

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Gedung Kesenian Jakarta merupakan salah satu gedung bersejarah di Indonesia yang masih aktif melaksanakan kegiatannya hingga saat ini. Salah satu pertunjukan yang masih aktif berkegiatan di Gedung Kesenian Jakarta yaitu seni teater. Akan tetapi, Gedung Kesenian Jakarta secara aktivitas promosi tidak aktif baik *digital* maupun konvensional. Sehingga, kurang mendukung aktivitas seni teater yang ada di Gedung Kesenian Jakarta. Berdasarkan hasil wawancara, didapatkan bahwa seni teater sendiri telah mengalami kendala dalam hal promosi khususnya dalam *digital*.

Berdasarkan hasil kuesioner serta wawancara dengan target audiens, didapatkan bahwa target memiliki ketertarikan untuk datang dan menonton seni teater jika datang bersama teman atau diajak oleh teman. Hasil data tersebut kemudian penulis gunakan kedalam perancangan sebagai sebuah ide dan konsep untuk ditampilkan dalam desain promosi *event* Gedung Kesenian Jakarta .

Dalam merancang desain promosi, diperlukan sebuah *event* atau acara yang akan menjadi rangkaian aktivasi seni teater yang ada di Gedung Kesenian Jakarta. Pada perancangan ini penulis menemukan Teater KataK sebagai salah satu acara seni teater yang akan diselenggarakan di Gedung Kesenian Jakarta. Tema teater yang dibawakan oleh Teater KataK yaitu “*The Maestro: Chocolate Dreams*” yang terinspirasi dari *film* Wonka (2023).

Perancangan menggunakan tahapan Robin Landa “*Advertising by Design*” (2010) dengan urutan tahapan mulai dari *overview* untuk mengumpulkan data dan informasi, dilanjutkan *strategy* untuk membuat strategi pesan dan media menggunakan AISAS, kemudian tahapan *ideas* untuk membuat sebuah *big idea* melalui *mindmapping* dan *keyword*, lalu tahapan desain mulai dari sketsa hingga *final artwork*. Tahapan *production* yang merupakan pengaplikasian desain kepada

seluruh media yang sudah ditentukan dan tahap *implementation* untuk menganalisa hasil desain.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan hasil perancangan, penulis mendapatkan saran dari dewan sidang mengenai karya yang telah dirancang. Secara keseluruhan, karya perancangan seharusnya dapat menjadi sebuah *design system* atau *identity brand* dari Gedung Kesenian Jakarta sebagai panduan dan pedoman untuk acara-acara berikutnya, agar sesuai dengan masalah dan urgensi utama perancangan promosi Gedung Kesenian Jakarta. sehingga tujuan dari perancangan karya lebih berfokus pada keseluruhan acara yang akan ditampilkan di Gedung Kesenian Jakarta dan menjadikan 1 acara sebagai studi kasus. Berikut merupakan saran teoritis dan praktis yang dapat penulis berikan untuk para pembaca atau peneliti selanjutnya.

1. Dosen/ Peneliti

Penulis menyarankan agar peneliti baik dosen maupun mahasiswa yang tertarik dengan tema yang serupa dengan topik penelitian penulis, memiliki pengetahuan dan pemahaman yang luas mengenai gedung pertunjukan dan seni pertunjukan. Sehingga hasil perancangan dapat memiliki kejelasan dan sesuai dengan target audiens. Selain itu, akan sangat bermanfaat apabila terdapat pendekatan ilmu komunikasi untuk dapat diterapkan dalam memperkaya sudut pandang dalam menganalisis strategi promosi.

2. Universitas

Diharapkan Universitas dapat memberikan dukungan yang lebih besar terhadap mahasiswa yang ingin mengangkat tema seni dan kebudayaan lokal. Dukungan ini dapat berupa penyediaan akses ke instansi seni budaya, hingga peluang kerja sama dengan pelaku industri kreatif.