

## ABSTRAKS

Pariwisata adalah salah satu industri yang banyak bergantung pada sumber daya dan potensi alam yang ada, selain sumber daya manusia yang menjalankannya. Gambaran pariwisata sebagai suatu industri diberikan hanya untuk menggambarkan pariwisata secara utuh. Industri pariwisata lebih banyak bertujuan untuk meyakinkan masyarakat bahwa pariwisata memberikan dampak positif dalam perekonomian bangsa. Pariwisata merupakan suatu industri terbesar di dunia dan merupakan penghasil devisa negara.

Surabaya sangat kaya khazanah dan peninggalan. Artinya, sangat banyak cerita dan klangenan untuk memupuk kecintaan. Wujud kecintaan itu bermacam-macam. Ada yang ingin berperan aktif membangun kota atau merentang memori herois masa lalu. Ada pula yang mengekspresikannya dalam media kaos. Tak heran bila produk kaos Suroboyoan makin bertebaran. Dari satu dua gerai, berkembang menjadi hampir sepuluh toko. Semua mengusung ciri khas Suroboyoan dalam bentuk dan levelnya. Meski tidak ada yang benar-benar menjadi ikon, layaknya Joger Bali atau Dagadu Jogja. Tapi bukan berarti mereka terjebak hanya urusan bisnis. Sebagian justru benar-benar berangkat dari kecintaan akan kesejarahan Surabaya. Toko kaos Suroboyoan itu pun seakan menjadi penanda sejarah tersendiri. Kalau mau sejarah heroik, datanglah ke Roode Brug Soerabaia. Mau khazanah dialektis pergaulan, sambangi Sawoong atau Cak Cuk. Atau kalau mau semarak sportifitas kota arek, mampir saja di Green Shop. Kaos itu pun disandang banyak orang. Surabaya pun berkumandang di mana-mana. Surabaya seperti bercerita kepada semua orang, lewat para pemakai kaos khas Suroboyoan

Gae Koen Tok adalah *Online Shop* dengan menjual produk garment dengan desain khas Surabaya. Yang unik dari *Online Shop* ini adalah Walaupun kita tidak sedang berwisata di Surabaya, kita dapat memesan dari luar kota Surabaya tanpa harus pergi ke Surabaya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui media promosi yang digunakan dan bentuk-bentuk promosi yang digunakan. Dalam penelitian ini penulis menulis mengenai promosi melalui media sosial.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yang maksudnya adalah mengumpulkan dan memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan dan perilaku individu atau sekelompok orang. Beberapa informan seperti *founder*, admin sosial media dan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gae Koen Tok menggunakan pertimbangan media sosial adalah media sosial yang populer, biaya promosi yang minim, dan kemudahan akses. Bentuk-bentuk promosi oleh gae koen tok adalah potongan harga, promo kupon rujukan, informasi produk terbaru, dan *brand ambassador*.