

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Teater Keliling telah mencerminkan penerapan ketiga elemen utama dalam *brand expression*, yaitu *brand positioning*, *brand identity* dan *brand personality*. Dari sisi ***brand positioning***, secara keseluruhan Teater Keliling adalah komunitas seni yang menyebarluaskan budaya Indonesia melalui pertunjukan keliling di mana mereka senantiasa mengikuti arus modernitas. Sebagai penjabaran lebih lanjut, Teater Keliling memosisikan dirinya sebagai kelompok teater yang aktif melakukan pertunjukan keliling sembari mengangkat budaya Indonesia melalui seni teater. Pertunjukan mereka juga memiliki karakteristik khas yang membedakannya dari komunitas teater lain. Dapat diketahui pula bahwa Teater Keliling melakukan berbagai upaya untuk melestarikan budaya Indonesia dengan seni teater. Melalui upaya-upaya ini, publik kini mengetahui mereka sebagai komunitas yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Di sisi ***brand identity***, Teater Keliling menonjolkan citra mereka sebagai komunitas teater yang *youthful* atau kekinian, hal ini tercermin melalui nilai, visual dan ambisi mereka. Seperti yang diketahui, *Brand identity* bertujuan untuk mencerminkan identitas inti dari suatu komunitas, dapat dilihat bahwa identitas Teater Keliling dibentuk oleh nilai dan prinsip mereka untuk menyebarkan kebudayaan secara inklusif melalui seni teater. Lalu dibentuk pula melalui visualisasi panggung dan visualisasi media sosial yang bertujuan untuk menandakan siapa mereka. Terakhir, identitas mereka terlihat dari ambisi dan mimpinya dalam membangun masa depan komunitas yang lebih baik.

Sementara itu, ***brand personality*** Teater Keliling berlandaskan pada sifat *passion* yang kuat untuk mendorong mereka agar terus berkomitmen dalam melestarikan budaya Indonesia. Hal ini mengakibatkan munculnya sifat kekeluargaan yang di mana mereka menyamaratakan semua anggota dan terbuka terhadap anggota baru. Lalu, mendorong lahirnya sifat semangat juang dan dedikasi mereka terhadap seni pertunjukan yang dapat dilihat dari kolaborasi bersama komunitas lain dalam mengembangkan seni teater. Terakhir, dapat dilihat dari sikap fleksibel dan otentik yang menunjukkan keterbukaan terhadap perubahan tanpa

meninggalkan nilai-nilai budaya. Ketiga elemen ini menunjukkan bahwa Teater Keliling telah berupaya untuk membangun *branding* yang kuat sebagai komunitas seni yang berkomitmen untuk mempertahankan budaya Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan mengenai *branding* komunitas Teater Keliling untuk mempertahankan seni budaya Indonesia, dengan ini peneliti memberikan sejumlah saran yang dibagi ke dalam dua kategori, yaitu saran praktis dan saran teoritis. Peneliti harap saran ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak Teater Keliling serta referensi untuk penelitian selanjutnya.

5.2.1 Saran Praktis

1. Teater Keliling disarankan untuk terus menjaga konsistensi identitas merek yang telah dibangun, baik dari segi *brand positioning*, *brand identity* maupun *brand personality* mereka. Sekarang ini, publik sudah cukup familiar dengan masing-masing elemen, sehingga tinggal diperkuat lagi ke depannya. Strategi seperti ini dapat diterapkan pula oleh komunitas seni lain, khususnya seni pertunjukan.
2. Berdasarkan temuan penelitian, Teater Keliling hanya memiliki tiga dari tujuh dimensi *brand personality*. Oleh karena itu, disarankan agar Teater Keliling dapat mengembangkan keempat dimensi lainnya, yaitu *excitement*, *sophistication*, *peacefulness* dan *ruggedness*, sehingga kepribadian merek dapat lebih luas dan beragam.
3. Penjadwalan kegiatan *touring* sebaiknya ditetapkan secara rutin setiap tahunnya. Lebih lagi, informasi ini dapat dikomunikasikan melalui media sosial Teater Keliling di setiap awal tahun agar pengikut mereka dapat mengetahui aktivitas kedepannya.
4. Teater Keliling dapat mengimplementasikan strategi promosi melalui konten video pendek seperti reels atau *shorts*, yang menampilkan potongan pertunjukan mereka, hal ini untuk menjangkau audiens digital agar mereka sadar akan keberadaan Teater Keliling terlebih dahulu.

5. Walaupun sebelumnya sudah bekerja sama dengan beberapa organisasi pemerintahan, namun diharapkan Teater Keliling dapat memperluas kemitraan dengan pemangku kepentingan yang relevan lagi. Kolaborasi seperti ini dapat meningkatkan jangkauan audiens sekaligus memperkuat Teater Keliling sebagai komunitas teater yang menjunjung tinggi nilai kebudayaan. Tidak hanya untuk Teater Keliling, kemitraan merupakan cara efektif yang dapat digunakan komunitas seni lain untuk keberlanjutan organisasi mereka.
6. Komunitas seni pertunjukan lain juga disarankan untuk menerapkan pendekatan *branding* dengan konsep *brand expression*, karena pendekatan ini dapat membentuk identitas komunitas yang kuat dan berbeda dari komunitas lain sehingga komunitas dapat dikenal lebih luas oleh publik sesuai dengan nilai-nilai yang mereka tanam.

5.2.2 Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, dan sudut pandangnya dapat diubah, seperti melihat perspektif audiens terhadap keberhasilan *branding* yang dilakukan Teater Keliling. Hal ini penting karena penelitian ini belum sepenuhnya mewakili pandangan audiens secara luas. Dibutuhkan jumlah responden yang lebih banyak agar hasil penelitian dapat lebih representatif. Selain itu, jika ingin mengangkat topik yang berbeda serta bermanfaat, penelitian juga dapat diarahkan pada tema tentang kolaborasi antar Teater Keliling dengan instansi pemerintahan dalam mempertahankan seni budaya Indonesia, karena hal ini penting untuk memahami sejauh mana peran dan dukungan negara terhadap pelestarian dan pengembangan seni teater di Indonesia.