

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kya-Kya Kembang Jepun merupakan wilayah pecinan yang ada di kota Surabaya sejak tahun 1930 dan berkembang di tahun 2003. Namun lokasi ini mulai terlupakan oleh masyarakat setempat karena tahun 2008 ditutup. Banyak potensi yang menarik untuk dinikmati dari Kya-Kya Kembang Jepun. Dalam upaya promosi pengenalan kembali Kya-Kya Kembang Jepun, penulis mengambil kesimpulan bahwa pentingnya mengenalkan kembali Kya-Kya Kembang Jepun karena merupakan ikon kota dan pecinan Surabaya.

Dengan adanya event promosi yang tepat dengan nama “Jelajah Kya Kya” dapat mengenalkan kembali Kya-Kya Kembang Jepun sebagai ikon kota dan pecinan Surabaya. Event ini ditujukan untuk keluarga muda di kota Surabaya yang tertarik dengan kebudayaan dan berkumpul dengan keluarga dan teman. Selain mengenalkan kembali ikon kota dan pecinan, event ini bertujuan untuk meningkatkan kebersamaan antar anggota keluarga dan teman.

Peran penting desainer komunikasi visual sangat dibutuhkan untuk membuat strategi promosi dan visual yang tepat untuk menyampaikan informasi kepada audience. Selain itu menentukan media promosi dan gaya ilustrasi yang tepat.

Event “Jelajah Kya Kya” menggunakan desain ilustrasi yang modern dan simpel dengan objek yang mewakili event promosi tersebut berupa lampion, orang menari, orang menggunakan pakaian adat China. yang ditujukan untuk keluarga di kota Surabaya dengan warna terang dan hangat yaitu krem, merah, kuning, hijau, dan biru. Komposisi layout sesuai dengan ilustrasi yang digunakan yaitu modern dan simpel, objek-objek diatur agar menunjukkan suasana “Jelajah”.

Dalam menyelesaikan pemecahan masalah, dibutuhkan media yang efisien dan tepat sebagai media promosi. Media utama yang digunakan adalah

poster dan *sign system* yang berguna untuk mengenalkan dan menginformasikan event serta media yang mengarahkan masyarakat menuju ke Kya-Kya Kembang Jepun. Selain itu terdapat media pendukung yaitu *website*, sosial media, iklan koran, X-Banner, flyer, tiket, voucher, dan gimmick.

5.2 Saran

Saran untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Timur adalah untuk mengenalkan kembali Kya-Kya Kembang Jepun sebagai ikon kota dan pecinan kepada masyarakat di kota Surabaya, melakukan promosi berupa sebuah event yang rutin diadakan setiap tahunnya untuk mengingatkan masyarakat tentang keberadaan Kya-Kya Kembang Jepun. Selain itu diharapkan adanya perbaikan fasilitas untuk lokasi Kya-Kya Kembang Jepun yang sudah tidak terawat sejak tutup pada tahun 2008.

Saran dari para penguji saat sidang akhir adalah dalam perancangan promosi pengenalan kembali Kya-Kya Kembang Jepun sebagai ikon kota dan pecinan Surabaya masih diperlukan adanya media tambahan atau pendukung lainnya untuk lebih mengenalkan kembali Kya-Kya Kembang Jepun kepada masyarakat di Surabaya.