

## **BAB V**

### **PENUTUPAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Kota Ambon memiliki banyak pantai yang mengagumkan sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan untuk mengunjungi dan menikmati keindahan wisata baharinya. Selain itu salah satu faktor pembangkit perekonomian di Kota Ambon adalah wisata baharinya. Salah satu wisata bahari yang menjadi unggulan di kota Ambon adalah pantai Hukurila. Pantai Hukurila sudah ada sejak ratusan tahun lalu dan letaknya yang berada di Negeri atau desa Hukurila membuat pantai ini menjadi daya tarik sebagai sumber perekonomian bagi masyarakat di Negeri Hukurila dan Kota Ambon. Masih banyak masyarakat di Kota Ambon yang mengira bahwa kegiatan yang dapat dilakukan di pantai Hukurila hanyalah berenang dan memancing bahkan selama ini banyak yang belum tahu bahwa pantai Hukurila memiliki tiga lokasi pantai yang bisa dijadikan sebagai tempat rekreasi, dan mempunyai gua bawah laut yang menjadi kelebihan dari pantai ini. Padahal sejak tahun 2018 Pemerintah Kota Ambon sudah menetapkan pantai Hukurila sebagai wisata bahari unggulan.

Kurangnya promosi yang dilakukan berdampak pada minimnya informasi wisatawan tentang wisata bahari pantai Hukurila beserta dengan seluruh aktivitas wisata bahari yang dapat dilakukan. Hal itu juga membuat banyak masyarakat diluar daerah Ambon yang mengira bahwa lokasi pantai Hukurila berada di daerah lain. Maka, salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah merancang media promosi bagi pantai Hukurila. Perancangan ini dimulai dengan mencari informasi, data, dan ide secara tepat agar dapat mempengaruhi proses mendesain.

Promosi pantai Hukurila difokuskan untuk memberikan informasi seluruh kegiatan wisata bahari yang dapat di lakukan di pantai Hukurila. Dimulai dari memperlihatkan seluruh pemandangan darat dan lautnya hingga kegiatan wisata yang diunggulkan yaitu diving dengan visual yang telah ditentukan sesuai dengan target. Media yang digunakan juga harus dapat mencakup target primer maupun sekunder. Melihat kondisi internet di Kota Ambon yang belum merata dan stabil, maka penggunaan media konvensional masih sangat diperlukan untuk menggapai perhatian target primer sedangkan untuk target sekunder, lebih banyak menggunakan media digital sebab kondisi internetnya sudah merata dan stabil. Diharapkan dengan terciptanya beberapa media promosi ini, pantai Hukurila dapat menarik banyak wisatawan untuk berkunjung dan melakukan kegiatan wisata bahari.

## **5.2. Saran**

Dalam pembuatan media promosi tidaklah mudah sebab diperlukan pencarian informasi dan data yang *valid* sebelum bisa menentukan media sampai gaya visual yang ingin diperlihatkan agar dapat menarik perhatian audiens. Batasan masalah seperti umur, geografis, psikografis, SES, dan lainya juga penting untuk dipertimbangkan agar suatu desain yang dibuat menjadi efektif.

Dalam mendesain tentunya tidak langsung mendapatkan hasilnya. Diperlukan percobaan berulang-kali agar mendapat hasil terbaik maka jika terjadi kegagalan dalam mendesain janganlah berhenti mencoba. Sebab kegagalan yang dihadapi dapat memberikan ide yang baru.

Penulis berharap perancangan media promosi ini dapat berguna bagi Negeri Hukurila, Kota Ambon, serta peneliti lain yang juga meneliti topik yang sejenis yaitu media promosi.