

Jurnal Spasial
Nomor 2, Volume 4, 2017

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM EKOWISATA AIR TERJUN DI SUMATERA BARAT
(SEBUAH TINJAUAN TEORITIS)**

Penulis : Muhammad Aliman

Sumber : Nomor 2, Volume 4, 2017

Diterbitkan Oleh : Program Studi Pendidikan Geografi, STKIP PGRI Sumatera Barat

Untuk Mengutip Artikel ini :

Aliman, Muhammad. 2017. **Pemanfaatan Media Sosial dalam Ekowisata Air Terjun di Sumatera Barat (Sebuah Tinjauan Teoritis)**. Jurnal Spasial, Volume 4, Nomor 2, 2017: 46-55. Padang. Program Studi Pendidikan Geografi STKIP PGRI Sumatera Barat.

Copyright © 2017, Jurnal Spasial
ISSN: 2540-8933 EISSN: 2541-4380

Program Studi Pendidikan Geografi
STKIP PGRI Sumatera Barat



Pemanfaatan Media Sosial dalam Ekowisata Air Terjun di Sumatera Barat (Sebuah Tinjauan Teoritis)

Muhammad Aliman ¹,

¹ SMAN 15 Padang, Mahasiswa S3 Pendidikan Geografi Universitas Negeri Malang. muhammad.aliman.1607219@students.um.ac.id

ARTIKEL INFO

Keyword:
Social Media,
Ecotourism,
Waterfalls

ABSTRACT

West Sumatra is a province that is around active volcanoes and has high rainfall. This condition forms a waterfall of 181 points or even more. In today's modern era, the functions and roles of social media such as Facebook, Instagram, Line, WhatsApp, Twitter, and others are very important in providing information about unexplored waterfall ecotourism destinations. This article aims to describe the utilization of social media in disseminating waterfall attractions in West Sumatra. Writing is done based on observations and literature review from various secondary sources. The results of the analysis found several obstacles from the location of ecotourism waterfalls, among others, the absence of supporting tourist attractions, locations that are still difficult to follow, the management is still simple by the surrounding community and lack of security and comfort when tourists visit. This is a challenge for stakeholders in West Sumatra in this case the tourism office, city and district. It takes cooperation between academia, investors, and the community in planning and developing one of the alternative destinations in West Sumatra, namely waterfall ecotourism.

Sumatera Barat merupakan provinsi yang berada di sekitar gunung api aktif dan memiliki curah hujan yang tinggi. Kondisi ini membentuk air terjun berjumlah 181 titik bahkan lebih. Di era modern saat ini, fungsi dan peran media sosial seperti Facebook, Instagram, Line, Whatsapp, Twitter, dan lainnya sangat penting dalam memberikan informasi tentang destinasi ekowisata air terjun yang belum dieksplorasi. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan media sosial dalam menyebarluaskan objek wisata air terjun di Sumatera Barat. Penulisan dilakukan berdasarkan hasil observasi dan kajian literatur dari berbagai sumber sekunder. Hasil analisis menemukan beberapa kendala dari lokasi ekowisata air terjun antara lain, belum adanya atraksi wisata pendukung, lokasi yang masih sulit ditempuh, pengelolaan yang masih sederhana oleh masyarakat sekitar serta kurangnya rasa aman dan nyaman wisatawan saat berkunjung. Hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi stakeholder yang ada di Sumatera Barat dalam hal ini dinas pariwisata, kota dan kabupaten. Dibutuhkan kerjasama antara akademisi, investor, dan masyarakat dalam merencanakan serta mengembangkan salah satu destinasi alternatif di Sumatera Barat, yaitu ekowisata air terjun.

©2017 Jurnal Spasial All rights reserved.

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Indonesia telah menyebar hampir di seluruh wilayah Indonesia, termasuk daerah Sumatera Barat yang merupakan salah satu daerah tujuan wisata utama di Indonesia. Selama ini, di Indonesia hanya dikenal daerah-daerah tertentu

saja yang menjadi destinasi wisata, di antaranya Bali, Yogyakarta, Nias, Toba dan lain-lain. Namun, Sumatera Barat masih belum berada pada posisi sejajar dengan beberapa daerah tersebut.

Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang berada di kawasan Indonesia bagian barat. Secara

geografis Sumatera Barat yang beribukota Padang, merupakan salah satu kota di pesisir barat Pulau Sumatera yang langsung berhadapan dengan Samudera Hindia. Posisi geografis seperti itu dibuktikan dengan diselenggarakannya kegiatan IORA (*Indian Ocean Rim Association*) di Kota Padang dengan sukses. Posisi strategis inilah yang dijadikan peluang bagi Kota Padang untuk memperkenalkan wilayahnya ke berbagai negara di kawasan Samudera Hindia.

Selain itu, secara astronomis Sumatera Barat berada di 0°54' LU dan 3°30' LS serta 98°36' BT dan 101°53' BT. Posisi astronomis tersebut menyebabkan Sumatera Barat dilewati oleh garis khatulistiwa atau garis lintang 0°. Posisi seperti ini bisa menjadi pembeda dibanding provinsi lain di Indonesia. Hal yang tidak kalah penting adalah Sumatera Barat dilalui oleh jalur pegunungan aktif atau yang sering diistilahkan dengan Sirkum Mediterania. Jalur pegunungan aktif dunia yang melewati Pulau Sumatera, khususnya Sumatera Barat ini menyebabkan terbentuknya jalur Perbukitan Barisan yang di antara bukit-bukit tersebut terdapat gunung api aktif seperti Gunung Talamau, Gunung Singgalang, Gunung Marapi, Gunung Tandikek, Gunung Talang dan Gunung Kerinci yang berada di perbatasan Provinsi Jambi. Secara morfologi, bentuk lahan seperti ini menghasilkan permukaan bumi yang memiliki kemiringan/ lereng beragam mulai dari datar sampai kepada kemiringan lereng curam terdapat di Sumatera Barat.

Topografi Sumatera Barat yang beragam serta kondisi daerah yang berada di daerah tropis menyebabkan Sumatera Barat memiliki curah hujan yang tinggi. Jumlah curah hujan tertinggi mencapai 4.000 mm/tahun, terutama di wilayah pantai barat. Dari kondisi itulah, maka di Sumatera Barat terdapat banyak air terjun. Air terjun bagi ahli geografi merupakan sebuah entitas sumber daya yang khas, mengandung resiko, terdapat kendala dan mengandung kesenangan (Berque, 2000). Secara geomorfologi, air terjun mengandung unsur ilmu pengetahuan, ekologi, budaya dan mengandung alasan ekonomi bagi masyarakat sebagai potensi properti (Panizza & Piacente, 2002; Reynard & Panizza 2005).

Air terjun yang terdapat di Sumatera Barat merupakan sebuah potensi pariwisata yang besar. Pariwisata alam ini merupakan pariwisata yang bisa dikembangkan ke arah yang lebih baik agar pariwisata air terjun ini dikenal oleh wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Berdasarkan data sekunder yang dikumpulkan dari berbagai website dinas pariwisata kota dan kabupaten se Sumatera Barat, terdapat 29

buah air terjun. Dari jumlah tersebut, tidak semuanya terkenal dan disinggahi oleh banyak wisatawan. Selain itu, masih banyak air terjun yang belum terdata secara resmi oleh pihak dinas pariwisata kota dan kabupaten di Sumatera Barat.

Banyaknya lokasi air terjun yang belum diketahui disebabkan oleh kurangnya informasi tambahan di media elektronik, seperti media cetak (Koran, Majalah, Tabloid) serta media audio visual (website dinas pariwisata, televisi, radio) dan media sosial (*Facebook, Instagram, Path, Twitter* dll). Peran serta media sosial beberapa tahun belakang, memiliki peran besar dalam memberikan informasi yang lebih cepat. Para pengguna media sosial memiliki komunitas sendiri dalam menyampaikan informasi tentang lokasi objek wisata yang telah dikunjunginya dan akan menginformasikannya kepada akun atau alamat media sosial yang dimilikinya kepada sesama teman yang berada pada komunitas tersebut. Peran media sosial dalam menginformasikan objek wisata air terjun mengandung nilai etika dan estetika lingkungan dan menjadi perhatian secara moral penikmatnya (Afeissa, 2010; Baird Callicott, 2010; Larrere & Larrere, 1997; Maris, 2006)

Pemanfaatan media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media informasi bagi masyarakat luas untuk mempromosikan lokasi ekowisata air terjun yang baru atau lokasi yang sudah mereka kunjungi. Sebaliknya, media sosial ini tidak bernilai guna jika tidak digunakan oleh pemerintah kota dan kabupaten. Bahkan saat ini, belum ada satupun media sosial yang khusus mengatasmakan lokasi air terjun di Sumatera Barat. Lokasi air terjun hanya menjadi postingan/repost dari pengunjung ke *instagram* atau *facebook*. Tentunya, hal ini tidak berpengaruh besar kepada jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara yang pada akhirnya berpengaruh terhadap pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat sekitar lokasi. (Hudson, 1998).

Potensi ekowisata air terjun akan berkembang apabila ada campur tangan dari pemerintah provinsi, terutama pemerintah kota dan kabupaten. Dari kunjungan wisatawan yang datang, pemerintah bisa memperoleh pendapatan serta masyarakat yang terlibat langsung juga memperoleh tambahan penghasilan. Hal ini tidak akan tercapai jika tidak didukung oleh sarana dan prasarana pariwisata seperti akomodasi, transportasi, fasilitas rekreasi dan hiburan, komunikasi, dan atraksi wisata. Sarana dan prasarana penunjang diperlukan untuk mempermudah akomodasi wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Perkembangan pariwisata di Sumatera Barat cukup pesat, hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat di tempat-tempat tujuan wisata. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat, menurut Kepala Dinas Pariwisata Sumbar, Oni Yulfian mengatakan per Desember 2017 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Sumbar melalui Bandara Internasional Minangkabau dan Pelabuhan Teluk Bayur naik 63,98% atau sebanyak 8.586 orang dibandingkan pada Desember 2016 sebanyak 5.225 orang (kabar24.bisnis.com, n.d.)

Pengembangan berbagai jenis atraksi wisata di Sumatera Barat di antaranya adalah pariwisata air terjun. Jenis wisata Air terjun biasanya belum banyak diselenggarakan oleh agen-agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usahanya dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah air terjun, taman hutan lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang. Hanya beberapa lokasi air terjun yang sudah dikelola oleh masyarakat sekitar dan melibatkan uluran tangan dari pemerintah kota dan kabupaten.

Ekowisata air terjun erat kaitannya dengan daerah pedesaan (*Nagari*) karena sebagian besar wisata alam dikembangkan di daerah pedesaan. Untuk mengembangkan jenis wisata alam, yang harus diperhatikan adalah tetap terjaga dan terpelihara kelestarian lingkungan sehingga tetap terlihat alami. Namun, proses pengembangan destinasi wisata diperlukan berbagai akomodasi penunjang. Akomodasi yang dimaksud dapat berupa sarana pendukung, atraksi wisata, restoran atau tempat makan, penginapan/hotel (Hudson, 1998). Adanya sarana akomodasi ini tentunya tidak merubah kondisi alami dari lokasi air terjun, untuk

PEMBAHASAN

Ekowisata

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari satu tempat ke tempat lain yang mempunyai objek dan daya tarik wisata untuk dapat dinikmati sebagai suatu rekreasi atau hiburan mendapatkan kepuasan lahir dan bathin (Demartoto, 2008). Ekowisata merupakan salah satu bentuk kegiatan wisata khusus. Bentuknya yang khusus itu menjadikan ekowisata sering diposisikan sebagai lawan dari wisata massal atau wisata konvensional. Berbeda dengan wisata konvensional, ekowisata

itu diperlukan perencanaan lansekap yang baik pada lokasi tersebut.

Pengembangan potensi ekowisata air terjun di Sumatera Barat memerlukan keseriusan dari pemerintah, terutama Dinas Pariwisata Provinsi, Pemerintah Kota dan Kabupaten, melibatkan pihak ketiga (Investor) serta masyarakat sekitar objek ekowisata tersebut. Keterlibatan keempat unsur ini diperlukan untuk mendorong bertambahnya jumlah kunjungan ke Sumatera Barat baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Selain itu, diperlukan peran media sosial dalam memberikan informasi secara cepat tentang lokasi ekowisata air terjun yang baru ditemukan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, tulisan ini bertujuan untuk membuat sebuah konsep pemikiran baru dalam perencanaan ekowisata air terjun di Sumatera Barat dengan melibatkan peran serta media sosial dalam mempercepat promosi ekowisata air terjun. Selain itu dukungan dari masyarakat dan pelaku wisata dalam mempromosikannya.

METODOLOGI

Penulisan ini menggunakan metode deskriptif yang berusaha memberikan penjelasan secara menyeluruh potensi pemanfaatan media sosial dalam menginformasikan destinasi ekowisata air terjun di Sumatera Barat. Sumber data diperoleh dari berbagai literatur seperti buku, jurnal, sumber internet dan observasi terhadap penggunaan media sosial. Hasil kajian literatur tersebut dianalisis dan diuraikan berdasarkan tujuan penulisan. Pembahasan penulisan ini akan menguraikan berbagai komponen yang diperlukan dalam perencanaan dan pengembangan ekowisata air terjun di Sumatera Barat.

merupakan kegiatan wisata yang menaruh perhatian besar terhadap kelestarian sumberdaya pariwisata.

Masyarakat ekowisata internasional mengartikan sebagai perjalanan wisata alam yang bertanggung jawab dengan cara mengonservasi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (TIES, 2000 dalam Damanik). Dari definisi ini ekowisata dapat dilihat dari tiga perspektif, yakni: pertama, ekowisata sebagai produk, kedua: ekowisata sebagai pasar, ketiga: ekowisata sebagai pendekatan pengembangan. Sebagai produk, ekowisata merupakan semua atraksi yang berbasis pada sumber daya alam. Sebagai pasar, ekowisata merupakan perjalanan yang diarahkan pada upaya-upaya pelestarian lingkungan. Akhirnya sebagai pendekatan

pengembangan, ekowisata merupakan metode pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya pariwisata secara ramah lingkungan. Kegiatan wisata yang bertanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat lokal dan pelestarian lingkungan sangat ditekankan dan merupakan ciri khas ekowisata.

Deklarasi Quebec secara spesifik menyebutkan bahwa ekowisata merupakan suatu bentuk wisata yang mengadopsi prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan yang membedakannya dengan bentuk wisata lain. Dengan kata lain, ekowisata adalah bentuk industri pariwisata berbasis lingkungan yang memberikan dampak kecil bagi kerusakan alam dan budaya lokal sekaligus menciptakan peluang kerja dan pendapatan, serta membantu kegiatan konservasi alam itu sendiri (Ron Mader, 2012)

Salah satu bentuk dari pariwisata alternatif adalah ekowisata, menurut Silver (1997:105) ekowisata memiliki karakteristik, yakni (1) wisatawan menginginkan pengalaman yang asli dan mendalam; (2) menganggap pengalaman itu layak dijalani baik secara pribadi maupun secara sosial; (3) kurang menyukai rombongan yang besar dengan rencana perjalanan yang ketat; (4) mencari tantangan fisik mental; (5) berinteraksi dengan budaya dan penduduk setempat; (6) mudah menyesuaikan diri; (7) lebih menyukai tempat penginapan yang asli di desa; (8) ingin ikut terlibat dan tidak bersifat pasif, (9) toleransi terhadap ketidaknyamanan; (10) lebih suka membayar untuk petualangan dari pada kenyamanan.

Dari karakteristik diatas, ekowisata air terjun di Sumatera Barat layak untuk dijadikan salah satu tumpuan utama pariwisata di Sumatera Barat. Masih banyak air terjun di Sumatera Barat yang belum diketahui oleh masyarakat luas. Terkadang di media sosial, justru masyarakat bisa mengetahui dengan cepat bahwa ditemukan air terjun baru yang sengaja dicari oleh berbagai komunitas pecinta alam, baik dari kalangan mahasiswa, masyarakat umum maupun masyarakat sekitar.

Air Terjun

Dari sudut pandang geomorfologi, Sumatera Barat merupakan daerah yang memiliki topografi beragam. Sumatera Barat berada di kawasan bukit barisan yang merupakan perbukitan hasil lipatan dari pertemuan lempeng Indo-Australia dan Eurasia. Selain itu, diantara perbukitan barisan yang ada di Sumatera Barat juga terdapat rangkaian pegunungan aktif, diantaranya Gunung Talamau, Gunung Singgalang, Gunung Marapi, Gunung Tandikek, Gunung Talang serta

Gunung Kerinci. Bentuk alam yang seperti inilah menghasilkan berbagai macam bentuk air terjun.

Air terjun merupakan ciri khusus pola sungai peringkat muda. Menurut kejadiannya, ada 2 jenis yaitu: pertama, sungai terjun biasa (normal), karena sungai tersebut belum mencapai profil keseimbangan, kedua: karena adanya gangguan yang tiba-tiba pada saluran air (sungai) tersebut. Air terjun jenis pertama, dapat disebabkan oleh perbedaan struktur dan kekerasan batuan. Pada daerah dengan struktur batuan yang lemah akan terkikis lebih dalam dari bagian sungai yang lain. Hal ini mengakibatkan terjadinya air terjun pada struktur yang lemah. Kemudian air terjun jenis kedua terjadinya oleh adanya gangguan pada aliran sungai yang disebabkan oleh beberapa faktor:

- a. Adanya perendahan dasar arus yang dapat disebabkan oleh: 1) pengikisan ke bawah (erosi vertikal), 2) penggalan sungai yang berbeda ketinggian, 3) glasiasi yang dapat membuat lembah lebih dalam menyebabkan sungai yang melewati menjadi terjun, 4) pengikisan oleh ombak, menyebabkan terbentuknya pantai yang terjal (pantai *cliff*), dan 5) adanya patahan pada daerah aliran sungai.
- b. Adanya gangguan sementara pada aliran oleh pembendungan seperti: 1) runtuhnya tebing sungai, 2) lava daun, 3) bendungan oleh endapan *moraine* (endapan gletser), 4) kekuatan glasiasi menyebabkan posisi sungai berubah, 5) adanya pengangkatan dan 6) kombinasi gangguan lain. (Suharini, 2014:183)

Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *Facebook, Instagram, Path, Blogspot, WA, LINE, Myspace, dan Twitter*. Jika media tradisional

menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet.

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi, *caption* dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Pengguna media sosial biasanya akan mengunggah (*Upload*) gambar atau foto ketika ia berada di salah satu objek wisata serta memberikan deskripsi situasi dan kondisi objek tersebut. Sebagai pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model konten lainnya.

Media sosial mempunyai ciri-ciri, yaitu sebagai berikut:

- a. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
- b. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*
- c. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya

- d. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

Dalam memperkenalkan ekowisata air terjun ini, dibutuhkan media perantara, antara wisatawan yang menemukan pertama kali, dengan wisatawan yang akan berkunjung selanjutnya. Peran wisatawan yang menemukan serta pengunjung selanjutnya sangatlah penting dalam mempromosikan atau memberitahu lokasi kunjungan ekowisata baru. Melalui media sosial seperti *Facebook, Instagram, Path, Whatsapp, WA, Line* dsb. Wisatawan dapat mengunggah (*upload*) foto atau gambar lokasi ekowisata tersebut. Kemudian, wisatawan mendeskripsikan ekowisata air terjun tentang proses persiapan keberangkatan, proses perjalanan menuju ke lokasi, spot-spot mana saja yang terbaik serta proses kepulangan dari lokasi tersebut. Informasi tersebut dibutuhkan oleh wisatawan yang akan berkunjung pada objek tersebut. Berdasarkan observasi terhadap berbagai media tersebut, Instagram mendominasi penyebaran informasi wisata air terjun, selanjutnya facebook dan twitter. Berikut ini merupakan informasi wisata air terjun yang dihimpun dari *instagram*.

Tabel 1: Postingan Air Terjun di Instagram

No	Alamat Instagram	Jumlah Postingan Air Terjun	Jumlah Lokasi Air Terjun
1	Exploreminang	763	148
2	Exploresumbar	260	20
3	Minangedunia	140	13
	Jumlah	1163	181

Sumber: Analisis Konten Instagram, (Update 02-05-2018)

Hasil postingan pengunjung wisata air terjun beberapa alamat instagram bahkan melebihi jumlah pada tabel 1 namun lokasi yang diposting merupakan lokasi yang sama dengan postingan lainnya. Dari ke tiga alamat instagram tersebut kemudian dianalisis untuk mencari lokasi air terjun yang berbeda, sehingga didapatlah jumlah total air terjun di Sumatera Barat yang diposting melalui instagram sebanyak 181 lokasi. Jumlah air terjun ini merupakan air terjun yang terekspos oleh pengunjung menggunakan media sosial (Instagram). Namun perhitungan tersebut hanya terbatas pada satu jenis media sosial dan waktu penghitungannya.

Deskripsi ekowisata air terjun juga ditambah dengan hal-hal yang penting seperti keamanan (*safety*) ketika diperjalanan, lokasi serta waktu teraman untuk mengadakan kunjungan. Banyak lokasi air terjun berada di lokasi yang memiliki kemiringan terjal dan

curam, sehingga akan memiliki risiko jika dilakukan pada saat musim hujan. Bebatuan dan tanah menjadi licin karena basah oleh hujan, serta kondisi perjalanan yang belum lancar akan menjadi hambatan tersendiri bagi wisatawan. Informasi keamanan seperti ini, sangat dibutuhkan oleh wisatawan guna mengurangi risiko yang lebih besar.

Berikut ini merupakan salah satu contoh media sosial yang digunakan dalam menginformasikan objek ekowisata air terjun kepada masyarakat luas:



Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa media sosial memiliki peranan dalam memberikan informasi yang menarik kepada masyarakat umum untuk mengunjungi objek ekowisata air terjun. Gambar sebelah kiri diambil dari media sosial “Instagram” yang mengambil salah satu objek ekowisata air terjun Sarasah Gowa di Kab. Limapuluh Kota. Sedangkan, gambar sebelah kanan merupakan media sosial “Twitter” yang menggambarkan objek ekowisata air terjun Langkuik Tinggi di Nagari Malalak Kab. Padang Pariaman.

Perencanaan ekowisata air terjun berbasis media sosial

a. Pendekatan Pengelolaan Ekowisata

Ekowisata merupakan bentuk wisata yang dikelola dengan pendekatan konservasi. Apabila ekowisata pengelolaan alam dan budaya masyarakat yang menjamin kelestarian dan kesejahteraan, sementara konservasi merupakan upaya menjaga kelangsungan pemanfaatan sumberdaya alam untuk waktu kini dan masa mendatang. Area alami suatu ekosistem sungai, danau, rawa, gambut, di daerah hulu atau muara sungai dapat pula dipergunakan untuk ekowisata. Pendekatan yang harus dilaksanakan adalah tetap menjaga area air terjun tersebut tetap lestari sebagai areal alamiah.

Pendekatan lain bahwa ekowisata harus dapat menjamin kelestarian lingkungan. Di dalam pemanfaatan areal alam untuk ekowisata mempergunakan pendekatan pelestarian dan pemanfaatan. Kedua pendekatan ini dilaksanakan dengan menitikberatkan pelestarian dibanding pemanfaatan. Hendaknya pendekatan seperti ini tidak diputarbalikan.

Kemudian pendekatan lainnya adalah pendekatan pada keberpihakan kepada masyarakat setempat agar mampu mempertahankan budaya lokal dan sekaligus meningkatkan kesejahteraannya. Salah satu yang dapat dilakukan adalah dengan mengatur *conservation tax* untuk membiayai secara langsung kebutuhan kawasan dan masyarakat lokal.

b. Konsep Pengembangan Ekowisata

Untuk mengembangkan ekowisata dilaksanakan dengan cara pengembangan pariwisata pada umumnya. Ada dua aspek yang perlu dipikirkan. Pertama, aspek destinasi, kemudian kedua adalah aspek market. Untuk pengembangan ekowisata dilaksanakan dengan konsep *product driven*. Meskipun aspek market perlu dipertimbangkan namun macam, sifat dan perilaku obyek dan daya tarik wisata alam dan budaya diusahakan untuk menjaga kelestarian dan keberadaannya.

Pada hakekatnya ekowisata yang melestarikan dan memanfaatkan alam dan budaya masyarakat, jauh lebih ketat dibanding dengan hanya keberlanjutan. Ekowisata tidak melakukan eksploitasi alam, tetapi hanya menggunakan jasa alam dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan, fisik/ dan psikologis wisatawan. Bahkan dalam berbagai aspek ekowisata merupakan bentuk wisata yang mengarah ke *metatourism*. Ekowisata bukan menjual destinasi tetapi menjual filosofi. Dari aspek inilah ekowisata tidak akan mengenal kejenuhan pasar.

c. Prinsip Ekowisata

Pengembangan ekowisata di dalam kawasan air terjun dapat menjamin keutuhan dan kelestarian ekosistem hutan. Ekowisata menghendaki persyaratan kualitas dan keutuhan ekosistem. Mengatur agar kawasan yang digunakan untuk ekowisata dan manajemen pengelola kawasan pelestarian dapat

menerima langsung penghasilan atau pendapatan. Retribusi yang diperoleh dapat dipergunakan secara langsung untuk membina, melestarikan dan meningkatkan kualitas kawasan pelestarian alam.

Partisipasi masyarakat dalam perencanaan. Masyarakat diajak dalam merencanakan pengembangan ekowisata air terjun ini. Demikian pula di dalam pengawasan, peran masyarakat diharapkan ikut secara aktif. Keuntungan secara nyata terhadap ekonomi masyarakat dari kegiatan ekowisata mendorong masyarakat menjaga kelestarian kawasan alam. Semua upaya pengembangan termasuk pengembangan fasilitas dan utilitas harus tetap menjaga keharmonisan dengan alam. Apabila ada upaya *disharmonize* dengan alam akan merusak produk wisata ekologis ini. Hindarkan sejauh mungkin penggunaan minyak dan benda yang susah hancur lainnya, mengonservasi flora dan fauna serta menjaga keaslian budaya masyarakat.

Studi kelayakan ekowisata air terjun

Dalam hal studi kelayakan (*feasibility study*) dapat dilakukan dalam bentuk *Rapid Appraisal*. Studi ini merupakan kajian yang bersifat praktis atas berbagai keunggulan dan kelemahan sumber daya yang tersedia yang akan dijadikan basis penyusunan rencana proyek. Khusus didalam perencanaan ekowisata, studi kelayakan dapat diarahkan untuk menjawab empat pertanyaan berikut (bdkn steck, 1999 dalam Damanik):

a. Tujuan dan kepentingan

Tujuan dan kepentingan siapa yang harus dicapai dalam proyek ekowisata air terjun. Tujuan kepentingan harus dinyatakan secara jelas dan

tegas, mulai dari tujuan kebijakan, tujuan pengembangan sampai tujuan proyek itu sendiri.

b. Kelayakan

Kelayakan menunjuk pada kepatutan secara ekonomi, sosial, budaya dan teknologi.

c. Daya dukung

Apakah kondisi lingkungan, sosial dan budaya lokal, benar-benar mampu mendukung pengembangan ekowisata air terjun.

d. Keuntungan

Apakah kondisi dasar sosial, politik dan kelembagaan setempat cukup kuat untuk memungkinkan keuntungan dari ekowisata dapat digunakan bagi kepentingan kawasan terlindung atau dapat dinikmati oleh kelompok sasaran.

Berdasarkan pengalaman para peneliti (Neal dan Trock 2002, Boo 1993 dalam Damanik) studi kelayakan ekowisata sebaiknya mencakup paling tidak delapan kegiatan berikut ini: 1) menganalisa situasi lokasi wisata, 2) mengidentifikasi fasilitas dan infrastruktur yang tersedia, 3) Mengidentifikasi profil wisatawan, 4) Daya dukung, 5) Memilih alternatif aktifitas ekowisata yang terbaik, 6) Mengevaluasi realitas sumber daya manusia yang tersedia, 7) Memperkirakan investasi yang dibutuhkan proyek dan 8) Memperkirakan pendapatan.

Indikator dan Variabel Perencanaan Ekowisata Air Terjun

Adapun indikator yang harus dikaji adalah variabel bersifat fisik dan non fisik. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1: Indikator Aspek Fisik Perencanaan Ekowisata Air Terjun

Aspek Fisik	Variabel
Kelengkapan infrastruktur pelayanan wisata alam	1. Ketersediaan utilitas wisata
	2. Ketersediaan fasilitas wisata
Aksesibilitas kemudahan transportasi	3. Ketersediaan moda angkutan dan sarana transportasi
	4. Jaringan jalan
Kualitas lingkungan wisata alam	5. Jenis penggunaan lahan
	6. Daerah bencana
	7. Ketinggian kawasan
	8. Kelerengan kawasan
Daya tarik wisata alam	9. Daya tarik pesona alam
	10. Nilai sejarah yang terkandung

Tabel 2: Indikator Aspek Non Fisik Perencanaan Ekowisata Air Terjun

Aspek non fisik	Variabel
wisatawan	11. Pengunjung aktif
	12. Pengunjung pasif
Partisipasi masyarakat	13. Kegiatan masyarakat
kelembagaan	14. Dukungan kebijakan pengembangan kawasan ekowisata

Sumber: Jos Oktarina Pratiwi, ITS

Dari tabel di atas, perencanaan ekowisata air terjun dapat dikembangkan dari indikator-indikator fisik dan non fisik. Diperlukan kajian yang lebih mendalam terhadap indikator tersebut. Kerjasama antar aspek non fisik diperlukan untuk mengembangkan lokasi air terjun yang belum dan sudah diketahui masyarakat.

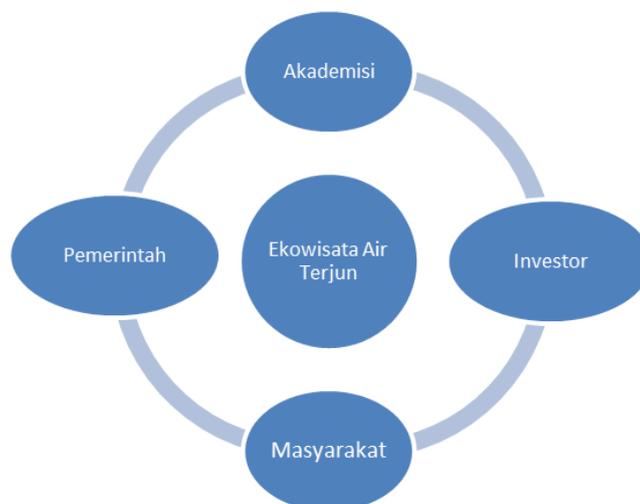
Lokasi air terjun dapat dipromosikan menjadi pariwisata yang baik jika mengandung pemandangan yang diyakini beberapa orang dapat dinikmati (Hudson, 1998). Selain itu, akses diperlukan sebagai sarana pendukung bagi wisatawan yang berkunjung. Air terjun sebagai objek utama pada destinasi tersebut tetap menjadi ikon utama dan atraksi atau lokasi pendukung lainnya tidak mengalahkan pamor dari air terjun tersebut. Adapun atraksi atau objek pendukung dapat berupa sumber daya terbuka untuk umum (gratis), atraksi berbayar, dan atraksi atau objek pendukung yang berbayar dalam bentuk sukarela berupa sumbangan atau sejenisnya (Patmore, 1983).

Peran Pemerintah Daerah

Dalam perencanaan ekowisata air terjun ini, pemerintah kota dan kabupaten memiliki peran yang

sangat penting dalam menjadi *leader* atau pemimpin perencana ekowisata air terjun. Pemerintah dalam hal ini dinas pariwisata bisa mengambil alih sebagai pimpinan proyek. Dinas pariwisata bisa mengambil peran sebagai perencana awal dari objek ekowisata air terjun ini. Peran sebagai perencana tersebut diharapkan juga melibatkan pihak akademisi atau para ahli yang memiliki kecenderungan pada bidang perencanaan ekowisata. Salah satunya adalah melibatkan akademisi dibidang tata ruang, teknik sipil, geografi, ekonomi bahkan melibatkan akademisi dibidang sosial kemasyarakatan.

Selain itu, dinas pariwisata juga bisa melibatkan pihak ketiga (investor) sebagai praktisi dibidang ekowisata yang sudah memiliki pengalaman dalam menjalankan usaha ekowisata ini. Unsur yang paling penting adalah melibatkan unsur masyarakat. Melibatkan unsur masyarakat, baik itu unsur pimpinan terendah seperti *wali nagari* (sebutan untuk kepala desa di Sumatera Barat), Kaum *cadiak pandai*, *bundo kandung*, pemuda serta masyarakat sekitar lokasi ekowisata tersebut. Untuk lebih jelasnya hubungan ke empat unsur tersebut, dapat dilihat pada diagram dibawah ini:



Gambar 1: Hubungan Perencanaan Ekowisata Air Terjun

Sinergitas unsur-unsur ini diperlukan untuk merencanakan ekowisata air terjun. Kerjasama yang dilakukan memiliki tujuan untuk menambah penghasilan dan memperbaiki kesejahteraan masyarakat sekitar dengan tidak merusak lingkungan yang ada. Manfaat lain, bagi pemerintah daerah yaitu bisa menambah pendapatan daerah dari tiket masuk yang dibeli oleh wisatawan.

Masyarakat tidak hanya mendapatkan keuntungan dari tiket masuk. Namun, masyarakat bisa mendapatkan keuntungan dari menyediakan akomodasi bagi wisatawan berupa *tour guide*, *home stay*, cenderamata, rumah makan, parkir kendaraan dan lain sebagainya. Wisatawan tidak akan sungkan mengeluarkan uang, jika merasa dilayani dengan baik. Wisatawan merasa aman dan nyaman ketika berada di ekowisata tersebut. Pada akhirnya, wisatawan tersebut akan memberitahu serta merekomendasikan kepada orang lain mengenai lokasi ekowisata yang dikunjunginya tersebut. Maka, dengan sendirinya para pengelola dalam hal ini adalah masyarakat akan langsung menikmati hasil dari kunjungan wisatawan tersebut.

Salah satu konsep yang bisa ditawarkan dalam perencanaan ekowisata air terjun ini adalah menggunakan konsep "*One Place, One Service*". Konsep ini, sebenarnya sudah sering dipakai oleh berbagai tempat wisata lain di Indonesia bahkan di luar negeri. Namun, selama ini yang dirasakan pada objek-objek wisata di Sumatera Barat. Konsep satu tempat satu pelayanan belum dirasakan secara maksimal. Sebagai contoh, salah satu konsep *One Place One service* adalah taman bermain air MIFAN yang ada di Kota Padang Panjang. Dari satu tempat kunjungan wisata, pengunjung bisa mendapatkan alternative wisata lain,

seperti kolam pemandian, arena *out bond*, ruang rapat, penginapan dan lain-lain. Konsep baru seperti di atas, layak untuk ditiru serta dikembangkan di Sumatera Barat.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa: peran media sosial sebagai perantara dalam menginformasikan destinasi ekowisata air terjun sangat diperlukan. Masih banyak ekowisata air terjun di Sumatera Barat yang belum dieksplorasi secara luas. Perencanaan ekowisata air terjun di Sumatera Barat perlu perencanaan dan pengembangan lebih lanjut dengan melibatkan berbagai unsur seperti Pemerintah Daerah (Dinas Pariwisata), akademisi, investor dan masyarakat setempat.

Pemerintah Daerah di Sumatera Barat, dalam hal ini Dinas Pariwisata berupaya fokus pada perencanaan dan pengembangan ekowisata air terjun di wilayah masing-masing. Dinas Pariwisata kota dan kabupaten di Sumatera Barat menginventarisasi ekowisata air terjun yang sudah ditemukan serta menjalin kerja sama dengan komunitas pecinta alam melalui media sosial yang dimilikinya. Pecinta alam maupun wisatawan memberikan informasi yang lengkap tentang lokasi ekowisata air terjun yang ditemuinya secara akurat dengan menggunakan alat GPS dan sejenisnya serta menginformasikan kepada dinas pariwisata untuk menjadi referensi perencanaan ekowisata yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afeissa, H.-S. (2010). De mirabilibus mundi: vers une e´thique et une esthe´tique environnementales. *Vertigo* 10(1)<http://vertigo.revues.org/9447>.
- Baird Callicott, J. (2010). *E´thique de la terre*. Paris: Wildproject domaine sauvage.
- Berque, A. (2000). *E´coume'ne*. Introduction a` l'e´tude des milieux humains. Paris: Belin.
- Damanik, Janianto dan Helmut F Weber. (2006) *Perencanaan Ekowisata, Dari teori ke aplikasi*. PUSPAR UGM dan Penerbit ANDI. Yogyakarta
- Demartoto, A. (2008). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pedesaan Oleh Pelaku Wisata Di Kabupaten Boyolali. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNS. Surakarta
- Fandeli, Chafid., Mukhlison. (2000). *Pengusahaan Ekowisata*. Yogyakarta : Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada.
- Hudson, Brian J. (1998) Waterfalls, resources for tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, No. 4, pp. 958-973, 1998
- Larrere, C., & Larrere, R. (1997). *Du bon usage de la nature. Pour une philosophie de l'environnement*. Paris: Champs Flammarion.
- Maris, V. (2006). La protection de la biodiversite´: entre science, e´thique et politique. The`se de l'Universite´ de Montre´al, Universite´ de Montre´al.
- Mader, Ron (2012) <http://www.planeta.com/ecotravel/tour/year2002.html> di akses tgl 07-12-2016
- Panizza, M., & Piacente, S. (2002). Geomorphosites: A bridge between scientific research, cultural integration and artistic suggestion. *Geomorphological sites: Research, assessment and improvement, Workshop proceedings* (pp. 15–20).
- Patmore, J. A. (1983) *Recreation and Resources. Leisure Patterns and Leisure Places*. Oxford : Basil Blackwell.

Reynard, E., & Panizza, M. (2005). Ge'omorphosites: de'finition, e'valuation et cartographie. Ge'omorphologie: relief, processus, environnement, 3, 177-180.

Suharini,Erni dan Abraham Palangan (2014) *Geomorfologi: Gaya, Proses dan Bentuk Lahan*. Penerbit Ombak, Yogyakarta.

<http://ayoberkunjung14.blogspot.co.id/2014/10/konsep-dasar-ekowisata.html> di akses tgl 09-12-2016

<https://ptkomunikasi.wordpress.com/2012/06/11/pengertian-media-sosial-peran-serta-fungsinya/> di akses tgl 09-12-2016

<http://www.infosumbar.net/wisata/lebih-dari-29-air-terjun-ada-di-sumbar/> di akses tgl 09-12-2016

<http://kerjasamarantau.sumbarprov.go.id/berita-kondisi-fisik-wilayah-provinsi-sumatera-barat.html#ixzz3tjaOpdcN> di akses tgl 08-12-2016

<http://digilib.its.ac.id/public/ITS-paper-32881-3609100037-presentation.pdf> di akses tgl 08-12-2016

<http://kabar24.bisnis.com/read/20180202/78/733509/sepanjang-2017-kunjungan-wisman-ke-sumbar-naik-1334> di akses tgl 09-06-2018