

BAB IV Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada ketiga bab sebelumnya maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut: Kabare Production yang ditunjuk sebagai pelaksana dari event Opera Diponegoro yang dilaksanakan dalam rangka satu abad Kebangkitan Nasional, yang sudah dimulai sejak era perjuangan Pangeran Diponegoro merupakan sajian pentas yang memiliki kualitas tinggi dari segi teknik artistik, baik dekorasi, tata cahaya, tata suara, hingga koreografer yang menarik mampu membuat para penonton dibuat puas dengan sajian tontonan yang baru pertama kali diselenggarakan di Yogyakarta. Dalam Event Opera Pangeran Diponegoro Kabare Production menggunakan seluruh elemen-elemen dalam bauran promosi untuk mendukung event tersebut, antara lain yaitu periklanan, promosi penjualan, personal selling, humas, dan publisitas.

Media yang digunakan Kabare production cenderung mengandalkan media *below the line* dari pada *above the line*. Pertimbangan adalah meskipun jangkauannya luas, namun penyebaran media *above the line* kurang terspesifikasi. Justru media seperti poster, leaflet, baliho, spanduk dinilai lebih efektif dan dinilai tepat sasaran ke target audience. Hal ini dikarenakan media diatas lebih mudah dipahami oleh khalayak dan dinilai lebih efektif karena masyarakat bisa mengetahui pesan dengan mudah. Permasalahan yang dihadapi oleh Kabare Production dalam melakukan promosi adalah keterbatasan dana untuk biaya promosi, sehingga promosi yang dilakukan kurang maksimal, meskipun pada akhirnya penonton yang menonton Opera Diponegoro boleh

dikatakan penuh atau undangan dan tiket soul out, tetapi pada kenyataannya promosi yang dilakukan kurang maksimal.

Walaupun dalam Pelaksanaan opera media promosi out door kurang, antara lain baliho yang hanya dipasang di satu tempat, spanduk yang hanya dipasang di lima titik di kota jogja, boleh dikatakan tidak merata. Poster juga penyebarannya kurang yang hanya dipasang di gallery seni dan kampus kampus. Walaupun promosi yang dilakukan unggul di media massa seperti realease di Koran. Jadi meskipun secara kuantitas tidak dapat dikatakan berhasil, namun secara penargetan dan alasanya, promosi yang dilakukan oleh Kabare production berhasil karena mampu mendatangkan penonton Opera Diponegoro penuh secara lokasi dan tempat duduk. Jadi bisa disimpulkan bahwa dengan promosi yang minimalis tetapi bisa mendatangkan hasil yaitu berupa penonton yang maksimal.

B. Saran

Setelah melakukan analisa terhadap data yang didapatkan , maka peneliti menyarankan beberapa hal pada Kabare Production dalam menjalankan sebuah promosi, yakni:

1. Untuk event yang selanjutnya Kabare Production harus lebih seksama dalam melakukan survey dan mengajukan anggaran promosi , serta memperhitungkan kendala yang nantinya akan dihadapi yang sekiranya menghalangi proses promosi event.

2. Untuk event-event show seperti Opera Diponegoro promosi out door sebaiknya ditambahkan, hal ini untuk lebih memperluas informasi yang diberikan kepada masyarakat tentang kapan, dimana, dan apa yang digelar dalam event tersebut. Hal ini dimungkinkan memberikan kepada para pengguna jalan dan orang awam yang ingin mengetahui event yang dilaksanakan.

3. Sebisa mungkin dalam melakukan Promosi Kabare Production harus dapat melihat perkembangan dan kemajuan promosi yang ada, jangan sampai sudah membuat promosi tetapi hasilnya tidak ada, serta harus bisa mengantisipasi hal hal tersebut, dan juga harus mampu membuat promosi yang unik, menarik, namun tetap adaptif terhadap kemajuan yang ada.