



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 III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Menurut Creswell (2014) terdapat tiga metode pendekatan yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian; metode kuantitatif, metode kualitatif, dan metode campuran/mix methods. Metode kuantitatif dilakukan dengan pengujian teori dengan mengukur hubungan antar variabel untuk menjaga keobjektifan hasil penelitian sehingga data yang diperoleh bisa mewakili keadaan di lapangan. Metode kualitatif dilakukan dengan eksplorasi dan pemahaman khusus terhadap sudut pandang individu atau kelompok dalam sebuah fenomena sosial. Dengan melihat kelebihan dan kekurangan dari metode kuantitatif dan kualitatif, penggunaan metode campuran/mix methods yang mengintegrasikan asumsi dan teori dapat membantu memperoleh data yang lebih dalam disertai bukti yang kuat.

3.1.1 Wawancara

Menurut Sugiyono (2018) wawancara adalah percakapan dua arah yang dilakukan oleh pewawancara dengan mengajukan pertanyaan terhadap narasumber untuk mencapai maksud tertentu. Penelitian dilakukan di tengah terjadinya pandemi Covid-19 yang membatasi ruang gerak masyarakat dunia sehingga wawancara dilakukan secara online lewat platform yang tersedia. Penulis juga menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur yaitu dengan bersikap fleksibel dan melakukan improvisasi dari daftar pertanyaan yang sudah disiapkan, menyesuaikan dengan konteks pembicaraan dan persetujuan dari narasumber

3.1.1.1 Wawancara Dengan Kepala Unit Monumen Kapal Selam

Penulis melakukan wawancara dengan narasumber dari pihak Monumen Kapal Selam yaitu Bapak Lettu Laut (P) Teja Ludira selaku kepala unit Monumen Kapal Selam. Wawancara dilakukan pada tanggal 15 September 2021 menggunakan platform Zoom. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam langsung dari pihak pengelola

tentang perkembangan Monumen Kapal Selam terkini. Berikut rangkuman dari wawancara yang telah dilakukan:

a. Sejarah

Monumen Kapal Selam atau lebih dikenal dengan Monkasel telah berdiri dan diresmikan pada 27 Juni 1998 di Jalan Pemuda No. 39, Surabaya, berlokasi tepat di samping Plaza Surabaya dan bantaran sungai Kalimas. Monumen Kapal Selam menggunakan armada kapal selam yang telah purnatugas yaitu KRI Pasopati 410, yang menjadikannya museum kapal selam terbesar dan pertama di Asia. Proses pemindahan KRI Pasopati 410 dari pelabuhan ke daratan tidak mudah dikarenakan ukurannya sepanjang 76,6 meter sehingga harus dipotong menjadi 16 bagian dan dirakit kembali di lokasi museum.

KRI Pasopati 410 merupakan unit kapal selam buatan Rusia tahun 1952 dengan tipe *Whiskey Class* yang ditugaskan di TNI AL sejak 29 Januari 1962. Nama Pasopati diambil dari nama senjata yang dimiliki Arjuna, tokoh pewayangan Indonesia. Sebelum akhirnya berlabuh dan menjadi museum, KRI Pasopati 410 sendiri telah berperan aktif membantu Angkatan Laut Indonesia menjaga kedaulatan negara, salah satunya dengan terlibat dalam Operasi Trikora.

b. Semboyan

Di berbagai penjuru Monumen Kapal Selam terpampang semboyan dari Korps Kapal Selam, yaitu “Wira Ananta Rudira” yang berarti tabah sampai akhir. Semboyan ini tidak hanya menguatkan para anggota TNI AL yang berdinast, namun juga menjadi pengingat bagi pengunjung Monumen Kapal Selam akan jasa para abdi negara.

c. Keunggulan

Selain menjadi museum kapal selam pertama dan terbesar di Asia, Monumen Kapal Selam juga satu-satunya di Indonesia dan belum ada museum serupa. Pengunjung tidak hanya dapat melihat wujud fisik dari kapal selam, tapi juga berkesempatan merasakan langsung berada di dalam tubuh kapal selam dan bisa memegang berbagai panel di dalamnya.

d. Wahana dan Fasilitas

Seperti tempat rekreasi publik pada umumnya, Monumen Kapal Selam memiliki fasilitas umum seperti toilet, mushola, ATM, kios makanan, dan area merokok. Di dalam kompleks Monumen Kapal Selam juga terdapat 1 wahana utama dan 4 wahana pendukung lainnya sebagai berikut:

- **Monumen Kapal Selam**

Wahana utama yang menjadi ciri khas dari museum, dimana pengunjung bisa masuk dan merasakan langsung pengalaman berada di dalam tubuh kapal selam. Adapun ruang-ruang yang dapat dikunjungi oleh pengunjung antara lain, ruang torpedo, ruang Komandan, lounge room Perwira, ruang Pusat Informasi Tempur, dapur, lounge room Tamtama/Bintara, dan ruang motor diesel. Tidak hanya masuk ke dalam ruangan tersebut, pengunjung juga diizinkan untuk menyentuh panel-panel yang tersedia, termasuk merasakan tempat tidur ABK. Pada ruang Komandan, terdapat juga deretan foto para Komandan Kapal yang pernah bertugas di KRI Pasopati 410.

- **Video Rama**

Teater mini yang menayangkan film dokumenter pendek mengenai sejarah Monkasel. Terdapat 2 film yang biasanya dipertontonkan kepada pengunjung, yaitu berjudul “Monumen Kapal Selam” dan “Lebih Mengenal TNI Angkatan Laut”.

- **Panggung Sarang Hiu**

Panggung serbaguna yang disediakan untuk live music atau disewakan secara umum untuk kegiatan pendidikan, penyuluhan, dan sejenisnya.

- **Taman Swarga Puspitaloka**

Taman yang dihiasi berbagai jenis tanaman dilengkapi dengan jalan setapak, koridor, tempat duduk dan berteduh, dan lampu hias. Pada dinding koridor yang menghadap sungai Kalimas, terdapat ilustrasi sejarah kekuatan bahari Indonesia yang dibuat oleh seniman lokal.

- **Perahu Motor**

Wahana ini sebenarnya milik Pemkot Surabaya yang dapat mengintegrasikan beberapa tempat rekreasi yang berada di bantaran sungai Kalimas. Perahu motor yang ada di Monumen Kapal Selam dapat mengantarkan pengunjung ke Taman Prestasi yang berjarak 1 km dengan mengarungi sungai Kalimas.

e. Manajemen

Sebagian besar petinggi di jajaran manajemen operasional Monumen Kapal Selam merupakan anggota aktif TNI AL, termasuk narasumber Bapak Lettu Laut (P) Teja Ludira yang juga merupakan Kepala Unit Monumen Kapal Selam sekaligus anggota TNI AL dari Korps Kapal Selam. Sedangkan karyawan dari kalangan masyarakat sipil rata-rata bertugas pada operasional lapangan seperti pemeliharaan, petugas tiket, dan guide. Monumen Kapal Selam juga memberdayakan siswa SMK Pariwisata yang ingin melakukan KKN (Kuliah Kerja Nyata) sebagai pegawai Monumen Kapal Selam.

f. Kunjungan

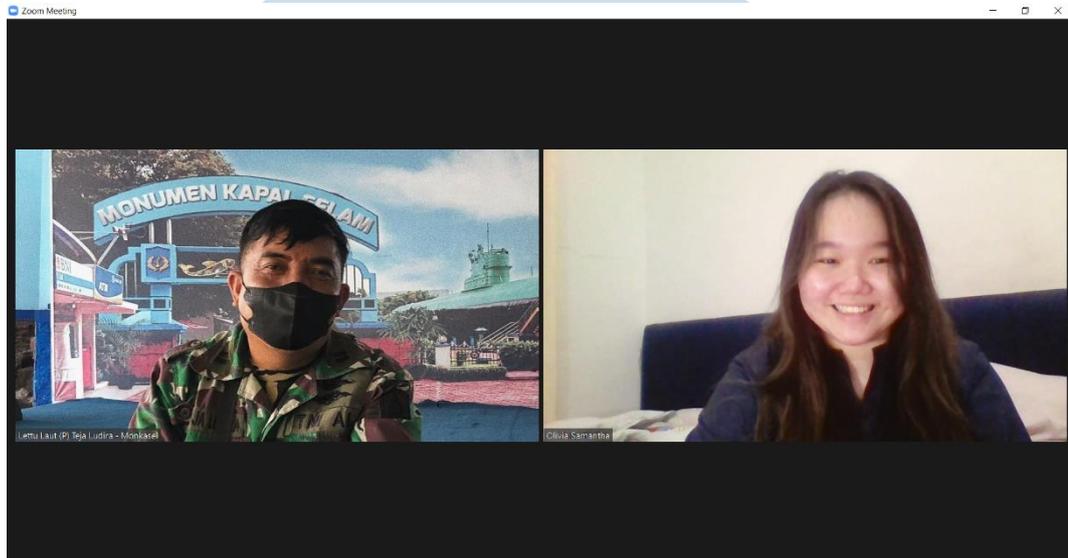
Monumen Kapal Selam dibangun sebagai tempat wisata yang ramah untuk pengunjung segala usia, namun menurut Bapak Lettu Laut (P) Teja Ludira, pada perkembangannya pengunjung utama dari Monumen Kapal Selam adalah keluarga muda, kelompok study tour, dan wisatawan asing. Kunjungan tertinggi biasanya terjadi di akhir pekan dan libur nasional, menyebabkan pengunjung yang ingin masuk ke dalam tubuh kapal selam harus mengantri dan bergantian karena ruang di dalamnya terbatas. Sejak tahun 2013 pengunjung Monumen Kapal Selam mengalami penurunan signifikan diakibatkan pertumbuhan pusat perbelanjaan dan pembangunan tempat rekreasi modern di Surabaya. Di masa pandemi Covid-19, kunjungan wisatawan semakin menurun dengan adanya aturan PPKM dan pembatasan jumlah pengunjung masuk.

g. Harapan

Di tengah pertumbuhan Surabaya sebagai kota metropolitan, Monumen Kapal Selam berusaha untuk tetap eksis agar tidak tergerus zaman. Untuk mempertajam kembali identitas dan keunikan Monumen Kapal Selam, diperlukan sedikit perombakan dalam aspek visual dan promosi. Bapak Lettu Laut (P) Teja Ludira menyatakan harapannya agar Monumen Kapal Selam segera memenuhi standar protokol dari pemerintah agar tetap dapat buka di tengah pelaksanaan

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

PPKM dan menjadi destinasi rekreasi bagi warga Surabaya yang belum bisa berlibur ke luar kota.



Gambar 3.1 Wawancara dengan narasumber

3.1.2 Observasi

Menurut Sugiyono (2018) observasi merupakan teknik pengambilan data dengan cara yang lebih kompleks dibanding teknik lain dengan melibatkan pengamatan dan ingatan. Observasi yang dilakukan penulis pada penelitian ini adalah terbagi menjadi 2, yaitu pengamatan melalui media online dan dengan berkunjung langsung dan mengamati kondisi di Monumen Kapal Selam. Sayangnya karena terbatas peraturan PPKM, Monumen Kapal Selam masih tutup sementara sehingga penulis tidak bisa masuk ke dalam tubuh kapal dan beberapa area tertentu.

1. Media Online

Observasi *non participation observer* merupakan salah satu bentuk observasi dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan pengamatan objek. Untuk memperoleh informasi yang tidak dapat ditemukan ketika observasi lapangan karena keterbatasan PPKM, penulis memanfaatkan channel Youtube “Mommy Jalan Jalan” untuk melakukan virtual tour.



Gambar 3.2 Tangkapan layar youtube



Gambar 3.3 Tangkapan layar youtube

Sebagai tambahan, Monumen Kapal Selam memiliki akun Instagram yang digunakan sebagai media komunikasi dan promosi terhadap pengunjung.

2. Observasi Lapangan

Memasuki kawasan Monumen Kapal Selam, penulis disambut dengan gapura yang bertuliskan semboyan “Tabah Sampai Akhir” yang didominasi warna biru khas kemaritiman. Untuk bisa masuk ke dalam kompleks Monumen Kapal Selam, pengunjung perlu membayar tiket sebesar Rp 15.000/ orang. Tiket ini hanya bisa

digunakan 1 kali dan sudah bisa menikmati berbagai fasilitas yang ada di sediakan.

Wujud KRI Pasopati 410 langsung terlihat di sisi kanan dari pintu masuk, dikelilingi berbagai tanaman pemanis. Di bawah kaki kapal selam, terpampang tulisan “Wira Ananta Rudira” lengkap dengan ilustrasi kapal selam yang diapit 2 ikan hiu berwarna keemasan.



Gambar 3.4 Semboyan pada kaki kapal

Di tepi kanan dan kiri kapal selam terdapat 2 replika torpedo yang biasa digunakan ketika berperang.

Sebelum memasuki tubuh kapal selam, pengunjung dapat membaca spesifikasi dari KRI Pasopati 410 secara lengkap pada papan informasi yang disediakan.



Gambar 3.5 Papan Informasi

Untuk berkeliling, pengunjung bisa membaca denah situasi Monumen Kapal Selam yang terletak di dekat pintu masuk samping



Gambar 3.6 Denah

Berjalan sedikit ke arah timur, pengunjung bisa berjalan di koridor atau duduk bersantai sambil menikmati pemandangan sungai Kalimas



Gambar 3.7 Koridor

Berdasarkan observasi singkat di Monumen Kapal Selam, didapati bahwa keadaan ruang lingkup didominasi warna biru menyesuaikan tema maritim dari museum ini. Di beberapa tembok dijumpai lukisan sebagai media storytelling. Sebagian besar dari kompleks Monumen Kapal Selam adalah ruang terbuka yang dihiasi dengan tanaman, membuat suasana terlihat asri. Penggunaan ilustrasi atau tulisan yang terdapat di berbagai sudut Monumen Kapal Selam masih menggunakan gaya formal dan tidak ada konsistensi dalam pengaplikasiannya.

3.1.3 Studi Eksisting

Untuk melakukan perbandingan dengan kompetitor, penulis melakukan studi eksisting terhadap kompetitor Monumen Kapal Selam yang berada di Surabaya atau sekitarnya. Aspek yang menjadi perbandingan adalah penggunaan identitas visual dan keunggulan yang dimiliki oleh masing-masing brand.

1. House of Sampoerna

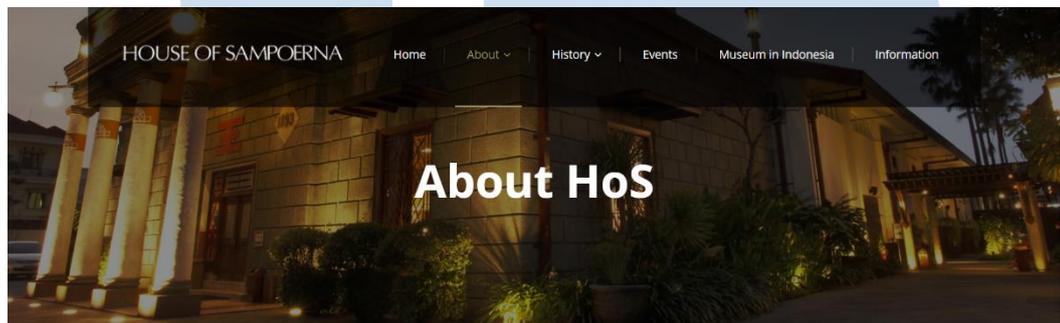
House of Sampoerna adalah gedung bersejarah dengan gaya kolonial Belanda yang merupakan pabrik sekaligus museum rokok milik PT HM Sampoerna Tbk. Berdiri sejak 1862 di kawasan Surabaya Utara, gedung House of Sampoerna awalnya didirikan sebagai panti asuhan khusus anak laki-laki yang kemudian dibeli oleh pendiri Sampoerna, Liem Seeng Tee, untuk dijadikan pabrik pengolahan tembakau. Sejak tahun 2003, House of Sampoerna dibuka untuk umum sebagai museum, sedangkan pabrik rokok kretek yang berada di belakangnya tetap beroperasi hingga hari ini (House of Sampoerna, 2019)

Keunggulan yang dimiliki oleh House of Sampoerna adalah memiliki website resmi yang menyajikan informasi dengan lengkap dan rapi sehingga memudahkan pengguna dalam mencari tahu tentang House of Sampoerna. Untuk logo, House of Sampoerna tidak memiliki logo sendiri sehingga hanya mencantumkan logo milik PT HM Sampoerna Tbk. Logo ini menjadi ciri khas yang bisa ditemui di berbagai sudut bangunan dan diaplikasikan pada interior bangunan juga.

Gaya komunikasi yang diusung House of Sampoerna adalah semi-formal dan elegan, menyesuaikan dengan image dari PT HM Sampoerna Tbk sebagai perusahaan multi nasional.

Meskipun House of Sampoerna termasuk dalam wisata heritage, sebagian besar pengunjungnya adalah anak muda dan wisatawan

asing. Hal ini didukung dengan adanya cafe modern dan gift shop di lokasi House of Sampoerna menyesuaikan kebutuhan pengunjung. Keunggulan lain dari House of Sampoerna adalah pengunjung tidak ditarik biaya masuk dan bisa memanfaatkan fasilitas Surabaya Heritage Track untuk berkeliling Surabaya menggunakan bus khusus.



House of Sampoerna



Open to the public since October 9, 2003, House of Sampoerna (HoS) is a Dutch colonial-style heritage building complex built in 1862 and located in the "Old Surabaya" area. This complex was initially an orphanage for boys managed by the Dutch. In 1932, it was

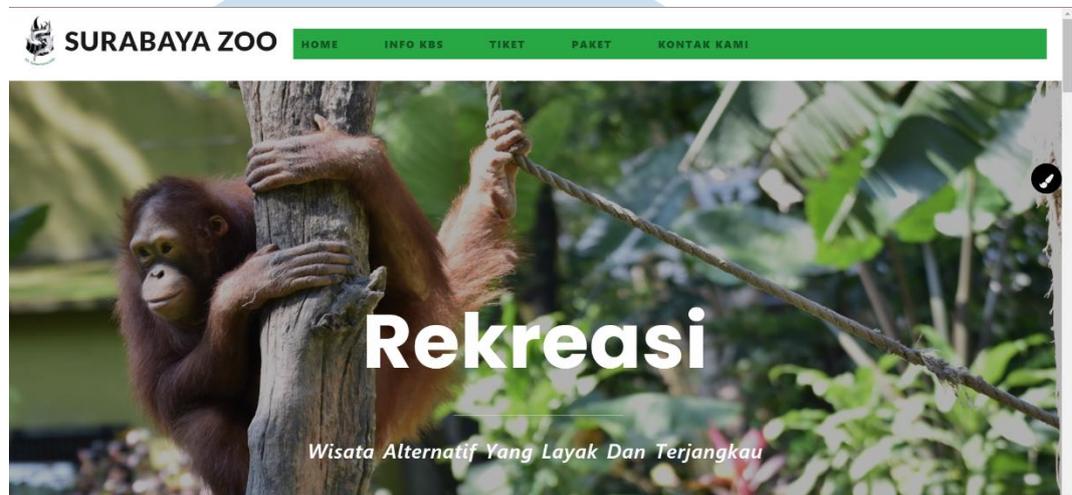
Gambar 3.8 Website House of Sampoerna

2. Kebun Binatang Surabaya

Satu-satunya kebun binatang yang ada di Surabaya ini awalnya didirikan oleh jurnalis Belanda bernama H. F. K. Kommer pada 1916. Menggunakan nama Soerabaiasche Planten-en Dierentuin, Kebun Binatang Surabaya mengalami pergantian lokasi 3 kali sampai akhirnya menetap di Jalan Darmo hingga sekarang. Berdiri di atas lahan seluas 32.000m², Kebun Binatang Surabaya menjadi destinasi utama rekreasi bagi warga Surabaya dan sekitarnya sejak puluhan tahun lalu (Kebun Binatang Surabaya, 2021).

Kebun Binatang Surabaya sudah memiliki website dan akun Instagram untuk berinteraksi dengan pengunjung meskipun masih ditemui ketidak-konsistenan dalam penggunaan visual dan gaya berkomunikasi. Kebun

Binatang Surabaya selama ini menggunakan logo milik PD Taman Satwa KBS dan belum ada pembaharuan.



Gambar 3.9 Website Surabaya Zoo

Selain bisa melihat berbagai satwa, terdapat kegiatan lain yang bisa dilakukan pengunjung seperti, menunggang gajah dan unta, naik kapal, memberi makan hewan, hingga animal show.

Tiket masuk Kebun Binatang Surabaya sebesar Rp 15.000 dan belum termasuk harga kegiatan tambahan di dalamnya.

Di masa pandemi Covid-19 dan pelaksanaan PPKM, Kebun Binatang Surabaya melakukan alternatif dengan menyediakan virtual tour.

3.1.4 Studi Referensi

3.1.4.1 Korea National Maritime Museum

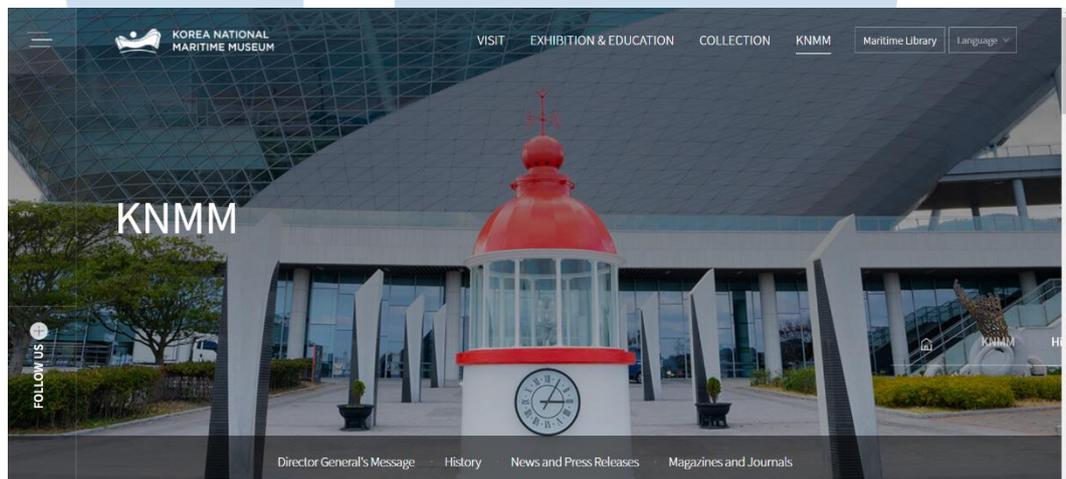
Korea National Maritime Museum yang terletak di Busan, Korea Selatan merupakan museum maritim terbesar di Korea Selatan.

Didirikan pada 2012, Korea National Maritime Museum dibangun dengan tujuan untuk menciptakan landmark yang bisa mencerminkan sejarah maritim negara. Pemilihan Busan sebagai lokasi dibangunnya museum bukan tanpa alasan. Busan adalah kota yang terletak di pesisir pantai sesuai dengan misi dari Korea

National Maritime Museum untuk menggerakkan dan mempromosikan industri pariwisata maritim.

Pengunjung bisa menikmati mulai dari akuarium raksasa, pameran peninggalan sejarah maritim Korea, berbagai replika kapal, hingga pameran seni musiman.

Website dari Korea National Maritime Museum memiliki informasi yang lengkap dan gambar yang detail mengenai denah di dalam museum. Penggunaan typeface sans serif memberikan kesan rapi dan profesional pada website tersebut.



Gambar 3.10 Website KNMM



Gambar 3.11 Ilustrasi Denah

3.2 Metode Perancangan

Metodologi yang dipilih penulis untuk diterapkan dalam perancangan ulang identitas visual mengikuti 5 metode berdasarkan buku *Designing Brand Identity* karya Anna Wheeler (2013), sebagai berikut

1) *Conducting Research*

Dalam perancangan suatu identitas, diperlukan pemahaman yang baik oleh desainer akan brand yang bersangkutan. Pemahaman ini bisa diperoleh lewat penelitian terhadap visi, strategi, value, dan tujuan dari brand, yaitu Monumen Kapal Selam. Pengumpulan data akan dilakukan dengan mix methods agar mendapat data yang sesuai dengan kebutuhan penulis.

2) *Clarifying Strategy*

Setelah terkumpulnya data dan informasi, penulis melakukan analisis untuk mengidentifikasi masalah dan urgensi yang dihadapi. Setelah masalah teridentifikasi, penulis dapat melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu penentuan strategi perancangan dengan tujuan untuk mendapatkan solusi desain perancangan yang tepat. Untuk memulai perancangan, penulis perlu melakukan brainstorming untuk memperoleh ide dan konsep yang bisa digunakan merancang identitas visual yang baru.

3) *Designing Identity*

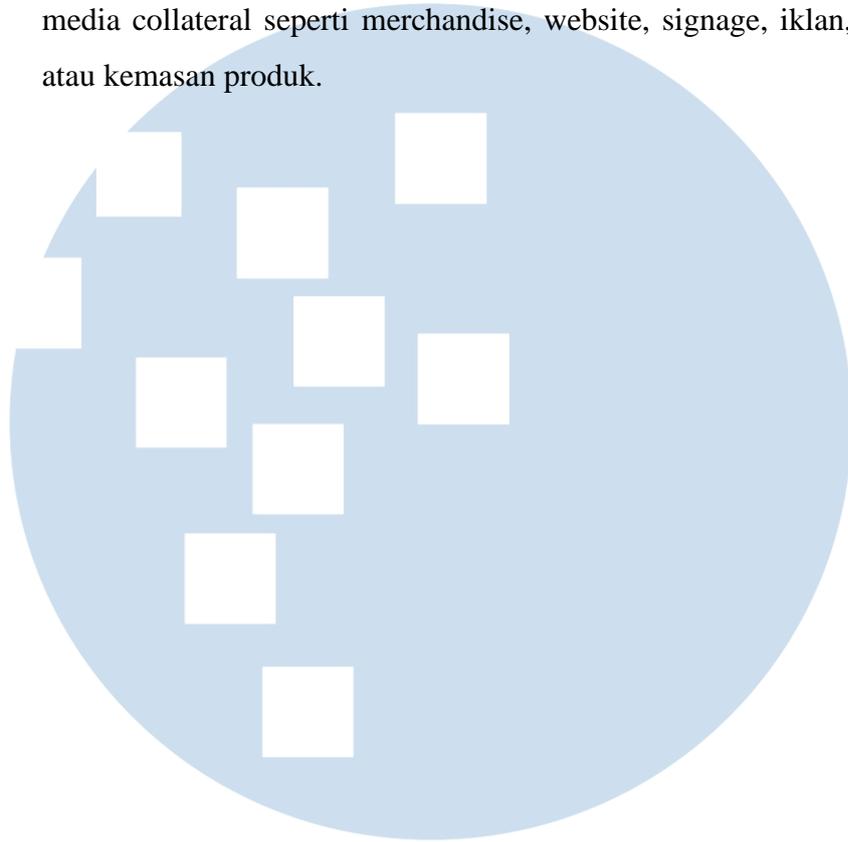
Setelah memperoleh ide dan konsep untuk perancangan identitas visual, dikemudian konsep tersebut siap dikembangkan menjadi sketsa dan moodboard. Sketsa dapat membantu visualisasi dalam menciptakan identitas visual seperti logo, supergraphic, ilustrasi, foto.

4) *Creating Touchpoints*

Identitas visual yang telah divisualisasikan kemudian diaplikasikan pada media collateral seperti merchandise, website, signage, iklan, pakaian, atau kemasan produk.

5) *Managing Assets*

Identitas visual yang telah divisualisasikan kemudian diaplikasikan pada media collateral seperti merchandise, website, signage, iklan, pakaian, atau kemasan produk.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA