

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif untuk meneliti bagaimana strategi promosi pementasan virtual yang dilaksanakan oleh Teater Kini Berseri melalui Instagram. Data diperoleh melalui wawancara secara langsung dan melalui surel kepada pihak Teater Kini Berseri, serta peneliti juga mengobservasi melalui Instagram @kiniberseri.

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi kepada Teater Kini Berseri tentang strategi promosi pementasan virtual “Coronarang” Teater Kini Berseri, dapat disimpulkan bahwa pementasan Teater Kini Berseri melaksanakan strategi promosi dengan mengunggah konten melalui Instagram dengan menerapkan penyampaian 4c yaitu *context, communication, collaboration dan connection* sebagai cara untuk menginformasikan dan membujuk calon penonton agar mau menonton pertunjukan virtual “Teater Kini Berseri” Serta karena penampilan Coronarang diunggah pada Youtube dimana para penonton dapat melihat pertunjukan kapanpun dan dimanapun, mereka melaksanakan strategi promosi

yang berkolaborasi dengan media *online* di Bali dan mengunggah ulang cuplikan pada media sosial Twitter mereka sebagai pengingat.

Promosi yang dilakukan Teater Kini Berseri dapat dikatakan berhasil melalui beberapa faktor menurut informan penelitian. Faktor pertama, dilihat dari komentar unggahan Teater Kini Berseri, *followers* terlihat antusias dengan pementasan virtual yang dilaksanakan oleh Teater Kini Berseri. Faktor kedua, mereka menganggap jumlah penonton pementasan virtual “Coronarang” cukup memenuhi standart mereka untuk sebuah pementasan baru dalam bentuk virtual. Faktor ketiga, berkat adanya pementasan virtual “Coronarang” ini, Teater Kini Berseri Kembali dipercaya oleh pemerintah Bali untuk menjadi pembuka pada Festival Virtual Bali Jani 2020. Dan faktor ketiga, pemain dari pementasan virtual “Coronarang” mendapatkan banyak tawaran kerja sama.

Dari uraian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa Teater Kini Berseri lebih aktif berpromosi melalui sosial media Instagram untuk pertunjukan virtual “Coronarang”. Bahkan antusias dari calon penonton dapat dilihat dari komentar yang mengomentari unggahan dari Teater Kini Berseri. Serta, saat menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu media promosi yang dimana media sosial tersebut kuat pada permainan visual, penyajian konten yang menarik dan jelas berpengaruh untuk menarik minat penonton sesuai yang telah dilakukan oleh Teater Kini Berseri. Peran media pun juga berpengaruh dalam pelaksanaan pementasan virtual “Coronarang” tersebut, selain

mendapatkan paparan untuk keuntungan dari Teater Kini Berseri agar lebih dikenal oleh masyarakat Bali khususnya, penonton yang bukan merupakan pengikut dari media sosial Instagram Teater Kini Bereri dapat menonton pementasan virtual “Coronarang” oleh Teater Kini Berseri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti memberikan saran kepada masyarakat khususnya para penggiat seni, bahwa pada kondisi dengan pandemic Covid-19 seperti ini, diharapkan agar tetap mengasah kreativitas yang dapat dilaksanakan melalui media *online* atau yang disebut dengan virtual, penelitian ini diharapkan agar para pelaku seni lebih mengerti bagaimana cara mempromosikan keseniannya walaupun hanya melalui media *online*. Penelitian tentang strategi promosi ini masih jauh dari kata sempurna bagi peneliti dan berharap akan ada penelitian selanjutnya yang dapat melengkapi kelemahan penelitian ini. Serta dengan melihat bahwa salah satu kelemahan dari penelitian ini adalah strategi promosi yang hanya terbatas pada media sosial Instagram, Peneliti selanjutnya diharap dapat meneliti bagaimana cara strategi promosi dengan menggunakan strategi promosi pada industry kesenian

lain serta dengan menggunakan media lain sesuai dengan perkembangan media lainnya. Semoga, penelitian strategi promosi pementasan virtual “Coronarang” Teater Kini Berseri ini dapat membantu untuk penelitian selanjutnya agar dapat bermanfaat bagi mahasiswa ataupun pihak lain.