

BAB IV

PENUTUP

Pada bab IV akan dipaparkan mengenai simpulan dari temuan penelitian yang telah dilakukan mengenai “Kampanye Kreatif Gita Bahana Nusantara dalam Upaya Meningkatkan *Engagement* Publik”. Selain itu, akan dijelaskan pula keterbatasan pada penelitian yang dapat berdampak pada temuan penelitian yang diperoleh, serta akan dijelaskan mengenai saran atau rekomendasi yang dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian berikutnya.

4.1 Simpulan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan kampanye kreatif Gita Bahana Nusantara dalam upaya meningkatkan *engagement* publik. Data yang diperoleh merupakan hasil wawancara langsung dengan ketua program Gita Bahana Nusantara.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Gita Bahana Nusantara merupakan tim paduan suara dan orkestra yang beranggotakan generasi muda berbakat dari seluruh provinsi di Indonesia. Kampanye kreatif Gita Bahana Nusantara dirancang untuk mengedukasi, menginformasikan, dan membangun keterlibatan publik terhadap kegiatan Gita Bahana Nusantara, dengan tujuan utama, yaitu menjaga eksistensi Gita Bahana Nusantara di media sosial dan meningkatkan kesadaran publik tentang peran Gita Bahana Nusantara dalam dunia musik dan kebudayaan nasional.

Dalam perencanaan dan pelaksanaan kampanye, tim kerja Gita Bahana Nusantara berperan penting, terutama sejak pandemi COVID-19 yang mengharuskan adaptasi dari komunikasi *offline* ke digital. Kampanye ini menggunakan teknik 5K (Konten, Konteks, Kreatif, Kanal, dan Komunitas) untuk meningkatkan eksistensinya di Instagram. Pada sisi yang lain, *brand activity* juga menjadi salah satu teknik yang diterapkan untuk meningkatkan *engagement* publik. Dalam *brand activity* yang dilakukan oleh Gita Bahana Nusantara untuk mendekatkan serta membangun interaksi kepada publik yaitu kegiatan konser kemerdekaan yang sudah dilakukan dalam dua tahun terakhir. Konser kemerdekaan Gita Bahana Nusantara dilaksanakan di Taman Fatahillah Kota Tua Jakarta, yang merupakan kawasan cagar budaya.

Implementasi *Message Design Logic* (*Expressive, Conventional, dan Rhetorical*) digunakan untuk menyusun pesan yang efektif dan menarik bagi audiens. Logika ekspresif digunakan untuk merepresentasikan identitas dan nilai-nilai Gita Bahana Nusantara, logika konvensional memastikan pesan selaras dengan aturan sosial dan norma budaya, dan logika retorik membangun kesepakatan sosial dan memperkuat hubungan dengan audiens.

4.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu terletak pada jumlah narasumber yang diwawancarai, peneliti hanya melakukan wawancara dengan satu narasumber saja, sehingga hasil dari data wawancara yang diperoleh hanya melalui satu sudut pandang yang dapat membatasi keberagaman perspektif dan analisis.

4.3 Saran

Terdapat saran untuk penelitian selanjutnya yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam memperoleh data yang lebih terukur dan objektif terkait efektivitas kampanye kreatif Gita Bahana Nusantara dalam meningkatkan *engagement* publik, sehingga temuan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan dapat dijadikan sebagai dasar dalam proses perumusan kampanye kreatif yang lebih efektif.

Terdapat saran untuk Gita Bahana Nusantara yaitu dalam memanfaatkan platform media sosial populer lainnya seperti TikTok untuk menjangkau masyarakat luas yang lebih aktif di platform media sosial tersebut guna meningkatkan eksistensi Gita Bahana Nusantara.