

ABSTRAK

Pariwisata pada saat ini memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi khususnya dalam meningkatkan devisa negara dan juga membuka lapangan usaha baru untuk masyarakat sekitar. Jawa timur, khususnya kota Surabaya tercatat memiliki lebih dari 40 obyek wisata yang terdiri dari wisata alam, religi, hingga wisata belanja. TIC kota Surabaya merupakan sebuah program yang dibawah oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Surabaya yang diresmikan pada tahun 2006 lalu oleh wakil walikota Surabaya bapak Arief Afandi bersamaan dengan program *branding* kota Surabaya sebagai kota wisata "*Sparkling Surabaya*". Peran TIC kota Surabaya adalah sebagai pusat informasi tentang kepariwisataan seperti obyek-obyek wisata disekitar kota Surabaya, transportasi, jarak, dan juga waktu tempuh menuju ke lokasi wisata. Diharapkan dengan adanya TIC kota Surabaya dapat memudahkan perjalanan wisata para wisatawan sehingga perjalanan wisata mereka bisa lebih berkesan dan meningkatkan pendapatan kota Surabaya dari sektor pariwisata. Dengan mengandalkan program TIC ini, kota Surabaya diharapkan dapat menyaingi 3 besar kota tempat tujuan wisata di Indonesia yaitu Bali, Jogjakarta dan Jakarta. Oleh karena itu penelitian ini dibuat atas dasar untuk memahami persepsi wisatawan asing terhadap TIC kota Surabaya ditinjau dari berbagai aspek mulai dari segi gedung kantor, lokasi, layanan yang diberikan, hingga informasi yang disediakan sehingga diharapkan dapat dijadikan sarana peninjauan untuk mengembangkan kinerja program dan menambah jumlah pengunjung di TIC kota Surabaya dan lebih lanjut untuk meningkatkan sektor kepariwisataan kota Surabaya

Kata kunci: Pariwisata, persepsi, dan *Tourism Information Center*

ABSTRACT

Tourism nowadays hold the important role of economic development and to increase foreign exchange and to create jobs for local people. East Java, especially Surabaya have more than 40 tourism sites consists of nature tourism, religion and shopping tourism. Surabaya TIC is a program that underscored by Surabaya culture and tourism service that inaugurated in 2006 by former vice mayor of Surabaya, mr. Arief Afandi coincide with Surabaya's branding program as the city of tourims, named "Sparkling Surabaya". The role of Surabaya TIC as the center of tourism information like tourism sites around the city, transportation, distance, and travelling time to tourism site. Surabaya TIC is expected to ease traveller to make their travelling time to be more interesting and to increase city revenue especially from the tourism sector. By relying on TIC program, Surabaya expected to compete with Indonesia's big 3 as the tourism city that is Bali, Jogjakarta, and Jakarta. This research made to find out the perception of international traveller about Surabaya TIC viewed by office building, location, hospitality, and information that expected to be means a review to increase TIC's work and to increase Surabaya TIC visitors and furthermore to increase Surabaya tourism.

Keywords: *Tourism, perception, and Tourism Information Center*

