

**OPTIMALISASI POTENSI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN KOTA  
SAWAHLUNTO DALAM MENGEMBANGKAN CITY BRANDING  
SAWAHLUNTO SEBAGAI OCMHS**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Andalas

**Disusun oleh:**



**PANCAR EGIDIUS**

**1810862012**

*[Signature]*  
Acc Ujian Skripsi  
Pemb 1  
25 Januari 2024

*[Signature]* Acc Semhas  
19/12-2023  
Pbb 2 .

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2024**

**OPTIMALISASI POTENSI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN KOTA  
SAWAHLUNTO DALAM MENGEMBANGKAN CITY BRANDING SAWAHLUNTO  
SEBAGAI OCMHS**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas

**Disusun oleh:**

**PANCAR EGIDIUS**

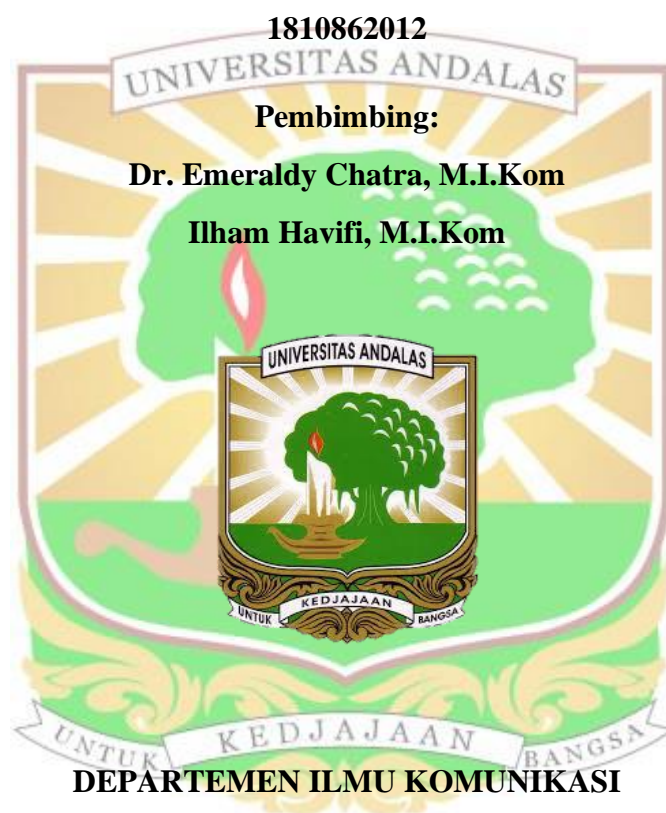
**1810862012**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**Pembimbing:**

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**

**Ilham Havifi, M.I.Kom**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2024**

**ABSTRAK**

**OPTIMALISASI POTENSI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN KOTA  
SAWAHLUNTO DALAM MENGEMBANGKAN *CITY BRANDING* SAWAHLUNTO  
SEBAGAI OCMHS**

**Oleh:**

**Pancar Egidius**

**1810862012**

**Pembimbing:**

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**

**Ilham Havifi, M.I.Kom**

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya pemberian penghargaan kota warisan dunia kepada Kota Sawahlunto pada bulan Juli 2019. Pemberian penghargaan tersebut menjadi peluang bagi Kota Sawahlunto untuk meningkatkan pariwisatanya melalui *brand Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto* (OCMHS). Hadirnya OCMHS sebagai merek Kota Sawahlunto sejauh ini masih belum memiliki dampak berarti bagi pariwisata Sawahlunto. *Brand* internasional yang diperoleh oleh Kota Sawahlunto masih belum disadari oleh kebanyakan masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui optimalisasi potensi komunikasi Dinas Kebudayaan Kota Sawahlunto dalam mengembangkan *city branding* Sawahlunto sebagai OCMHS. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan di dalam penelitian ini adalah teori bauran promosi yang merupakan turunan dari *Integrated Marketing Communication* (IMC). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dinas Kebudayaan masih belum memanfaatkan potensi komunikasi yang ada dengan optimal. Hal itu terlihat dari penggunaan anggaran yang hanya untuk kegiatan yang berhubungan dengan anak sekolah, sumber daya manusia yang kurang kompeten dalam upaya promosi serta medium promosi yang cukup terbatas. Selain itu, Dinas Kebudayaan, Peninggalan Bersejarah dan Permuseuman Kota Sawahlunto hanya melaksanakan empat dari enam komponen yang ada di dalam bauran promosi yaitu iklan, promosi penjualan, penjualan personal dan penjualan langsung.

**Kata Kunci : OCMHS, Promosi, Sawahlunto, Dinas Kebudayaan Peninggalan Bersejarah dan Permuseuman**

## ABSTRACT

### OPTIMIZATION OF COMMUNICATION POTENTIAL OF THE DEPARTMENT OF CULTURE OF SAWAHLUNTO CITY IN DEVELOPING SAWAHLUNTO'S CITY BRANDING AS OCMHS

By:

**Pancar Egidius**

**1810862012**

Advisor:

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**

**Ilham Havifi, M.I.Kom**

*This research is motivated by the awarding of the World Heritage City accolade to Sawahlunto City in July 2019. The award presented an opportunity for Sawahlunto City to enhance its tourism through the brand "Ombilin Coal Mining Heritage of Sawahlunto" (OCMHS). However, the presence of OCMHS as Sawahlunto City's brand has not significantly impacted its tourism thus far. The international recognition obtained by Sawahlunto City is still not widely acknowledged by the majority of the population. This study aims to investigate the optimization of the communication potential of the Department of Culture of Sawahlunto City in developing Sawahlunto as a UNESCO World Heritage city brand. The research employs a qualitative research method with a case study approach. The theoretical framework used in this study is the promotion mix theory, which is derived from Integrated Marketing Communication (IMC). The results of this research indicate that the Department of Culture has not fully utilized the existing communication potential. This is evident in the budget allocation, which is mainly focused on school-related activities, the lack of competence among human resources in promotional efforts, and the limited promotional mediums. Additionally, the Department of Culture, Historical Heritage, and Museums of Sawahlunto City only implement four out of six components in the promotion mix, namely advertising, sales promotion, personal selling, and direct selling.*

**Keywords:** *OCMHS, Promotion, Sawahlunto Department of Culture Historical Heritage and Museums.*