

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Dari hasil survey dan analisis yang dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari temuan yang di dapatkan untuk dijadikan sebagai rekomendasi *City Branding* Garut.

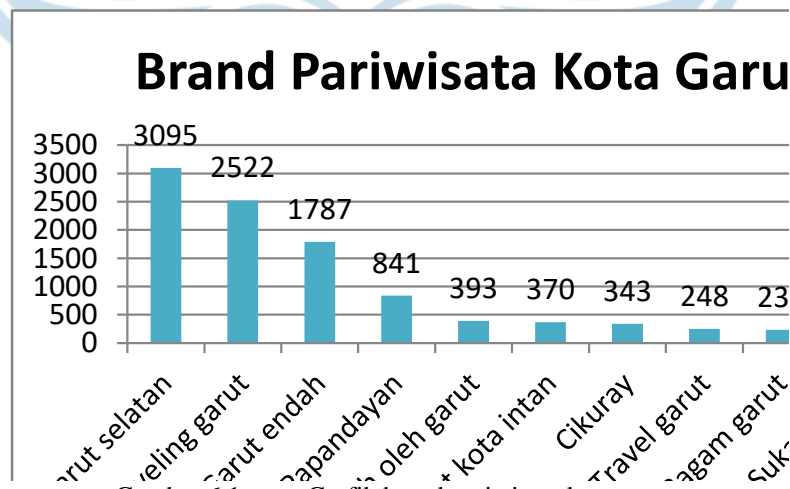
##### 1. Branding Pariwisata Garut

Pada *brand* pariwisata ini akan diurutkan sepuluh besar *brand* pariwisata yang sering muncul pada hasil temuan analisis. Dari kesepuluh *brand* tersebut akan diambil salah satu sebagai rekomendasi *City Branding* Garut.

Tabel 6.1 Branding pariwisata kota garut

No	Kata atau istilah	Nilai atau bobot
1	Garut selatan	3095
2	Traveling garut	2522
3	Garut endah	1787
4	Papandayan	841
5	Oleh oleh garut	393
6	Garut kota intan	370
7	Cikuray	343
8	Travel garut	248
9	Ragam garut	235
10	Sukaregang	216

Sumber: analisis penulis, 2020



Gambar 6.1 Grafik brand pariwisata kota garut

Sumber: analisis penulis, 2020

Pengambilan ke-sepuluh *Branding* tersebut dikarenakan *branding* tersebut memiliki potensi keterkaitan dengan Garut dibanding dengan yang lainnya. Setelah itu diambil salah satu *branding* yang memiliki potensi untuk dijadikan

Rekomendasi sebagai *City Branding*. Salah satunya adalah kata Garut Selatan yang memiliki nilai paling tinggi yaitu 3095. Kata Garut Selatan merupakan suatu wilayah yang memiliki tempat wisata berupa pantai, mulai dari pantai santolo, pantai sayang heulang, pantai cijeruk, pantai cilauteureun, pantai taman teletubies, pantai ranca buayaa, pantai puncak guha, pantai cicalobak, pantai karang paranje, pantai manalusu, pantai cidora, pantai gunung geder, pantai sancang, pantai cijayana, pantai karang gajah, pantai sodong lalay, dan pantai karang sebrotan.

## 2. Kesan Persepsi Masyarakat dan Wisatawan

Dari hasil analisis ditemukan kesan atau persepsi masyarakat dan wisatawan bahwa *Branding Pariwisata* Garut terkenal dengan istilah atau kata Garut selatan, Pariwisata Garut selatan merupakan tempat wisata berupa pantai yang sering banyak di kunjungi oleh wisatawan dalam negeri dan wisatawan luar negeri.

### 6.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa hal yang perlu menjadi perhatian sejumlah pihak baik pemerintah maupun masyarakat. Bahwa perlu adanya perencanaan dengan sistematis, sehingga program-program di pemerintahan khususnya pada pariwisata dapat sejalan dengan konsep *City Branding* sehingga akan munculnya *City Branding* khas dari Garut dan membentuk Identitas yang baik. Selain itu juga masyarakat harus tetap menjaga lokasi pariwisata supaya dapat terjaga dengan baik dan menjadi tujuan bagi wisatawan.

Beberapa hal yang perlu dilakukan adalah membuat kajian-kajian yang lebih mendalam tentang *City Branding* Garut sehingga dapat terus berjalan dan berdampingan dengan program dan konsep yang dikeluarkan oleh pemerintah khususnya pada bida pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- affandhi, S. k. (2012). *Album Garoet Tempo Doeloe*. Garut.
- Yuli, Aditya. "CITY BRANDING SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DITINJAU DARI ASPEK HUKUM MEREK (STUDI KASUS CITY BRANDING DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA UNGGULAN DI INDONESIA)." *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum QISTI* 5, no. 1 (2011): 50-68.
- Adona, Fitri . "CITY BRANDING: STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA KOTA PADANG." *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU & CALL FOR PAPERS UNISBANK KE-3(SENDI\_U 3)*, no. ISBN: 9-789-7936-499-93 (2017): 536-546.
- Alperyte, Irena . "Developing a City Brand." *Journal of Intercultural Management* 11, no. 4 (2019): 1-27.
- Astuti, Widiana Puji . "UPAYA PEMASARAN PARIWISATA PONOROGO MELALUI CITY BRANDING DALAM." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 55, no. 1 (2018): 48-58.
- Chaerani, R. Y. (2011). Pengaruh City Branding Terhadap City Image (Studi Pencitraan Kota Solo: 'The Spirit of Java') . 1-14.
- Garut, d. p. (2019). *DATA POTENSI PARIWISATA KABUPATEN GARUT*. garut: cv.naratas .
- Hana Ayu Pettricia, D. K. (2014). ELEMEN PEMBENTUK CITRA KAWASAN BERSEJARAH DI PUSAT KOTA MALANG. *Jurnal RUAS, Volume 12 No 1, Juni 2014, ISSN 1693-3702* , 12, 10-23.
- Hereźniak, Marta . "PLACE BRANDING AND CITIZEN INVOLVEMENT...." *INTERDISCIPLINARY POLITICAL AND CULTURAL JOURNAL* 19, no. 1 (2017): 129-141.
- Intyaswono, Stephen . "PERAN STRATEGI CITY BRANDING KOTA BATU." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 30, no. 1 (2016): 65-73.
- Ival Tom Rees Budiman, D. M. (2018). ANALISIS ELEMEN – ELEMEN PEMBENTUK CITRA KOTA DI KAWASAN PERKOTAAN TAHUNA, KABUPATEN KEPULAUAN SANGIHE. *Jurnal Spasial Vol 5. No. 2, 2018 ISSN 2442 3262* , 5, 190-199.
- Laksana, Praditiya Budi . "STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA KOTA SURAKARTA." *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 3, no. 1 (n.d.): 73-79.
- Lynch, K. (1960). *THE IMAGE OF THE CITY*. England: The M.I.T. Press.
- Prabowo, B. N. (2015). Kajian Citra Kota dalam City-Branding Magelang Kota Sejuta Bunga. *ISSN : 0853-2877 MODUL Vol.15 No.2 Juli Desember 2015* , 15, 163-170.
- Purwianti, Lily . "ANALISIS PENGARUH CITY BRANDING KOTA BATAM TERHADAP BRAND ATTITUDE (Studi kasus pada stakeholder di Kota Batam)." *Jurnal Manajemen* 14, no. 1 (2014): 61-80.
- Wahid, Wahyu Nur . "STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA MELALUI CITY BRANDING DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KABUPATEN

LUMAJANG." *Kebijakan dan Manajemen Publik* ISSN 2303 - 341X 6, no. 2 (2018): 1-7.

warjita, c. s. (2010). *Sejarah Kota Garut*. (a. a. w, Ed.) Garut.

