BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kenjeran merupakan salah satu obyek wisata di Surabaya yang berhasil bangkit lagi setelah sebelumnya terbelangkai sehingga menjadi tempat wisata yang membosankan dan mengalami penurunan wisatawan yang berkunjung di sini. Namun sejak tahun 2017, mulailah ramai lagi berkat didirikannya obyek wisata baru, yaitu Jembatan Suroboyo dan Air Mancur Menari. Semua kesuksesan mendongkrak kembali kejayaan pantai Kenjeran yang menjadi ikon pariwisata bahari di Surabaya ini berkat kerja keras semua pihak dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata terlebih pihak UPTD Taman Hiburan Pantai Kenjeran terutama karyawan bagian Promosi yang semangat mempromosikan kompleks wisata Kenjeran ke warga Surabaya, luar kota Surabaya, bahkan turis asing dari luar negeri pun tertarik mengunjungi Kenjeran berkat sikap persuasif bagian promosi serta semua karyawan. Yang tak kalah penting juga keberhasilan revitalisasi fasilitas publik dengan memperbaiki berbagai macam aspek, seperti tanaman, lampu kota & lampu hias, kebersihan tempat wisata, arena bermain anak, pendopo untuk bersantai, tempat duduk sampai toilet umum. Dengan begini diharapkan pengunjung nyaman berada di kompleks wisata Kenjeran dan mengunjungi lagi esok hari.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Instansi

Berdasarkan pengamatan saya selama melakukan penelitian, saya menilai pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga pihak UPTD Taman Hiburan Pantai Kenjeran kurang menggunakan media sosial sebagai media promosi tempat wisata Kenjeran ini. Saya merekomendasikan untuk diadakannya bagian Hubungan Masyarakat (humas) yang saat ini struktur Dinas Kebudayaan dan Pariwisata &

UPTD Taman Hiburan Pantai Kenjeran hanya terdapat bagian Promosi saja, padahal humas termasuk bagian vital sebuah perusahaan / organisasi. Dengan lahirnya humas nantinya berperan sebagai jembatan penyampai informasi yang cepat dimana salah satu tugasnya adalah pihak untuk mempromosikan wisata kenjeran yang efektif juga bertugas sebagai penghubung yang baik antara pegawai dengan pengunjung maupun calon pengunjung, pegawai dengan relasi bisnis dan pegawai dengan pegawai dan pastinya tugas humas mencakup lebih luas daripada hanya di bidang promosi saja. Yang pasti seorang humas mampu mengembangkan media sosial menjadi media promosi yang mudah diterima dan tepat sasaran di era digital ini. Sehingga diharapkan kompleks wisata Kenjeran lebih cepat dikenal dengan berbagai macam fasilitas yang ditawarkan. Meskipun saat ini humas secara tidak langsung dijalankan oleh Cak & Ning Surabaya, tapi tak bisa dipungkiri lagi tetap seorang humas mempunyai kemampuan lebih dengan pengetahuan dan pengalaman yang didapatkannya selama ini dari hanya mengandalkan sepasang Cak & Ning.

Saya juga melihat pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata & UPTD Taman Hiburan Pantai Kenjeran hanya mempromosikan wisata kenjeran ke kalangan atas seperti memberi leaflet ke hotel dan maskapai penerbangan yang notabene adalah warga dari luar kota dan luar negeri tetapi kurang gencar mempromosikan ke kalangan menengah dan bawah atau penduduk asli Surabaya. Takutnya nanti yang lebih mengetahui seluk beluk & berbagai macam event wisata kenjeran hanya orang di luar kota Surabaya bahkan wisatawan asing daripada warga Surabaya itu sendiri. Maka dari itu saya menyarankan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata & UPTD Taman Hiburan Pantai Kenjeran untuk melakukan kegiatan promosi wisata Kenjeran di semua kalangan pada semua tempat umum di sekitar Surabaya bahkan seluruh Indonesia.

5.2.2 Saran untuk Peneliti

Dikarenakan terbatasnya waktu untuk melakukan penelitian, saran unutuk peneliti ini sendiri yaitu proses penelitian sebaiknya langsung merencanakan dan melakukan proses wawancara jauh-jauh hari dalam waktu minimal 1 bulan agar bisa menggali informasi ke narasumber lebih dalam dan informasi yang didapat lebih banyak supaya banyak data yang bisa diolah untuk bab pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA