

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengumpulan data yang sudah penulis lakukan sebagaimana telah penulis sebutkan dalam bab empat, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ternyata STPB telah melakukan berbagai macam kegiatan promosi untuk mempromosikan kota Surabaya sebagai kota tujuan wisata melalui Sparkling Surabaya sebagai slogan baru kota Surabaya. Kegiatan promosi tersebut tidak hanya ke dalam kota Surabaya, namun juga keluar kota Surabaya karena target dari promosi ini adalah wisatawan nasional dan wisatawan internasional. Kegiatan-kegiatan yang telah diselenggarakan oleh STPB antara lain adalah menerbitkan dan menyebarkan Surabaya city guide setiap bulannya, membuat website www.sparklingsurabaya.com, mengadakan event-event seperti Surabaya big sale, turnamen golf, dan lain-lain. Selain itu STPB juga telah mempromosikan kota Surabaya melalui *familiar trips* dengan mengundang *tour operator* atau *travel agent* dari China.

Dari serangkaian kegiatan promosi yang telah STPB lakukan tersebut, memang telah membawa dampak positif bagi kota Surabaya. Serta mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Surabaya. Namun ternyata STPB kurang dikenal oleh penduduk kota Surabaya itu sendiri. Dari hasil pengolahan kuisioner yang telah penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden, terutama dari golongan pengusaha dan karyawan, tidak mengetahui bahwa Surabaya telah mempunyai STPB sebagai badan promosi kota Surabaya. Dan yang paling mengetahui keberadaan STPB adalah golongan pelajar. Namun golongan pelajar ini hanya sebatas tahu bila Surabaya telah memiliki STPB, tetapi mereka tidak mengetahui kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh STPB. Sebagian besar responden juga tidak pernah mengetahui adanya slogan Sparkling Surabaya. Serta masih banyak responden yang juga tidak mengetahui adanya kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan STPB untuk mempromosikan kota Surabaya sebagai kota tujuan wisata. Tetapi walaupun mayoritas responden kurang mengetahui keberadaan STPB dan Sparkling Surabaya, namun

kebanyakan responden setuju dengan keberadaan STPB di Surabaya. Responden juga setuju dengan setiap kegiatan promosi yang dilakukan STPB guna mempopulerkan Surabaya sebagai kota wisata kepada para wisatawan.

Meskipun Sparkling Surabaya belum dikenal oleh sebagian besar responden, namun mereka setuju akan adanya slogan baru kota Surabaya tersebut. Sparkling Surabaya juga dianggap sebagai slogan yang mudah diingat dan enak di dengar. Sebagian besar masyarakat juga setuju bahwa keadaan kota Surabaya memang gemerlapan dan semarak sesuai dengan arti dari slogan tersebut. Sehingga dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa kota Surabaya adalah kota yang semarak dan layak dijadikan sebagai kota tujuan wisata. Jadi secara keseluruhan kesimpulan yang didapat adalah meskipun banyak responden yang tidak mengetahui keberadaan dan kegiatan STPB, namun mereka setuju dan mendukung kegiatan STPB dalam mempopulerkan Surabaya sebagai kota tujuan wisata melalui "Sparkling Surabaya".

5.2 Saran

Bagi pihak STPB :

Diharapkan pihak STPB lebih lagi memperkenalkan Sparkling Surabaya kepada masyarakat Surabaya agar masyarakat dapat ikut mendukung kota Surabaya sebagai kota tujuan wisata. Dan agar masyarakat dapat ikut berbenah dan mendisiplinkan diri, sehingga bila ada wisatawan yang berkunjung ke Surabaya, masyarakat sudah siap menerima dengan ramah dan dapat membuat wisatawan betah tinggal di Surabaya.

Disarankan kegiatan-kegiatan promosi juga lebih ditingkatkan lagi, terutama dengan mengikutsertakan masyarakat Surabaya dalam kegiatan tersebut, seperti contohnya dengan menyelenggarakan *road show* ke sekolah-sekolah, mengingat banyaknya pelajar yang hanya tahu tentang keberadaan STPB namun tidak mengetahui tentang kegiatannya. Keikutsertaan masyarakat dalam kegiatan tersebut sangatlah penting karena masyarakat dapat membantu mempromosikan Surabaya dengan cara yang efektif yaitu dengan promosi dari mulut ke mulut.