

STUDI OBSERVASI DESTINASI WISATA SURABAYA NORTH QUAY: ATRAKSI, FASILITAS, DAN PERILAKU WISATAWAN

Gery Adji Saputra^{1*}, Dwi Aditama Abimanyu², Muhammad Akmal Adani³, Dmitry Andriyawan Wibowo⁴

^{1,2,3,4} Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*e-mail korespondensi: gerys1509@gmail.com

Abstrak

Program ini bertujuan untuk menganalisis daya tarik wisata, fasilitas pendukung, serta perilaku wisatawan di Surabaya North Quay (SNQ) sebagai salah satu destinasi wisata maritim unggulan di Kota Surabaya. Program menggunakan pendekatan kualitatif melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pihak pengelola, serta dokumentasi. Hasil program menunjukkan bahwa SNQ memiliki daya tarik utama berupa pemandangan aktivitas maritim, keberadaan kapal pesiar internasional, mini museum kapal, dan area rekreasi tepi laut yang mampu menarik rata-rata 4.000–6.000 pengunjung setiap bulan. Aktivitas wisatawan didominasi oleh fotografi, pembuatan konten media sosial, bersantai, dan menikmati kuliner. Dari aspek fasilitas, sebagian besar sarana dasar telah tersedia dengan tingkat aksesibilitas yang cukup baik, meskipun masih diperlukan peningkatan kualitas layanan dan fasilitas pendukung wisata. Promosi destinasi telah memanfaatkan media sosial secara efektif, namun tingkat kunjungan masih sangat dipengaruhi oleh kedatangan kapal pesiar sehingga berpotensi menimbulkan fluktuasi jumlah wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan diversifikasi atraksi wisata, penyelenggaraan kegiatan rutin, serta penguatan layanan wisata guna mendukung keberlanjutan pengelolaan destinasi. Temuan program ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola dalam mengembangkan strategi pengelolaan wisata yang lebih berkelanjutan dan kompetitif.

Kata kunci: Atraksi, Wisata, Sustainability, Surabaya North Quay

Abstrak

This study aims to analyze tourist attractions, supporting facilities, and tourist behavior at Surabaya North Quay (SNQ) as one of the leading maritime tourism destinations in Surabaya City. The research employed a qualitative approach through field observations, in depth interviews with destination managers, and documentation. The findings indicate that SNQ possesses distinctive attractions, including maritime scenery, international cruise ship visits, a mini ship museum, and waterfront recreational areas, attracting approximately 4,000–6,000 visitors per month. Tourist activities are predominantly focused on photography, social media content creation, leisure activities, and culinary experiences. In terms of facilities, most basic tourism amenities are available and accessibility is relatively adequate, although improvements in service quality and supporting facilities are still required. Destination promotion has effectively utilized social media platforms; however, visitor numbers remain highly dependent on cruise ship arrivals, creating fluctuations in tourist visits. Therefore, the development of diversified attractions, regular events, and enhanced tourism services is necessary to support sustainable destination management. The results of this study are expected to provide valuable insights for destination managers in developing more sustainable and competitive tourism strategies.

Keywords: Atraksi, Wisata, Sustainability, Surabaya North Quay

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan daerah yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan pekerjaan, serta penguatan citra wilayah. Pengembangan destinasi wisata umumnya mengacu pada konsep 3A (Attraction, Accessibility, Amenity), yang merupakan komponen utama dalam meningkatkan daya saing dan kualitas destinasi wisata (Harianto, 2021). Ketiga komponen tersebut menjadi kunci dalam meningkatkan daya tarik, kepuasan wisatawan, serta keberlanjutan destinasi wisata. Atraksi wisata merupakan elemen utama yang menjadi alasan wisatawan mengunjungi (R.M, 2021). Atraksi wisata menjadi faktor utama yang mendorong wisatawan untuk berkunjung baik berupa atraksi alam, sosial, budaya, maupun atraksi buatan yang dirancang secara khusus untuk memberikan pengalaman rekreasi tertentu.

Berdasarkan karakteristiknya, destinasi wisata dapat dikelompokkan menjadi atraksi alam, sosial, budaya, dan buatan. Atraksi buatan merupakan destinasi yang dirancang secara sengaja oleh manusia untuk memberikan pengalaman rekreasi tertentu kepada wisatawan (Adhizarza, 2022). Salah satu inovasi wisata buatan yang kian populer di kawasan urban pesisir adalah *waterfront tourism*, yakni optimalisasi kawasan pelabuhan atau wilayah pesisir tepi laut menjadi ruang rekreasi publik yang bernilai ekonomi bagi masyarakat (GUNAWAN, 2022)

Mengadopsi konsep tersebut, Surabaya North Quay (SNQ) hadir sebagai ruang publik yang mentransformasi area Pelabuhan Tanjung Perak menjadi destinasi rekreasi maritim unggulan. Alasan utama mengapa destinasi ini sangat layak dan strategis untuk dipilih sebagai sasaran pengabdian adalah keunggulan profil objeknya yang menawarkan pengalaman langka dan eksklusif, yang tidak dimiliki oleh kawasan wisata lain di Kota Surabaya. SNQ menyuguhkan atraksi visual perpaduan maritim dan urban, mulai dari mini museum edukatif, fasilitas kafe dengan lanskap laut terbuka, hingga daya pikat utamanya berupa pemandangan langsung aktivitas sandar kapal pesiar (*cruise ship*) bertaraf internasional. Fakta di lapangan merekam rata-rata volume kunjungan yang cukup masif, mencapai 4.000 hingga 6.000 orang per bulan. Observasi juga menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung memanfaatkan area tepi laut dan spot dengan latar belakang kapal pesiar untuk berfoto serta membuat konten digital yang kemudian dibagikan melalui media sosial.

Tingginya intensitas pembuatan konten digital di lokasi ini mengindikasikan adanya pergeseran pola perilaku wisatawan kontemporer. Di era digital ini, pengunjung telah bertransformasi dari sekadar konsumen rekreasi menjadi produsen informasi (*prosumer*) yang secara tidak langsung ikut merekonstruksi citra destinasi secara daring (Sudiarta, 2025). Program menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi destinasi, minat kunjungan, serta keputusan wisatawan dalam memilih lokasi wisata (Marelda, 2026). Pengalaman wisata berbasis digital juga terbukti meningkatkan nilai dan daya tarik destinasi, hal ini diperkuat oleh temuan bahwa keterlibatan wisatawan, citra destinasi, dan pengalaman yang berkesan memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan kunjungan ulang (Pratiwi, 2025). Dengan demikian, interaksi antara atraksi wisata, fasilitas, serta perilaku wisatawan menjadi faktor penting dalam keberhasilan pengelolaan destinasi.

Meskipun memiliki daya tarik visual yang sangat kuat, pengelolaan SNQ nyatanya masih dihadapkan pada permasalahan fundamental jika ditinjau dari perspektif keberlanjutan pariwisatanya (*tourism sustainability*). Terdapat kesenjangan (*gap*) yang nyata antara kondisi ideal sebuah destinasi *waterfront* yang mandiri dengan realitas tata kelola di lapangan. Keberlanjutan pariwisata di SNQ memiliki kerentanan akibat tingkat ketergantungan yang absolut pada jadwal kedatangan kapal pesiar. Tingkat kunjungan wisatawan kerap mengalami lonjakan ekstrem saat ada kapal yang bersandar, namun langsung merosot drastis pada hari-hari biasa. Permasalahan fluktuasi ini semakin diperparah oleh ketiadaan *event* berskala rutin, belum optimalnya diversifikasi atraksi permanen di luar pemandangan laut, serta tidak tersedianya fasilitas edukasi pendukung seperti pemandu wisata yang memadai. Kondisi ini mengakibatkan SNQ kesulitan menahan lama tinggal wisatawan (*length of stay*) pada hari-hari biasa, sehingga dampak ekonomi berganda (*multiplier effect*) bagi para pelaku UMKM dan mitra di sekitarnya menjadi tidak stabil.

Meskipun Surabaya North Quay telah berkembang sebagai salah satu destinasi wisata maritim unggulan di Surabaya, diperlukan kajian yang secara khusus membahas keterkaitan antara atraksi wisata, fasilitas, dan perilaku wisatawan dalam perspektif keberlanjutan destinasi masih relatif terbatas. Padahal, ketiga aspek tersebut berperan penting dalam menjaga stabilitas kunjungan dan keberlangsungan pengembangan destinasi wisata.

METODE

Program ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan agar dapat mengeksplorasi kondisi pariwisata Surabaya North Quay secara langsung. Menurut Bogdan & Biklen (1992), program kualitatif adalah salah satu prosedur program yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Program dengan pendekatan kualitatif diharapkan dapat memberi penjelasan yang mendalam tentang ucapan, dan perilaku yang diamati dari suatu

individu atau kelompok masyarakat yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistik. Menurut Rahmat (2009), program kualitatif ini dilakukan bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Metode ini dipilih agar data yang diperoleh tidak hanya bersumber dari dokumen atau informasi sekunder, tetapi juga berdasarkan fakta dan situasi yang terjadi di lapangan. Pada teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Wawancara mendalam, observasi, dokumen, atau studi kasus adalah sumber data utama. Data ini dianalisis untuk menemukan tema, pola, dan relasi yang terkait dengan konteks sosial atau lokasi program (Irvani, Dkk 2024). Observasi langsung dilakukan dengan mengunjungi Surabaya North Quay untuk mengamati berbagai aspek yang berkaitan dengan aktivitas wisata, fasilitas yang tersedia, kondisi lingkungan, aksesibilitas, serta interaksi antara pengelola dan pengunjung. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai daya tarik dan pengelolaan destinasi wisata.

Selanjutnya, wawancara mendalam yang dilakukan bersama Azahra selaku Marketing PT Pelindo Properti Indonesia sebagai pengelola Surabaya North Quay. Sebelum pelaksanaan wawancara, tim menyusun daftar pertanyaan yang berfokus pada sejarah pengembangan destinasi, strategi promosi, segmentasi pasar wisatawan, pengelolaan fasilitas, tantangan yang dihadapi, serta upaya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur sehingga memungkinkan peneliti menggali informasi lebih mendalam sesuai dengan jawaban yang diberikan narasumber.

Pada Metode dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan foto, video, serta catatan lapangan yang diperoleh selama observasi dan wawancara. Dokumentasi tersebut berfungsi sebagai data pendukung yang memperkuat hasil pengamatan dan analisis program. Yang terakhir pada monitoring dan evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil observasi lapangan dan informasi dari narasumber terhadap beberapa indikator, seperti tingkat kunjungan wisatawan, jenis aktivitas yang dominan dilakukan pengunjung, efektivitas media promosi yang digunakan, kondisi fasilitas pendukung wisata, serta potensi pengembangan destinasi. Hasil evaluasi kemudian digunakan untuk memberikan gambaran mengenai keberlanjutan daya tarik Surabaya North Quay dan peluang pengembangannya sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kota Surabaya. Untuk memastikan proses pengumpulan data berjalan secara sistematis dan menghasilkan informasi yang akurat, kegiatan observasi di Surabaya North Quay dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan. Setiap tahapan memiliki metode dan tujuan yang berbeda, mulai dari persiapan instrumen program hingga proses evaluasi hasil observasi. Adapun rincian metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan ini dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 1. Tabel Metode Pelaksanaan

Tahap Kegiatan	Metode	Pelaksanaan	Output
Persiapan.	Penyusunan instrumen.	Menentukan tujuan observasi dan menyusun daftar pertanyaan wawancara.	Pedoman observasi dan wawancara.
Observasi Lapangan.	Observasi langsung.	Mengunjungi Surabaya North Quay dan mengamati kondisi fisik, aktivitas wisata, serta fasilitas.	Data hasil pengamatan.
Wawancara.	Wawancara mendalam.	Wawancara mendalam dengan Azahra selaku Marketing PT Pelindo Properti Indonesia.	Data primer mengenai pengelolaan dan promosi destinasi.
Dokumentasi.	Dokumentasi visual.	Pengambilan foto,	Bukti pendukung

Monitoring dan Evaluasi.	Analisis deskriptif.	video, dan pencatatan hasil observasi. Menilai indikator keberhasilan dan potensi pengembangan destinasi.	program. Kesimpulan dan rekomendasi.
--------------------------	----------------------	--	---

Pelaksanaan observasi di Surabaya North Quay melibatkan kerja sama yang terstruktur antaranggota tim untuk memastikan seluruh proses pengumpulan data berjalan secara efektif dan sistematis. Setiap anggota diberikan tanggung jawab sesuai dengan kebutuhan kegiatan, mulai dari koordinasi, pelaksanaan wawancara, pengamatan lapangan, dokumentasi, hingga pencatatan data. Pembagian tugas ini bertujuan untuk memaksimalkan kualitas data yang diperoleh serta memastikan tidak ada informasi penting yang terlewat selama kegiatan berlangsung. Dengan adanya pembagian peran yang jelas, setiap anggota dapat berkontribusi secara optimal dalam mendukung tercapainya tujuan observasi dan penyusunan laporan program.

Tabel 2. Tabel Peran Tim Pelaksana

Heading	Heading
Ketua Tim (Gery)	Bertanggung jawab mengoordinasikan seluruh rangkaian kegiatan observasi, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Selain itu, ketua tim menjalin komunikasi dan koordinasi dengan pihak Surabaya North Quay terkait perizinan, penjadwalan kegiatan, serta kebutuhan data yang diperlukan. Ketua tim juga memastikan seluruh anggota menjalankan tugasnya sesuai rencana dan tujuan program yang telah ditetapkan.
Pewawancara (Gery & Dimitry)	Bertugas menyusun pedoman wawancara, menyiapkan pertanyaan yang relevan dengan tujuan program, serta melakukan wawancara secara langsung dengan narasumber. Pewawancara berperan menggali informasi secara mendalam mengenai pengelolaan, strategi promosi, fasilitas, dan perkembangan Surabaya North Quay sehingga diperoleh data yang komprehensif dan akurat.
Observer (Dede, Gery, Akmal & Dimitry)	Melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi fisik destinasi wisata, aktivitas pengunjung, fasilitas yang tersedia, aksesibilitas, serta berbagai aspek lain yang berkaitan dengan daya tarik wisata. Hasil pengamatan dicatat sebagai data primer yang digunakan untuk mendukung hasil wawancara dan analisis program.
Dokumenter (Dimitry & Akmal)	Bertanggung jawab mendokumentasikan seluruh kegiatan observasi melalui foto dan video. Dokumentasi dilakukan terhadap kondisi lokasi, fasilitas, aktivitas pengunjung, serta proses wawancara sebagai bukti pelaksanaan kegiatan dan data pendukung yang memperkuat hasil program.
Notulis (Dede)	Bertugas mencatat seluruh informasi penting yang diperoleh selama observasi dan wawancara. Selain melakukan pencatatan, notulis juga membantu mengelompokkan data, merangkum temuan lapangan, serta menyusun hasil observasi menjadi bahan yang siap

dianalisis dan dituangkan dalam laporan program.

Keterlibatan Pihak Objek

Pihak Surabaya North Quay berperan aktif dalam mendukung pelaksanaan observasi. Dukungan tersebut diberikan melalui penyediaan informasi terkait profil destinasi, fasilitas wisata, kegiatan operasional, serta strategi promosi yang dijalankan. Dalam kegiatan wawancara, Azahra selaku Marketing Surabaya North Quay memberikan penjelasan secara mendalam mengenai pengelolaan destinasi, target pasar wisatawan, serta upaya yang dilakukan untuk meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan. Keterlibatan pihak objek sangat membantu tim dalam memperoleh data yang akurat, relevan, dan sesuai dengan kondisi aktual di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi lapangan di kawasan Surabaya North Quay (SNQ), diperoleh sejumlah temuan yang mencerminkan kondisi aktual destinasi baik dari aspek atraksi, kunjungan wisatawan, fasilitas, maupun promosi. Dari sisi atraksi wisata, SNQ memiliki beberapa daya tarik utama, antara lain mini museum kapal yang menyajikan miniatur dan informasi edukatif sebagai pengantar sebelum memasuki area utama. Selain itu, terdapat kafe teras tepi laut yang menawarkan pengalaman bersantai dengan suasana maritim, meskipun memerlukan biaya tambahan 50 Ribu Rupiah namun bisa ditukarkan menjadi voucher yang bisa ditukar dengan makanan yang tersedia di area SNQ. Daya tarik paling dominan pada wisata ini adalah keberadaan kapal pesiar yang bersandar dekat dengan SNQ. Kehadiran kapal pesiar ini terbukti meningkatkan jumlah kunjungan secara signifikan karena dianggap sebagai momen langka dan menarik untuk dokumentasi, dikatakan langka karena jadwal pemberhentian kapal pesiar yang tidak tentu atau random. Namun di samping itu, terdapat event kolaborasi dengan berbagai produk, meskipun pelaksanaannya tidak rutin yang diadakan langsung oleh pengelola.

Pada aspek jumlah dan karakteristik wisatawan, kami menemukan data bahwa kunjungan tergolong dalam kategori sedang dengan rata-rata 4.000–6.000 pengunjung per bulan. Wisatawan yang datang di SNQ cenderung didominasi oleh kelompok keluarga, khususnya warga lokal Surabaya, namun beberapa fenomena biasanya para penumpang kapal pesiar juga turun kapal untuk berkunjung dan mengelilingi SNQ dan berfoto. Wisata ini mempunyai kegiatan utama atau kegiatan yang biasanya dilakukan oleh pengunjung yang meliputi bersantai, berfoto, membuat konten media sosial, serta menikmati kuliner. Namun sekitar 90% wisatawan teridentifikasi melakukan aktivitas fotografi, yang dengan itu menunjukkan tingginya daya tarik visual dari destinasi SNQ sendiri. Hal tersebut bisa terjadi karena memang spot foto yang terdapat di SNQ merupakan spot foto yang tidak bisa ditemukan di Surabaya manapun hanya ada di SNQ.

Pada sisi fasilitas, sebagian besar sarana dasar seperti tempat parkir, toilet, tempat makan, dan tempat sampah tersedia, meskipun kondisi beberapa fasilitas masih berada pada kategori yang masih bisa diperbaiki lagi. Namun pada Aksesibilitas menuju lokasi dan transportasi umum tergolong cukup baik, namun belum tersedia fasilitas penginapan di sekitar area wisata fakta tersebut di dapatkan langsung dari pengelola dan fakta yang ada di lapangan.

Tak hanya itu observasi yang dilakukan menemukan data pada aspek promosi, bahwa SNQ telah memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok secara aktif dan efektif. Media sosial yang dikelola langsung oleh pengelola SNQ dirancang secara eksklusif untuk menarik pengunjung dari branding yang dibuat. Dimana branding destinasi SNQ ini sangat kuat pada momentum kedatangan kapal pesiar yang terbukti menjadi daya tarik utama untuk menarik pengunjung. Tersedia juga spot foto ikonik dan petunjuk arah fisik di lokasi, meskipun hingga saat ini SNQ belum didukung oleh pemandu wisata resmi yang menjadikan banyak pengunjung yang sedikit kebingungan ketika datang.



Gambar 1. Proses Wawancara Bersama Marketing PT.Pelindo Properti Indonesia

Hasil kegiatan observasi yang sudah kami lakukan menunjukkan bahwa SNQ memiliki potensi wisata yang cukup kuat terutama pada aspek daya tarik visual dan pengalaman unik melalui kapal pesiar. Karena bisa masuk kategori wisata yang langka maka dari itu bisa sangat memungkinkan SNQ akan semakin ramai jika pengelolannya lebih difokuskan lagi untuk menarik para pengunjung. Namun tak cukup disitu ketergantungan pada kapal pesiar sebagai branding utama juga menjadi kelemahan terbesar jika tidak didukung dengan daya tarik lainnya. Karena ketika tidak ada kapal pesiar yang bersandar, tingkat kunjungan cenderung menurun. Hal ini menunjukkan perlunya penambahan atraksi agar destinasi tetap menarik sepanjang waktu. Dengan itu kami mendapati beberapa solusi agar wisata SNQ dapat berkembang hingga sustainability di era yang akan datang. Beberapa solusi nya yaitu yang pertama adalah dengan mengembangkan atraksi tambahan yang bersifat permanen misalnya pertunjukan budaya sekitar atau instalasi interaktif, dengan solusi tersebut diharapkan ketertarikan pengunjung tidak hanya kapal yang bersandar saja namun bertimbang dengan adanya pertunjukan budaya tersebut. Solusi yang kedua yaitu menyediakan layanan pemandu wisata, seperti penjelasan observasi diatas bahwa tidak adanya pemandu wisata yang berada di SNQ menjadikan sulitnya pengunjung untuk tau bagaimana mengakses SNQ. Dengan solusi tersebut diharapkan pengunjung jadi lebih tidak bingung ketika datang, dan menjadikan para pengunjung merasa aman dan diharapkan banyak menarik pengunjung baru dari luar kota Surabaya. Solusi yang terakhir adalah dengan menyelenggarakan event rutin seperti event kebudayaan yang mengundang para veteran atau tokoh penting di sekitar. Hal tersebut diharapkan akan menarik pengunjung baru dan membuat SNQ menjadi lebih dikenal oleh masyarakat. Dengan beberapa solusi tersebut kami harap dapat membuka ruang untuk mengadakan atau hanya sebatas masukan dari luar untuk pengelola Surabaya North Quay.

Kegiatan ini memberikan kontribusi dalam bentuk pemetaan kondisi nyata destinasi wisata yang dapat digunakan sebagai dasar pengembangan strategi pengelolaan yang lebih efektif. Dari sisi pemberdayaan masyarakat, peningkatan aktivitas wisata berpotensi membuka peluang ekonomi bagi pelaku usaha lokal, khususnya di sektor kuliner dan jasa. Selain itu, temuan ini juga memperkaya kajian dalam bidang pariwisata, khususnya terkait pengelolaan Ke depan, program pengembangan SNQ memiliki potensi keberlanjutan yang tinggi apabila didukung dengan inovasi atraksi, peningkatan fasilitas, serta strategi promosi yang lebih variatif dan konsisten.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan analisis yang telah dilakukan, Surabaya North Quay (SNQ) memiliki potensi yang kuat sebagai destinasi wisata maritim unggulan di Kota Surabaya. Keunikan atraksi berupa aktivitas pelabuhan, keberadaan kapal pesiar internasional, kawasan tepi laut, serta fasilitas pendukung yang tersedia mampu menciptakan pengalaman wisata yang menarik bagi pengunjung. Perilaku wisatawan yang didominasi oleh aktivitas fotografi dan pembuatan konten digital menunjukkan bahwa daya tarik visual menjadi faktor utama yang mendorong kunjungan ke destinasi ini.

Meskipun demikian, keberlanjutan destinasi masih menghadapi tantangan berupa tingginya ketergantungan terhadap jadwal kedatangan kapal pesiar yang menyebabkan fluktuasi jumlah wisatawan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan destinasi tidak dapat hanya bergantung pada satu atraksi utama, melainkan perlu didukung oleh diversifikasi produk wisata, penyelenggaraan event secara berkala, serta peningkatan kualitas fasilitas dan layanan wisata.

Secara keseluruhan, keberhasilan pengelolaan Surabaya North Quay sangat dipengaruhi oleh keterpaduan antara atraksi wisata, fasilitas pendukung, strategi promosi, dan pengalaman wisatawan. Dengan pengelolaan yang inovatif dan berorientasi pada prinsip pariwisata berkelanjutan, Surabaya North Quay berpotensi meningkatkan daya saing destinasi, menjaga stabilitas kunjungan wisatawan, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang lebih luas bagi masyarakat sekitar maupun sektor pariwisata Kota Surabaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak pengelola Surabaya North Quay, khususnya PT. Pelindo Properti Indonesia yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada kami, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya untuk melaksanakan kegiatan program dan observasi di kawasan SNQ. Tanpa adanya dukungan dan keterbukaan dari pihak pengelola, kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik. Kami juga menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku dosen pengampu mata kuliah Komunikasi Pariwisata yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan selama proses program ini berlangsung. Selain itu, kami turut mengapresiasi seluruh anggota tim program yang telah berkontribusi secara aktif, bekerja sama, dan memberikan dedikasi terbaiknya dalam menyelesaikan kegiatan ini. Diharapkan hasil program ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan Surabaya North Quay serta dunia pariwisata pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhizarza, G. R. (2022). Dampak kegiatan rekreasi terhadap perkembangan ekonomi sosial di Waterfront City Pontianak. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 35–43.
- Bogdan, R., & Biklen, S. K. (1992). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*. Allyn & Bacon.
- Gunawan, F. (2022). Perancangan kursi sustainable yang berbasis budaya Nusantara di Pelabuhan Surabaya North Quay. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 1–10.
- Hariato, S. P. (2021). Penilaian wisatawan terhadap komponen destinasi wisata: Atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan. *Jurnal Ilmu Kehutanan*, 13–27.
- Irvani, A. I., Diniya, D., Kaniawati, I., & Sudarsyah, A. (2024). Supervisi optimalisasi kesiapan mahasiswa pendidikan fisika untuk program Kampus Mengajar: Analisis wawancara mendalam. *Jurnal Pendidikan Fisika dan Sains (JPFS)*, 7(2), 75–85.

- Marelda, W. S. (2026). Peran media sosial dalam membentuk perilaku wisatawan pada era digital. *Journal of Management*, 1709–1716.
- Pratiwi, M. P. (2025). Analisis pengaruh media sosial, keterlibatan pengunjung, dan pengalaman pariwisata yang berkesan terhadap niat berkunjung kembali yang dimediasi oleh citra destinasi dan kepuasan pengunjung (Studi pada objek wisata di Kabupaten Bantul). *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 170–179.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian kualitatif. *Jurnal Equilibrium*, 5(1), 1–8.
- Romadhan, M. I., & Nugroho, M. (2021). Atraksi destinasi wisata dalam mendukung terbentuknya Desa Wisata Banyu Urip Kedamean Gresik. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 6(2), 105–115. <https://doi.org/10.26905/jpp.v6i2.6241>
- Romadhan, M. I., & Pradana, B. C. S. A. (2023). Komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata Kampung Adat Segunung berbasis pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 222–234
- Romadhan, M. I. (2021). Manajemen kesan Disparbudpora Sumenep dalam membangun citra destinasi wisata. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*, 22(1), 103–117.
- Romadhan, M. I., Sudaryanto, E., & Suwandha, A. I. (2025). Inisiasi live streaming minishow sebagai inovasi promosi budaya tari tradisional dalam membangun reputasi digital Sanggar Mugi Lestari. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian*
- Romadhan, M. I., Pariyanto, & Suwandha, A. I. (2025). Critical discourse analysis of Pertamina's press release "Supported by the Attorney General's Office, Pertamina Ensures Pertamax Meets Specifications". *Journal of Scientific, Research, Education, and Technology (JSRET)*, 4(2), 757–782.
- R. M., C. C. (2021). Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan dan behavioral intention. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72–80.
- Sudiarta, I. N. (2025). Peran TikTok sebagai media promosi dalam minat berkunjung kalangan Gen Z ke Surabaya North Quay. *Jurnal IPTA*, 115–125.