



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 Simpulan

Monumen Kapal Selam merupakan salah satu tempat wisata yang ikonik di kota Surabaya. Tujuan utama didirikannya Monumen Kapal Selam ini adalah untuk memberikan edukasi mengenai armada kapal selam milik Indonesia sekaligus saksi sejarah dalam mempertahankan kemerdekaan bangsa ini. Pada perkembangannya, Monumen Kapal Selam selain sebagai tempat edukasi sejarah, juga menjadi salah satu tempat rekreasi favorit warga Surabaya. Namun seiring dengan perkembangan zaman, muncul juga pergeseran nilai. Tempat wisata sejarah seperti museum mengalami penurunan pengunjung karena adanya stigma tertentu dan perubahan gaya hidup dari target audiens. Berada di kota Surabaya yang merupakan kota metropolitan yang pertumbuhannya terbilang pesat, tidak mudah bagi tempat wisata sejarah untuk tetap eksis dan bisa bersaing dengan tempat hiburan lainnya. Hal ini mengakibatkan banyak masyarakat Surabaya terutama dari kalangan usia muda yang tidak mengenal dengan baik keberadaan Monumen Kapal Selam atau bahkan belum pernah berkunjung sama sekali. Berdasarkan pengamatan ini, penulis merancang media promosi yang bertujuan untuk mengenalkan kembali keunikan dari Monumen Kapal Selam dengan sentuhan gaya visual yang lebih relevan dengan target audiens.

Selama ini Monumen Kapal Selam sudah memanfaatkan beberapa media untuk berpromosi, namun promosi yang dilakukan kurang mengkomunikasikan kelebihan dan keunikan dari Monumen Kapal Selam. Penggunaan media tersebut masih terbatas pada interaksi dengan target audiens dan kurang persuasif untuk suatu media promosi. Selain itu, gaya komunikasi yang diusung kurang tepat untuk menysasar target audiens yang merupakan young adult. Untuk melakukan promosi yang optimal, selain

memperbaiki dari segi gaya komunikasi dan strategi pesan, penulis juga memperbanyak media yang digunakan dengan memanfaatkan media yang relevan dengan target audiens.

Dengan tujuan untuk menciptakan media promosi baru yang sesuai dengan target audiens, penulis memulai perancangan media promosi Monumen Kapal Selam dengan mengumpulkan dan mengolah data sehingga memperoleh *big idea* yaitu “*Seek the Unseen*”. Konsep utama yang diusung adalah mengajak pengunjung untuk menjelajahi kapal selam dari sudut pandang yang berbeda. Penulis ingin target audiens merasakan bagaimana kehidupan di balik beroperasinya suatu kapal selam yang tidak banyak terekspos oleh media atau internet. Yang ingin dipromosikan penulis adalah bagaimana pengalaman berada di dalam tubuh kapal selam ini dapat menjadi keunikan tersendiri bagi Monumen Kapal Selam dibandingkan wisata sejarah lainnya di Surabaya. Kemudian, penulis merancang 3 *key visual* utama yang kemudian akan diterapkan pada media-media yang ditentukan. Proses desain menggunakan penerapan dari teori desain yang didapat, sehingga membuat proses desain lebih rapi dan terstruktur. Penentuan media berdasarkan hasil riset yang dilakukan penulis terhadap media mana yang paling relevan dan banyak diakses oleh target audiens. Hasil desain media-media tersebut kemudian disatukan dalam sebuah katalog. Katalog ini akan mempermudah pihak Monumen Kapal Selam apabila hendak menggunakan desain media promosi tersebut. Selain itu, penggunaan katalog akan mempermudah penulis juga untuk mengurutkan media dari yang utama hingga sekunder.

Dalam perancangan ini, penulis menemui kesulitan untuk mempromosikan Monumen Kapal Selam secara menyeluruh, dikarenakan selain keberadaan kapal selam itu sendiri, minim wahana menarik yang terdapat di dalam lokasi museum. Kondisi sewaktu observasi lapangan juga terbatas peraturan PPKM, sehingga ada keterbatasan dalam pengumpulan data dan aset yang dapat mendukung perancangan ini.

5.2 Saran

Melakukan promosi terhadap suatu brand yang telah berdiri untuk waktu yang lama tidak mudah, terlebih wisata sejarah seperti Monumen Kapal Selam sudah memiliki stigma tertentu yang kuat di masyarakat. Untuk menawarkan wajah baru dalam kegiatan promosi merupakan tantangan tersendiri, apalagi untuk menembus target audiens baru yang notabene tidak mengenal dengan baik keberadaan Monumen Kapal Selam. Oleh karena itu, mengingat sekarang adanya pembatasan selama masa pandemi maka durasi kegiatan promosi dilakukan lebih lama dengan harapan bisa menarik perhatian lebih banyak orang. Selain itu, penting juga untuk tekun dan konsisten dalam melakukan promosi dan mempertahankan gaya komunikasi yang sudah dibentuk.

Dari sisi penulis, dalam proses perancangan tugas akhir ini alangkah lebih baik jika tetap menjaga fokus pada satu masalah tapi dapat diselesaikan dengan baik sesuai kapasitas masing-masing. Karena adanya tenggat waktu dalam perancangan visual, perlu diperhatikan juga untuk tidak terlalu bersikap idealis, mengingat objektivitas setiap orang berbeda. Pastikan juga untuk meminimalisir kesibukan diluar pengerjaan tugas akhir, karena pengerjaan tugas akhir ini memerlukan fokus dan ketekunan yang tinggi, dimana akan sulit jika harus membagi waktu dengan bekerja atau jadwal akademis lainnya.

Keberadaan *support system* yang baik dan mendukung seperti teman, pembimbing, dan keluarga akan sangat membantu kita lebih tenang dan fokus dalam pengerjaan tugas akhir. Memiliki teman seperjuangan dalam proses pengerjaan dapat membantu kita mengingatkan mengenai progres, tenggat, hingga menjaga kesehatan satu sama lain. Kita juga lebih mudah untuk bercerita kepada teman seperjuangan tersebut karena teman tersebut akan lebih mudah memahami tanpa mengecilkan perasaan kita. Cobalah juga untuk mendengarkan sudut pandang orang lain terutama orang ketiga, karena akan lebih jujur dan subjektif.

Kondisi tubuh yang prima juga sangat krusial dalam proses pengerjaan karena dapat berpikir dan berproses secara optimal. Meskipun keadaan mendesak atau sedang dalam tekanan tinggi, pastikan untuk selalu minum air yang cukup dan tetap mengonsumsi makanan, karena proses perancangan tugas akhir ini bukan hanya berjalan 1-2 hari melainkan memerlukan waktu yang panjang. Apabila kebiasaan telat makan dan kurang minum ini terus berulang, tubuh akan semakin melemah dan pada akhirnya bisa menghambat proses perancangan itu sendiri. Pengalaman dari penulis semoga bisa menjadi pengingat dan bisa diterapkan kedepannya dalam berkegiatan lainnya, bukan hanya dalam pengerjaan tugas akhir.

