



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah selama ini penulis lakukan, Two Fish Divers merupakan *resort* sekaligus *diving centre* yang mampu menyaingi para kompetitor – kompetitornya. Dapat dikatakan seperti berikut karena belum ada kompetitor yang memiliki fasilitas selengkap Two Fish Divers, yang mampu memberikan suasana liburan menegangkan sekaligus menyenangkan dan membuat *relax* secara bersamaan. Hal – hal tersebut membuat Two Fish Divers menjadi mempunyai keunggulan tersendiri yang bisa dipromosikan. Sayangnya, satu kekurangan dari Two Fish Divers ialah kurang dalam hal mempromosikan dirinya dengan efektif. Maka dari itu, munculah rumusan masalah mengenai bagaimana perancangan media promosi Two Fish Divers agar dapat meningkatkan ketertarikan para penyelam – penyelam muda di Indonesia untuk bergabung atau liburan bersama Two Fish Divers.

Untuk membuat sebuah perancangan visual, penulis terlebih dahulu mengumpulkan buku – buku mengenai media promosi, *copywriting*, dan merancang desain, sehingga menjadi patokan dalam perancangan media promosi Two Fish Divers. Selain itu penulis juga mengumpulkan buku mengenai olahraga air yaitu *scuba diving* agar penulis tahu gambaran untuk media promosi yang cocok untuk tempat *diving* itu seperti apa. Hal ini dilakukan karena sebelumnya Two Fish Divers belum memiliki media promosi yang dipikirkan secara *detail*, yaitu mereka tidak memiliki konsep visual dalam menarik perhatian target audiens, lalu tidak

memiliki *copywriting* untuk membujuk atau mengajak target audiens menggunakan jasa mereka, dan hanya menunjukkan foto – foto saat *diving* saja.

Agar promosi Two Fish Divers dapat berjalan dengan baik, penulis mengumpulkan data – data menggunakan metode *mixed methods* berupa wawancara bersama pemilik Two Fish Divers dan mewawancarai salah satu *diver instructor* yang sudah profesional namun masih tergolong muda yang memiliki komunitas *diving*, selain itu penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada sesama teman – teman *diving* maupun menyebarkannya ke komunitas *diving*, melakukan observasi, dan studi kompetitor. Dari hasil data – data yang terkumpul, membuktikan bahwa memang kurangnya media promosi yang dilakukan oleh Two Fish Divers selama ini, selain itu mereka tidak melakukan promosi secara spesifik ke target audiens yang rata – rata berusia muda. Secara promosi, Two Fish Divers kurang dalam memosisikan diri sebagai tempat *diving* yang cocok untuk kalangan muda maka dari itu perlunya merancang media promosi Two Fish Divers agar dapat meningkatkan *awareness* terhadap masyarakat khususnya kalangan muda mengenai fasilitas – fasilitas lengkap yang ditawarkannya terutama kedua fasilitas utama ini yaitu *diving centre* dan *resort*.

Setelah data – data terkumpul, penulis mengolahnya dan menentukan metode perancangan. Penulis menggunakan metode perancangan menurut Landa. Dari metode yang diikuti, penulis menemukan *big idea* yang didapat dari *brainstorming* dan pesan utama yaitu “*enjoying all the exciting yet thrilling journey with Two Fish Divers*” dan konsepnya yaitu sebuah tempat yang memiliki fasilitas serba ada untuk para penyelam muda, yaitu *resort* sekaligus *diving centre*.

Copywriting dari Two Fish Divers untuk mengajak anak muda yaitu “*Don’t Miss the Thrill*” dan “*Too Fun to be Missed*” karena penulis ingin membuat Two Fish Divers dapat menjadi tempat *diving* yang bisa memberikan suasana liburan yang *fun* dan *thrill* sehingga tidak melewatkan momen sedikit pun. Media promosi yang penulis rancang merupakan hasil dari data yang telah dikumpulkan. Penulis menjadikan sosial media seperti Facebook dan Instagram serta *billboard* sebagai media utama. Sedangkan untuk media pendukungnya yaitu *poster*, *x – banner*, *website*, dan *merchandise*. Dalam media promosi Two Fish Divers ini, penulis memperhatikan hal – hal yang sudah penulis pelajari dalam buku – buku yang penulis kumpulkan seperti halnya prinsip dasar desain, prinsip layout, tipografi, psikografis warna untuk menentukan suasana dalam visual promosi, dan sebagainya.

Setelah melakukan pencarian data, mengumpulkan buku – buku terkait perancangan media promosi Two Fish Divers dan merancang, penulis menyimpulkan bahwa Two Fish Divers memiliki fasilitas yang baik dan dapat menjadi keunggulannya untuk dipromosikan seperti fasilitas utamanya yaitu memiliki *diving centre* dan *resort* sendiri namun dikarenakan kurangnya media promosi dan tidak adanya konsep visual untuk menarik target audiens, maka dari itu penulis merancang media promosi dengan memperlihatkan kedua fasilitas utama yang digabungkan, tujuannya yaitu membuat target audiens penasaran apa saja fasilitas – fasilitas yang ada di Two Fish Divers sehingga mereka tertarik untuk mencari informasi dan melakukan registrasi atau *booking room*. Melalui perancangan media promosi Two Fish Divers ini, penulis menaruh harapan besar

terhadap Two Fish Divers agar lebih memiliki banyak peminat dalam hal *diving* dan *snorkeling* dan juga lebih banyak pengunjung untuk dapat menikmati fasilitas utama lainnya yaitu *resort*, sehingga Two Fish Divers dapat membentuk *base customer* yang baru yaitu diisi oleh anak – anak muda dan usahanya dapat lebih berkembang dan bertahan lama.

5.2. Saran

Topik mengenai Two Fish Divers dapat dikembangkan lagi, terlebih tentang aktivitas *diving* dan *snorkeling*-nya. Pembaca dapat mengembangkan topik ini menjadi kampanye mengajak anak – anak muda untuk dapat mencintai lautan dengan melakukan aktivitas – aktivitas positif seperti melakukan *diving* dan *snorkeling*. Karena dalam salah satu wawancara penulis bersama dengan pemilik Two Fish Divers, mereka bekerjasama dengan salah satu organisasi lingkungan yang besar di Kota Manado, sehingga mereka juga selalu mengadakan *event* besar yang melibatkan kecintaan mereka terhadap alam yang sudah menjadi hobi mereka. Selain itu, topik ini juga dapat dijadikan media informasi, mengetahui bahwa *diving* dan *snorkeling* juga dapat menjadi salah satu “*sea therapy*” bagi kita dan juga dapat mengontrol *panic attack*.