

KOMUNIKASI PARIWISATA DIGITAL BERKELANJUTAN ANTARA PENGELOLA DAN WISATAWAN TUGU PAHLAWAN SURABAYA

DIGITAL SUSTAINABLE COMMUNICATION: MANAGERS AND TOURISTS IN TUGU PAHLAWAN SURABAYA

Amira Wahyu¹, Bianca Najwa S²

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*Email Correspondence: amirawahyud@gmail.com

Diterima: 31-06-2026 | Direvisi 15-07-2026 | Publikasi: 13-08-2026

Abstrak

Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember adalah salah satu ikon pariwisata kota Surabaya, Jawa Timur. Monumen ini merupakan representasi perjuangan masyarakat Surabaya dalam upaya melawan dominasi Belanda. Penelitian ini bertujuan menganalisis citra pariwisata digital Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember melalui website resmi dan ulasan Google Maps, serta mengkaji pengalaman wisatawan dan komunikasi pengelola. Analisis dilakukan dengan mengacu pada komponen pariwisata, yaitu attraction, accessibility, amenities, dan ancillary services. Kajian ini juga dikaitkan dengan konsep sustainable tourism development yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya sebagaimana sejalan dengan tujuan Sustainable Development Goals (SDGs).

Kata kunci: komunikasi, pariwisata, berkelanjutan, tugu pahlawan

Abstract

Tugu Pahlawan and Museum Sepuluh Nopember are among the icons of Surabaya, East Java. The monument represents the struggle of local people against Dutch colonial rule. This study aims to analyze the digital tourism image of Tugu Pahlawan and Museum Sepuluh Nopember, their official website and Google Maps reviews, as well as to analyze visitors' experiences and management communication. The analysis is conducted based on tourism components, namely attractions, accessibility, amenities, and ancillary services. The study is linked to the concept of sustainable tourism development, which encompasses economic, environmental, and socio-cultural dimensions in alignment with the objectives of the Sustainable Development Goals (SDGs).

Keywords: communication, tourism, sustainable, tugu pahlawan

PENDAHULUAN

Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia, merupakan kota metropolitan terbesar di provinsi Jawa Timur. Kota metropolitan ini telah berkembang sejak zaman dominasi Belanda di Indonesia. Hal ini mengakibatkan banyaknya situs, museum, bangunan bersejarah di Surabaya. Salah satunya adalah Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember, museum ini tematik khusus mengenai Pertempuran Sepuluh Nopember. Destinasi ini dipilih karena merupakan landmark atau ciri khas kota Surabaya, terbukti dengan adanya ikon Tugu Pahlawan dalam logo kota Surabaya.

Tugu Pahlawan merupakan salah satu destinasi wisata andalan kota Surabaya (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, 2019). Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember terletak di kawasan Alun-Alun Contong, Bubutan. Tugu Pahlawan dibangun berbentuk paku terbalik dengan ketinggian 40,45 meter dan diameter 3,10 meter, bagian bawah berdiameter 1,30 meter. Di kaki monumen, dihiasi ukiran sebagai simbol perjuangan. Museum Sepuluh Nopember dibangun pada 10 November 1991 dan diresmikan pada 19 Februari 2000. Museum

Sepuluh Nopember dibangun kurang lebih tujuh meter di bawah tanah dengan dua lantai agar tidak menghalangi pemandangan Tugu Pahlawan. Di dalam museum, terdapat auditorium, ruang pameran, mushola, dan fasilitas jalanan turun serta eskalator yang diharapkan memudahkan disabilitas, maupun lansia.

Tugu Pahlawan membentuk citra destinasi melalui website dan ulasan google maps. Kedua platform ini dikaji lebih lanjut, juga menganalisis hasil pengalaman wisatawan dan komunikasi pengelola. Citra destinasi adalah kombinasi variasi produk, atraksi, dan atribut ditambahkan ke tayangan dari proses seleksi berbagai informasi, citra destinasi yang baik meningkatkan minat wisatawan. Ini menjadi acuan keberlanjutan pengelolaan pariwisata Tugu Pahlawan dengan mempertimbangkan keberlanjutan elemen pariwisata, attraction, accessibility, amenities, dan ancillary services.

TINJAUAN PUSTAKA

Perserikatan Bangsa-Bangsa menetapkan Sustainable Development Goals (SDGs) sebagai acuan pembangunan global yang mencakup sosial, lingkungan, dan ekonomi. Tujuan kedelapan SDGs adalah pertumbuhan ekonomi dan pengadaan lapangan kerja. Industri pariwisata merupakan salah satu bidang vital dalam pertumbuhan ekonomi.

Industri pariwisata dinilai efektif mendukung pemasukan PDB, menghasilkan devisa, sekaligus mendorong partisipasi ekonomi lokal secara berkelanjutan (Wihastuti & Oktavia, 2022). Pariwisata membangun citra wilayah di mata publik. Pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan saja, tetapi juga pembangunan ekonomi, wilayah, dan pelestarian budaya. Segala langkah, upaya untuk eksplorasi, pemanfaatan, peningkatan SDA SDM, budaya, sarana, dan prasarana, termasuk dalam pengembangan pariwisata (Hamid dalam Hadi et al., 2021).

Menurut Haris (2000) dalam modul sustainable tourism development Kemenparekraf 2022, disebutkan bahwa konsep keberlanjutan ada tiga, yakni lingkungan, ekonomi, dan sosial budaya. Konsep keberlanjutan ekonomi adalah keberlanjutan diharapkan mampu menghasilkan barang dan jasa, serta mampu mengurangi resiko ketimpangan sektoral. Konsep keberlanjutan lingkungan adalah kestabilan sumber daya alam termasuk menjaga keanekaragaman hayati, dan fungsi ekosistem lainnya. Konsep keberlanjutan sosial budaya adalah mampu menyediakan layanan sosial yang mempertimbangkan gender, kesehatan, pendidikan, dan lain sebagainya.

Buhalis TT berpendapat bahwa terdapat beberapa elemen pariwisata, yaitu attractions, accessibility, amenities, ancillary services. Attractions atau atraksi menurut Karyono (1997) adalah apa yang dapat dilihat dan dilakukan oleh wisatawan. Sunaryo (2013) mengemukakan accessibility atau aksesibilitas adalah cara mencapai tempat wisata, mulai dari jalan hingga moda transportasi. Amenities atau fasilitas adalah kebutuhan penunjang pengunjung di tempat wisata, mulai dari toilet, tempat parkir, kantin, dan lainnya (Cooper et al., dalam Anggraini et al., 2019). Ancillary services atau layanan pendukung tempat wisata seperti tim pengembangan tempat wisata, penyedia layanan informasi, dan promotor tempat wisata Yoeti (dalam Hanafi et al., 2024).

Pemerintah Kota Surabaya mencapai prestasi positif pada tahun 2025 pada sektor pariwisata. Menurut Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah (LPPD) 2025, total ada sekitar 25, 4 juta

kunjungan, didominasi wisatawan lokal. Destinasi Tugu Pahlawan telah berhasil meraih rating 4.7 di gmaps, dengan 27 ribu ulasan. Data ini mengalami perkembangan sepanjang berjalannya waktu.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk penelitian yang mendalam dan memahami makna pengalaman subjek. Dalam penelitian ini, penulis menganalisis data melalui wawancara dengan pengelola Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember dan wisatawan. Teknik wawancara adalah pengumpulan data melalui tatap muka secara langsung maupun melalui perantara media, ataupun orang lain yang menjadi perantara jawaban. Mahasiswa sebagai penanya atau interviewer, sementara wisatawan dan pengelola sebagai penjawab atau responden. Selain wawancara, peneliti juga memastikan kecocokan jawaban responden melalui cek media digital seperti gmaps, website, dan ulasan-ulasan lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut hasil wawancara peneliti dengan pengelola Disbudpropar, pengelola yakin dengan keunikan museum yang tematik. Koleksi Museum Sepuluh Nopember khas dan tidak dimiliki oleh museum lain. Dalam upaya promosi destinasi, pengelola menjalin kerjasama dengan universitas dan komunitas, juga melakukan promosi dengan diadakannya acara Cross Musea dua kali dalam setahun, acara ini juga dimanfaatkan untuk kolaborasi dengan influencer media sosial. Menurut pengelola, hingga saat ini belum ada ulasan negatif yang signifikan. Apabila terdapat masukan, pengelola tidak keberatan melakukan evaluasi. Sejauh ini, belum dirancang program khusus untuk meningkatkan loyalitas wisatawan. Namun, Museum Sepuluh telah mendapat wisatawan setia dari kalangan siswa-siswa sekolah.

Pertanyaan	Jawaban
Apa yang membuat destinasi ini unik dibanding tempat lain?	Destinasi ini menarik karena tematik membahas pertempuran Sepuluh Nopember di Surabaya. Jadi, apa yang ada di museum ini tidak ada di museum lain. Jawaban mengapa Sepuluh Nopember diperingati sebagai hari pahlawan ada di sini.
Apa strategi utama dalam mempromosikan destinasi ini?	Kami bekerjasama dengan beberapa komunitas dan universitas untuk membuat event kolaborasi.
Apakah destinasi ini bekerja sama dengan influencer/media dalam promosi?	Ya, terutama apabila ada acara besar seperti acara besar, seperti pameran cross musea yang diadakan dua kali dalam setahun. Itu kami bekerja sama dengan para influencer.
Seberapa efektif media sosial dalam meningkatkan reputasi destinasi ini?	Sangat efektif. Apalagi kami hanya memiliki media sosial Instagram sebagai media sosial kami.
Apa tantangan utama dalam membangun reputasi destinasi ini?	Mungkin orang-orang belum banyak mengetahui mengenai destinasi ini dan memperkenalkan pada khalayak luas, tidak hanya Surabaya, tetapi seluruh Indonesia dan kelas internasional.
Bagaimana mengatasi ulasan negatif dari wisatawan?	Alhamdulillah selama ini tidak pernah mendapatkan ulasan negatif. Kalaupun ada, kami akan berbenah dan evaluasi kekurangan.

Apakah ada program khusus untuk meningkatkan loyalitas wisatawan?

Sejauh ini belum ada, kunjungan masih sering bolak-balik terutama dari sekolah.

Tabel 1 Wawancara dengan pengelola

Keberlanjutan wisata Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember, menurut elemen pariwisata yaitu attractions, accessibility, amenities, ancillary services.

a. Attractions (Atraksi)

Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember memiliki banyak daya tarik yang menjadi top of mind wisatawan. Mulai dari keberadaan tugu, mobil Bung Tomo, koleksi museum. Koleksi museum terdiri dari audio perang dan visualisasi perang. Terdapat patung dan berbagai diorama situasi.

"Begitu melangkah masuk, perhatian langsung tertuju pada monumen ikonik setinggi 41,15 meter yang berbentuk paku terbalik. Area di sekitarnya tertata rapi dengan hamparan rumput hijau yang luas dan bersih, menciptakan suasana sejuk meskipun cuaca Surabaya sedang terik. Tempat ini tidak hanya dipandang sebagai taman kota biasa, tetapi juga sebagai pengingat visual akan peristiwa heroik 10 November 1945. Pengunjung juga disarankan untuk tidak melewatkan kunjungan ke Museum Sepuluh Nopember yang terletak di area bawah tanah taman, karena di dalamnya terdapat diorama, rekaman asli suara Bung Tomo, serta berbagai koleksi senjata peninggalan perang. Selain itu, fasilitas yang tersedia cukup lengkap, mulai dari akses jalan yang ramah pejalan kaki hingga spot foto yang estetik dan bernilai sejarah." Ulasan gmaps, 2026.



Gambar 1 Museum Sepuluh Nopember

b. Accessibility (Aksesibilitas)

Monumen Tugu Pahlawan dan Museum Sepuluh Nopember terletak di Surabaya pusat. Destinasi wisata ini diapit tiga jalan besar, yakni Jalan Bubutan, Jalan Pahlawan, dan Jalan Tembaan. Terdapat beberapa lampu merah dan halte di sekelilingnya, dilalui oleh angkot, bus kota, dan suroboyo bus. Stasiun terdekat adalah Stasiun Surabaya Pasar Turi. Destinasi dekat dengan titik nol Kota Surabaya dan Kantor Gubernur Jawa Timur. Destinasi ini juga berdekatan dengan destinasi lain,

yakni Kampung Lawas Maspati. Terdapat berbagai pilihan akomodasi hotel di sekitar Tugu Pahlawan.

"Kalian kesini bisa parkir mobil, sepeda motor atau bis. Disini juga ada halte Bus Suroboyo tarif flat antara 6,500-2,500. Akses ke tugu pahlawan gratis, cuma kalau masuk museum buat kalangan umum bayar Rp5000,00, khusus pelajar (Paud-SMA) dan Mahasiswa gratis, pas diloket bilang aja ke satpamnya saya mahasiswa dan jgn lupa tunjukan KTM KTSnya ya." Ulasan gmaps, 2024.

c. Amenities (Fasilitas)

Selain koleksi sejarah, Tugu Pahlawan dihiasi dengan lapangan dan taman yang ditumbuhi pepohonan rindang, lengkap dengan kursi taman. Akses masuk museum dibuat jalan miring, memudahkan pengguna kursi roda. Di pintu masuk dan keluar, terdapat penjual cemilan. Area masuk sudah dilengkapi dengan sistem QRis yang memudahkan pengunjung, bisa juga daftar terlebih dahulu melalui website.

"Monumen ini menjadi salah satu wisata sejarah dengan fasilitas dan bangunan fisik yang baik, kebersihan dan perawatan terjaga, lapangan hijau yang luas dan ada tugu mirip monas. pada hari minggu kemarin ada acara teatrikal yang di perankan oleh komunitas roodeburg, dengan membayar 5rb sudah bisa masuk kedalam area tugu surabaya ini. di dalam nya terdapat museum dengan tiket masuk 8rb kita bisa lebih mengenal history dari museum dan perjuangan arek surabaya. di sekitar sini juga banyak penjual makanan dari umkm lokal jadi jangan khawatir bagi yang suka nyemil. usahakan kalau main kesini pakai topi ya karena panas sekali pastinya cuaca surabaya apalagi bagi pendatang yang belum terbiasa di surabaya." Ulasan gmaps, 2025.

"Taman bagian tengah baik dan terawat, tapi untuk taman yang disamping perlu perbaikan karena banyak keramik yang pecah dan lubang jadi agak berbahaya untuk pengunjung. Daerah yang ada kolam perlu diberi pagar atau pembatas agar aman untuk anak kecil. Untuk museumnya baik dan rapi hanya saja banyak orang yang duduk di lantai sambil berpiknik di lorong masuk museum. Mungkin lain kali bisa dibuatkan tempat tunggu atau ruang khusus untuk itu." Ulasan gmaps, 2025.

"Museum 10 nopember di dalam Tugu Pahlawan sangat ramah untuk teman-teman disabilitas karena tersedia lift dan akses jalan untuk kursi roda. Terdapat penjual souvenir dan makan minum ringan. Untuk teman-teman yg berkunjung dimohon untuk mari bersama-sama menjaga barang-barang bersejarah yg ada di dalam, dalam bentuk untuk melestarikan museum 10 Nopembef, Tugu Pahlawan Surabaya." Ulasan gmaps, 2023.



Gambar 2 Tugu Pahlawan Surabaya

d. Ancillary Services (Layanan Pendukung)

Ulasan di gmaps sudah cukup menggambarkan destinasi wisata. Namun, pengunjung mengharapkan media sosial dengan konten yang menarik dan teratur diperbaharui.

"Kurang nya promosi dinas pariwisata, terlihat dari tempat parkir sangat sepi sekali." Ulasan gmaps, 2025.

Keberlanjutan destinasi wisata ditinjau dari tiga aspek, yakni lingkungan, ekonomi, dan sosial budaya. Dalam aspek lingkungan, kawasan taman telah dijaga dengan baik, terdapat tukang kebun dan petugas pemeliharaan taman. Sampah-sampah dipilah menurut jenisnya, organik dan anorganik. Hanya saja, kurangnya kebersihan lingkungan justru dilakukan oleh wisatawan, terutama siswa-siswi sekolah. Masih ada sedikit sampah yang tercecer, perlunya tindakan disipliner ringan dari pembimbing seperti guru maupun petugas. Guru dan petugas diharapkan saling mengingatkan siswa-siswi. Juga masih ada pengunjung yang menginjak tanaman hias. Untuk penjagaan koleksi benda bersejarah, sudah aman dari tangan-tangan pengunjung. Aspek ekonomi, dengan adanya Tugu Pahlawan, turut memajukan perekonomian sekitar. Terlebih ketika car free day setiap akhir pekan, terdapat pasar UMKM. Dana operasional wisata tidak bermasalah karena menggunakan anggaran pemerintah, tidak seperti destinasi wisata milik swasta. Aspek sosial budaya, dapat dilihat peran monumen dan museum menjaga, mewariskan, dan menguatkan nilai-nilai kebangsaan berdasarkan aspek historis. Destinasi ini menjadi tempat berkumpulnya warga Surabaya setiap peringatan hari-hari besar.

Pertanyaan	Informan 1 Meva, Malang Mahasiswa Ilmu Perpustakaan	Informan 2 Olivia, Jember	Informan 3 Hana, Jakarta Pusat	Informan 4 Rafli, Malang	Informan 5 Fitri, Surabaya
Apa alasan utama Anda memilih destinasi ini?	Pusat kota, gampang. Menarik.	Museum sejarah penting untuk kita tahu. Penting di Surabaya untuk mengunjungi tempat ini.	Dekat aja dari tempat acara saya.	Kesan pertamanya bagus	Adem, taman umum. Semua orang bisa ke sini.
Bagaimana Kesan pertama Anda terhadap destinasi ini?	-	Informatif. Setiap ruangan memiliki pos masing-masing	Lumayan terawat, bersih	Kesannya oke	Makin ke sini makin bagus.
Seberapa penting ulasan online dalam menentukan kunjungan Anda?	Penting. Karena zaman sekarang segala hal serba digital. Semisal saya (sebagai mahasiswa) mencari tempat untuk nugas dari	Untuk Gen Z, pertama search dulu di google. Jadi ulasan google penting untuk aku.	Mungkin cukup penting.	Rekomendasi banget.	Tidak pengaruh (review online), karena orang asli Surabaya.

	online dulu. Tempat mana yang bisa saya gunakan untuk penelitian dan penelitian saya cocok di Museum Sepuluh Nopember. Dari segi tata letak maupun segi kelengkapan arsip. dan dijelaskan secara digital. Kayak rating dari tempat ini sangat membantu				
Apa yang membuat destinasi ini memiliki reputasi baik atau buruk?	Cukup baik. Dilihat dari kerapian, kebersihan, dan estetika peletakan barang. Juga menarik, ada peletakan replika pejuang dulu. Bagus.	Tidak ada buruknya, jadi baik. Sebagai tempat belajar.	Yang baik, karena sudah menjadi landmark kota Surabaya. Yang buruk, mungkin orang belum familiar dengan cara masuk lokasi.	Baik	Makin ke sini makin baik. Makin tertata. Ada perkembangan
Apakah Anda akan merekomendasikan tempat ini ke orang lain?	Sangat cocok untuk direkomendasikan ke lingkungan sekitar saya. Jurusan saya dari Ilmu Perpustakaan. Saya ke sini karena tugas, sangat lengkap. Ada diorama statis, arsip-arsip mungkin bisa digunakan jurusan saya untuk penelitian. Jadi cocok direkomendasikan.	Karena pertama kali, mungkin akan merekomendasikan ke orang lain.	Iya.	Iya, rekomendasi banget karena nyaman, dingin, rapi	Pasti.

Tabel 2 wawancara dengan wisatawan

KESIMPULAN

Tugu Pahlawan telah memenuhi elemen-elemen dalam pariwisata, yakni attractions, accessibility, amenities, ancillary services. Meskipun masih terdapat kekurangan, hal ini bisa menjadi bahan evaluasi bersama. Dari aspek keberlanjutan, destinasi ini telah berkontribusi pada pelestarian lingkungan taman, peningkatan ekonomi lokal melalui UMKM, serta penguatan nilai sosial budaya melalui edukasi sejarah dan kegiatan peringatan hari besar nasional. Kekurangannya, dibutuhkan optimalisasi promosi destinasi di media sosial. Pihak pengelola sangat membantu jalannya penelitian. Berdasarkan hasil wawancara, menunjukkan kesesuaian ulasan positif

wisatawan dengan gmaps. Destinasi wisata telah mendapatkan persepsi, intepretasi, dan citra positif dari pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriani, N. S., Nugraha, C. N., Sutrisno, N. A. S., & Aulina, L. (2024). Pengaruh strategi content marketing terhadap brand awareness di sosial media TikTok @rucas.official.
- Kadarusman, A., & Putri, Y. R. (2024). The influence of electronic word of mouth (E-WOM) through social media TikTok on Aerostreet product brand awareness.
- Meiliana, & Rusdi, F. (2024). Pengaruh social media marketing TikTok terhadap brand awareness produk Bioaqua.
- Nguyen, C., Tran, T., & Nguyen, T. (2024). Factors affecting users' brand awareness through social media marketing on TikTok. *Innovative Marketing*, 20(1), 122–131.
- Nurrahmah, A. S., Azzahra, A. L., & Wisnu, M. (2025). Rancangan dan langkah-langkah penelitian kualitatif. *Qalam lil Muftadiin*, 3(2).
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025). Metode pengumpulan data kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 13074–13086.
- Rahma, V. N., & Huda, A. M. (2023). Penerapan integrated marketing communication Toko Kopi Padma dalam menarik pelanggan. *The Commercium*, 7(1), 10–23.
- Rehman, S. U., Gulzar, R., & Aslam, W. (2022). Developing the integrated marketing communication (IMC) through social media.
- 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 Pertamina Meets Specifications". *Journal of Scientific, Research, Education, and Technology (JSRET)*, 4(2), 757–782.
- Sa'diah, A., & Handayani, S. D. (2025). TikTok marketing communication and purchase intention through brand awareness, brand engagement, and perceived value. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 11(2).
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan penelitian kualitatif: Konsep, prosedur, kelebihan, dan peran di bidang pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211.