

BAB IV

PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Semarang Bridge Fountain, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa Semarang Bridge Fountain merupakan destinasi wisata terbaru di Kota Semarang yang dikelola oleh pemerintah yakni Dinas Pekerjaan Umum Kota Semarang dengan menyuguhkan potensi utamanya yakni air mancur menari. Dinas Pekerjaan Umum Kota Semarang telah membuat tim Petugas Lapangan SBF (Semarang Bridge Fountain) yang selalu berjaga dilokasi dan memiliki hubungan komunikasi yang baik dan Semarang Bridge Fountain berada di lokasi yang strategis. Tetapi sangat disayangkan karena belum adanya kerjasama dengan masyarakat sekitar, fasilitas yang dimiliki masih sangat kurang dan memerlukan pengembangan terhadap air mancur menari agar tidak membosankan.

Namun seluruh permasalahan yang terdapat di Semarang Bridge Fountain dapat di atasi dengan menerapkan hasil dari analisis SWOT.

B. SARAN

Sehubungan dengan pembahasan diatas, maka saran-saran yang perlu disampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Melakukan pembenahan fasilitas dan penambahan fasilitas seperti membangun gazebo, lahan parkir, lahan berjualan bagi pedagang dan

toilet, menambah bangku taman, lampu taman dan tanaman, menyediakan permainan anak dan prasarana olahraga yang dapat dinikmati secara *outdoor*, membuat spot foto yang menarik dan fasilitas lainnya agar wisatawan merasa nyaman dan senang ketika mengunjungi Semarang Bridge Fountain.

2. Membuat inovasi dan kreasi terhadap pertunjukan air mancur menari yang merupakan potensi utama dari Semarang Bridge Fountain supaya lebih menarik dan berkesan. Yakni lagu dan bentuk air mancur perlu diubah karena masih sama dari awal pembukaan hingga saat ini, menambah jadwal tayang (tidak seminggu hanya 2 kali dan 2 sesi dalam 1 hari) dan menambah durasi tayang karena saat ini durasi tayang hanya 30menit persesi dan menampilkan 6 hingga 9 lagu persesi, air mancur menari ini harus dibuat lebih megah supaya lebih terlihat dari atas Jembatan Sungai Banjir Kanal Barat sehingga dapat memicu timbulnya motivasi wisatawan untuk berkunjung.
3. Membangun kerjasama dengan masyarakat sekitar tidak hanya sebagai pendukung tetapi dapat andil sebagai Sumber Daya Manusia untuk mensejahterakan masyarakat sekitar. Bekerjasama pula dengan pihak swasta dan Dinas Pariwisata Kota Semarang untuk membantu mempromosikan Semarang Bridge Fountain secara resmi dan *Word To Mouth* hingga dapat menjadi wadah berdiskusi untuk mendapatkan ide pengembangan Semarang Bridge Fountain.

4. Lebih mempromosikan Semarang Bridge Fountain secara gentar seperti membuat lebih banyak *event* di Semarang Bridge Fountain, memuat iklan di koran lokal, radio lokal dan baliho, membuat brosur, membuat akun resmi Semarang Bridge Fountain di sosial media yakni Facebook, Instagram, Twitter dan Website.