

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai Strategi Pembentukan *City Branding* (Pencitraan Kota) "Kota Wisata" Batu, studi pada Dinas Pariwisata dan kebudayaan kota Batu, terdapat beberapa hal yang dapat dikemukakan sebagai kesimpulan, yakni:

1. Dengan potensi dan keunggulan yang berupa kondisi alam dan pariwisata, Kota Batu dapat memiliki identitas yang kuat terhadap kotanya sebagai "Kota Wisata". Penggunaan *brand* kota Batu sebagai "kota wisata", adalah salah satu cara untuk memperkenalkan Kota Batu kepada masyarakat luas, sebagai kota otonom yang sejak tahun 2001 merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Malang. Dengan terbentuknya *city branding*, dapat mengenalkan kota Batu secara luas (*high awareness*), dan memberikan pencitraan kota yang baik bagi Kota Batu.
2. Kota Batu sudah melakukan kerjasama diantara ketiga stakeholder utama yang diperlukan dalam hal pembentukan *City Branding*, sehingga dapat menjadi strategi umum untuk mendorong warga kota lebih membangun kotanya, menarik pendatang atau wisatawan, serta pengusaha dan investor ke Kota Batu.

3. Langkah pembentukan *city Branding* “Kota Wisata Batu” memiliki kekurangan pada tingkat *Mapping-Survey* dan *Blue-print*. Mapping survey yang belum terlalu terperinci dan terprogram dengan baik sehingga dirasa menjadikan masyarakat Kota Batu sendiri kurang perhatian (*Aware*) terhadap sasaran terbentuknya *city branding* tersebut. Blue-print yang diusung Kota Wisata Batu dapat dikatakan kurang menarik atau kurang menonjol sehingga kurang dapat memberikan pembentukan *city branding* yang dikenal secara lebih luas atau mengglobal. Namun dari langkah competitive analysis dan implementasi, pembentukan *city branding* “Kota Wisata Batu” telah cukup tepat dan memberikan dampak yang besar dalam membentuk *brand awarness* dan *brand position* pada “Kota Wisata Batu”.
4. *City Branding* yang terbentuk dan dirancang di kota Batu berdasarkan tanggapan masyarakat dapat dikatakan bahwa kota Batu memenuhi kebutuhan dan harapan serta sesuai dengan potensi kota yang ada.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran, yaitu:

1. Perlunya pelatihan-pelatihan yang lebih sering diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Batu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kepedulian masyarakat Kota Batu untuk menjaga kebersihan, keamanan, dan kenyamanan demi lestarnya potensi alam yang dimiliki oleh kota Batu.

2. Perlunya kerjasama antara pemerintah daerah dan pemerintah provinsi untuk mengatasi hambatan dalam bidang infrastruktur, seperti jalan yang wewenangnya tidak hanya melibatkan Pemerintah Kota Batu.
3. Diperlukan mapping survey yang terprogram dengan baik dan dilakukan dengan teliti dan terperinci oleh pemerintah Kota Batu sehingga masyarakat menjadi memahami apa sebetulnya yang akan dibentuk dari *city branding* “Kota Wisata Batu” tersebut. Dan diperlukan blue-print yang lebih matang dan menarik dari segi logo maupun tagline yang dapat membuat masyarakat luas dengan mudah mengenali atau mengingat *branding* yang diberikan pada Kota Batu.

