

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis peneliti terhadap *city branding* kota Surabaya yang terdapat dalam postingan foto akun Instagram Bangga Surabaya (@surabaya) dengan menggunakan analisis wacana yang dikemukakan oleh Sara Mills, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa postingan yang ditampilkan oleh akun Instagram Bangga Surabaya mengembangkan wacana *city branding* Kota Surabaya menjadi kota yang ramah lingkungan, bersih serta humanis. Dengan membentuk *branding* kota yang baru, akan memperkuat posisi kota Surabaya di tengah kompetisi *global* saat ini. Wacana baru ini sekaligus menggantikan *city branding* kota Surabaya yang lama, yaitu sebagai “Kota Pahlawan” yang kurang menarik minat wisatawan, investor (pebisnis), maupun orang yang ingin melanjutkan studi di Surabaya. Wacana itu tampak dari postingan yang sudah dianalisis oleh peneliti yang menunjukkan foto-foto yang di tampilkan oleh Instagram Bangga Surabaya mengenai tempat-tempat di Surabaya yang ditata, diperhatikan kebersihannya, dikelola dengan baik, serta memberi fasilitas yang telah dilakukan oleh pemerintah kota, sehingga tercipta lingkungan yang layak huni. Hal itu dilakukan untuk mengenalkan wajah baru Surabaya kepada masyarakat, baik itu masyarakat kota pada umumnya, masyarakat Indonesia, ataupun masyarakat internasional. Sementara *branding* awal yang ingin dibentuk oleh pemerintah kota sebelumnya, yakni menjadikan kota Surabaya sebagai kota MICE belum terlihat dalam postingan akun instagram Bangga Surabaya (@surabaya).

Melalui *branding* yang dibentuk, tampak Kota Surabaya ingin dikenal akan kebersihan dan ramah lingkungan, agar masyarakat dapat merasa nyaman untuk tinggal. Dengan terciptanya lingkungan yang bersih, serta ramah lingkungan dan nyaman, dapat menarik masyarakat luas untuk datang ke Surabaya, menghabiskan waktu, dana serta menyelenggarakan konvensi atau pertemuan di Surabaya, sehingga dapat meningkatkan pendapatan daerah. Secara keseluruhan, *caption* dan postingan yang terdapat di Akun bangga Surabaya dapat memberikan informasi kepada publik. Tampilan dari akun Bangga Surabaya *feed*-nya sudah diatur sehingga terlihat rapi antara satu postingan dengan postingan lainnya. Pendekatan yang dilakukan oleh akun bangga Surabaya terlihat lebih kekinian dalam pengaturan *feed* serta sudut pengambilan gambar, sehingga foto yang dihasilkan bagus dan *instagramable*, serta lebih menjangkau pengikut atau *netizen* dari kalangan generasi muda. Instagram memfasilitasi pengikut untuk memberikan komentar terhadap postingan Akun Bangga Surabaya, memberikan tanda suka, dan mengirim *direct message*. Namun, dari hasil penelitian peneliti, akun Bangga Surabaya jarang membalas langsung komentar dari pembaca atau *netizen* sehingga terkesan kurang interaktif.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan pemaparan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti bertujuan untuk memberikan saran, yang dirasa peneliti cukup bersangkutan dengan terselesaikannya proses penyusunan penelitian ini. Adapun saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Saran peneliti, akun Bangga Surabaya (@surabaya) lebih detail dalam mencantumkan lokasi apabila foto tersebut diambil di tempat terbuka seperti

taman, atau fasilitas lain sehingga *caption* terlihat lebih jelas, informatif serta dapat diketahui oleh warganet yang membaca.

2. Saran peneliti, akun Bangga Surabaya (@surabaya) agar lebih sering membalas komentar *followers* atau pembaca yang terdapat pada kolom komentar *Insta Feed*. Sehingga akun bangga Surabaya lebih interaktif dengan *netizen*.