilikinya.

Saat ini, kota Sawahlunto terus mengembangkan diri dengan membuka sebuah obyek wisata baru yang spektakuler, obyek wisata ini diberi nama Sawahlunto Dream Land, berbagai fasilitas menuju Kota Sawahlunto terus ditingkatkan, seperti jalan raya, fasilitas kebersihan kota dan lain sebagainya. Tujuannya tak lain adalah untuk lebih memajukan pariwisata Sawahlunto.

Semua program diatas tidak akan dapat mencapai tujuannya tanpa adanya sebuah promosi yang baik. Oleh karena itu perlu diciptakan sebuah sarana berpromosi yang baru dan sesuai dengan perkembangan zaman. Karena bagaimanapun promosi menjadi penentu utama bila ingin menjual sesuatu produk barang atau jasa kepada publik.

Melalui perancangan Motion Graphic Sebagai Media Promosi Obyek Wisata Tambang Sawahlunto, diharapkan mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Sawahlunto, dan Sawahlunto pun semakin di kenal sebagai obyek wisata yang bernuansa pendidikan.

B. Saran

Untuk memanfaatkan potensi wisata yang ada di Sawahlunto dan memperkenalkannya di luar kawasan tersebut, maka semua lapisan masyarakat yang ada di Sawahlunto, harus berperan aktif dalam upaya mendukung program promosi Obyek Wisata Tambang Sawahlunto. Karena bagaimanapun, tanpa dukungan dari masyarakat kota Sawahlunto, kegiatan promosi yang telah dilaksanakan tidak akan mencapai hasil yang maksimal.

Berbagai kegiatan sosialisipun harus dilaksanakan secara aktif oleh pihak-pihak terkait, seperti Dinas Pariwisata, pemuka-pemuka masyarakat, agar tercipta sebuah kesadaran untuk menjaga, melestarikan dan terus mengembangkan asset wisata yang dimiliki. Dengan begitu pengunjungpun akan merasa sangat senang berada di Sawahlunto.

DAFTAR PUSTAKA

Agus S Madjadikara, *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005

Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto, *Visit Sawahlunto*, 2005

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 1997

Frank Jefkins, *Periklanan*, Erlangga, Jakarta, 1996

Jon Krasner, *Motion Graphic Design, Applied History and Aesthetic*, Focal Press

M. Suyanto, Aryanto Yuniawan, *Merancang Film Kartun Kelas Dunia*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2006

