

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Peneliti menyimpulkan Saung Angklung Udjo merupakan sebuah komunitas budaya yang bergerak dalam bidang usaha tempat wisata yang berada di Bandung, Jawa Barat. Saung Angklung Udjo memiliki visi dan tujuan dalam mewariskan budaya Indonesia (*preservation of culture*) yakni musik tradisional angklung, dengan memfasilitasi hal yang berkaitan dengan edukasi dalam bermain Angklung sebagai wujud *experiential marketing* dan memberikan sajian hiburan musik tradisional khas Sunda yakni Angklung, Saung Angklung Udjo didirikan pada tahun 1966 oleh Almarhum Udjo Ngalagena. Saung Udjo Terdapat pertunjukan, sekaligus pengalaman bermain Angklung dan menari bersama instruktur, tersedia *workshop* dan penjualan *souvenir*.

Peneliti menggunakan konsep yang berfokus pada bagaimana sebuah komunitas dapat merancang sebuah strategi komunikasi komunitas guna mencapai keberhasilan dalam mengaplikasikan konsep komunikasi pemasaran modern menurut Machfoedz (2010). Pada penelitian ini didapatkan hasil penelitian dengan melalui wawancara mendalam yang dilakukan bersama 3 informan (*Digital Strategist, Public Relations & Brand Relations*). Peneliti memberikan kesimpulan Saung Angklung Udjo sudah melaksanakan konsep strategi komunikasi pemasaran modern dalam mencapai sebuah strategi komunikasi komunitas yang efektif dan dapat diminati oleh generasi milenial hingga lanjut usia dan proses pengemasan sebuah produk dibuat dengan jelas dalam isi informasi yang dikomunikasikan, dan memiliki kreatif pesan yang efektif, serta media penggunaan media yang efektif dan memahami celah audiens atau pengikutnya. Selain itu dalam mempertahankan sebuah budaya di era saat ini (*preservation of culture*) disimpulkan Saung

Angklung Udjo sudah mencapai di tahap berhasil dengan didukung pengaplikasian konsep komunikasi pemasaran modern dan dengan *experiential marketing*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Peneliti mengharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya untuk membahas lebih lanjut strategi komunikasi sebuah komunitas dalam konteks kebudayaan lokal. Sehingga penelitian mengenai strategi dalam mewujudkan fondasi identitas negara Indonesia semakin kuat dapat diterapkan dengan pembaharuan dan inovasi yang saat ini terbukti efektif.

### 5.2.2 Saran Praktis

Peneliti mendapati saran kepada komunitas komunitas Saung Angklung Udjo dan komunitas lainnya akan lebih mendapatkan *benefit* dari sebuah *awareness* yang lebih optimal dengan lebih mengedepankan kolaborasi dengan *influencer*, *youtuber*, dsb yang memiliki jumlah pengikut yang tergolong besar (diatas satu juta pengikut), namun ditujukan terhadap pihak-pihak yang memiliki *concern* atau perhatian yang sama terhadap pergeseran kearifan lokal yang terjadi pada era globalisasi. Dengan melakukan kolaborasi lebih lanjut, maka kearifan lokal akan semakin mendapat dukungan lebih dari warga lokal yang memiliki latar belakang atau kesukaan yang tidak berkesinambungan dengan hal nya budaya. Produk dalam konteks budaya, dalam memberikannya kepada pengikut ataupun calon pengikut akan lebih efektif jikalau melakukan pendekatan dalam sisi emosional.