

ABSTRAK

Surabaya adalah ibu kota Provinsi Jawa Timur, Indonesia, sekaligus sebagai kota metropolitan kedua setelah Jakarta. Pluralisme budaya di kota Surabaya menjadi suatu daya tarik bagi pariwisata. Salah satu upaya pemerintah Surabaya untuk melestarikan pariwisata dan budaya sekaligus meningkatkan kesadaran generasi muda Surabaya adalah dengan mengadakan acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya. Namun pendaftaran calon Cak dan Ning tidak pernah memenuhi target setiap tahunnya. Maka dari itu perlu adanya promosi terhadap event ini agar lebih banyak generasi muda yang berpartisipasi.

Dalam perancangan media promosi acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya, digunakan wawancara, kuisisioner dan studi pustaka sebagai metode pengumpulan data dan analisis matriks sebagai metode analisis data. Hasilnya adalah berbagai media promosi baik media internet maupun media cetak guna menginformasikan acara Pemilihan Cak dan Ning Surabaya kepada masyarakat umum khususnya para generasi muda Surabaya.

Kata Kunci : Surabaya, Cak dan Ning, Budaya, Pariwisata, Promosi.