

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat di Tarik kesimpulan terkait City Branding Gorgeous Tangerang Selatan dalam Mempromosikan Kota Tangerang Selatan antara lain :

1. *City Branding Gorgeous* Tangerang Selatan telah mengikuti konsep The City Branding Hexagon dimana didalamnya terdapat *Presence, Place, Potential, Pulse, People*, dan *Prerequisites*. *Presence* : Kehadiran City Branding Gorgeous Tangsel meningkatkan jumlah wisatawan dan juga Investor. *Place* : Lokasi Kota Tangerang Selatan yang strategis membuat mudah dijangkau. *Potential* : Potensi yang dimiliki Kota Tangerang Selatan selain lokasi adalah bidang perdagangan. Khususnya area food and beverages dan perumahan. *Pulse* : Gaya hidup masyarakat Tangerang Selatan yang suka ‘nongkrong’ membuat banyak bermunculan coffee shop yang unik dan beraneka ragam. *People* : Budaya di Tangerang Selatan di dominasi oleh Betawi. Namun tidak menutup peluang pembuatan event oleh Dinas Pariwisata Tangsel untuk membuat festival budaya yang beragam. *Prerequisites* : Fasilitas yang dimiliki oleh Tangerang Selatan dapat dikatakan cukup baik. Mulai dari fasilitas pelayanan public

hingga akses menggunakan transportasi pribadi maupun transportasi umum.

2. Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan menggunakan *Event and Experiences* dan *Online and Social Media*. Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan kerap membuat kegiatan-kegiatan yang dapat mempromosikan City Branding Gorgeous Tangerang Selatan. Selain itu dengan adanya kegiatan tersebut, masyarakat tangsel maupun diluar tangsel dapat merasakan langsung kemudahan akses dan keindahan kota tangsel. Kemudian pada website dan social media Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan, mulai memasukan logo gorgeous tangsel untuk menyebarkan brand awareness kepada masyarakat melalui sosial media.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, makan dapat diberikan saran sebagai berikut :

1. Promosi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan kurang maksimal. Terbukti dengan ketidaktahuan banyak pegawai Pemerintahan di Tangerang Selatan yang belum pernah mendengar soal Gorgeous Tangerang Selatan. Sebaiknya, dilakukan sosialisasi antar pegawai pemerintahan terlebih dahulu, kemudian mensosialisasikan kepada masyarakat.
2. Penggunaan media website dan media sosial yang kurang efektif. Berita-berita yang di posting melalui website tidak up to date. Berita

terakhir yang terpampang di website adalah Kunjungan Kerja DPRD Belitung Timur yang di upload bulan April tahun 2022. Sedangkan sosial media instagram terakhir update Juni 2022. Sebaiknya, selalu ada update kegiatan atau bisa membuat kuis-kuis interaktif dengan followers.

3. Kurangnya promosi kebudayaan khas Tangerang Selatan pada sosial media. Dikatakan bahwa ciri khas tangsel adalah bunga anggrek. Namun, ke-khasan bunga anggrek tersebut jarang di ekspose di media sosial dan website. Apabila dikulik lebih dalam mengenai ciri khas tangsel tersebut, akan membuat orang lebih tertarik.
4. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna maka diperlukan masukan agar menjadi lebih baik lagi.