

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Melalui kampanye “Hayu Ngeblues” ini diharapkan masyarakat, Khususnya anak muda yang awalnya kurang begitu tertarik dengan jenis musik blues dan tidak mengetahui manfaat lainnya dari jenis musik ini mulai mendapat informasi atau pengetahuan yang lebih mendalam lagi tentang musik blues. Dalam kampanye ini difokuskan pada musik blues yang dapat menimbulkan sebuah efek positif bagi kalangan anak muda yang mendengarnya.

Selain itu dapat mengubah sikap, pola pikir dan perilaku masyarakat mengenai manfaat mendengarkan blues serta unsur pembelajaran yang terdapat di dalamnya. Dengan mendengarkan musik blues juga diharapkan masyarakat muda Indonesia khususnya kota Bandung dapat menjadi anak muda yang “bebas” dalam hal-hal yang positif.

Tujuan dari kampanye ini sendiri adalah mampu menentukan dan merancang media-media kampanye yang efektif dan komunikatif tentang manfaat dari musik blues dan mensosialisasikannya kepada masyarakat lewat “kampanye *Hayu Ngeblues*”. Sehingga masyarakat akan diingatkan mengenai manfaat musik blues melalui media yang terdapat dalam kampanye, yang dibagi menjadi dua golongan besar yaitu *Above the line* dan *Below the line*.

Manfaat dari keberhasilan kampanye ini sangat besar, yaitu dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat akan fungsi lain mendengarkan musik sehingga musik blues bukan hanya sebagai hiburan juga sebagai salah satu bentuk pembelajaran dalam musik. Selain itu, diharapkan masyarakat minimal akan *welcome* terhadap *genre* musik blues karena telah mengetahui begitu besarnya pengaruh jenis musik ini terhadap jenis musik yang lainnya.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, diharapkan masyarakat lebih peduli terhadap musik blues, apalagi sejarah yang dimiliki jenis musik ini cukup panjang dan telah mempengaruhi terhadap perkembangan musik populer. Semoga dengan adanya penulisan ini dapat menjadi tempat berpijak dari penelitian selanjutnya dan dapat menjadi referensi atau acuan, khususnya oleh para pembelajar desain komunikasi visual dan kalangan akademis lainnya.