

KEGIATAN PROMOSI TEATER GEMBOK MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENARIK MINAT MENONTON MASYARAKAT KOTA PALEMBANG

¹Satrio Sudirman²Dwi Maharani

¹Mahasiswa Ilmu Komunikasi ²Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bina Barma

Jl Jend A.Yani No.12 Plaju, Palembang 30264

Email : ¹satriosudirman7@gmail.com ²dwimaharani@binadarma.ac.id

Abstrak : Penelitian ini berjudul kegiatan promosi teater gembok melalui media sosial instagram dalam menarik minat menonton masyarakat kota Palembang. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi teater gembok melalui media sosial instagram dalam menarik minat menonton masyarakat kota Palembang. Subjek pada penelitian ini terdiri dari ketua teater gembok serta penonton teater dengan menggunakan teori promosi sebagai landasan teori yang berjudul kegiatan promosi teater gembok melalui media sosial instagram dalam menarik minat menonton masyarakat kota Palembang. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa teater gembok dalam proses promosi sangat memanfaatkan perkembangan teknologi seperti sekarang ini dengan sangat baik. Teater gembok menggunakan media sosial instagram dengan menggunakan fitur .Sebagai sarana untuk mempromosikan dan mendekatkan diri ke masyarakat promosi yang dilakukan pun terhitung berhasil karena adanya antusiasme masyarakat local maupun luar daerah yang datang.

Kata kunci : Teater Gembok, promosi, digital promosi

Abstarck : The research entitled the promotion of the Padlock Theater through social media Instagram in attracting the interest of watching the Palembang people. This research is a qualitative research which aims to see how the promotional activities of the gembok theater through social media Instagram attract the interest of watching the people of Palembang city. The research subjects consisted of the chairperson of the gembok theater and theater audiences using promotion theory as a theoretical basis entitled promotional activities for the padlock theater through social media Instagram in order to attract the interest of watching Palembang people. Based on the research results, it is revealed that the padlock theater in the promotion process makes very good use of technological developments as it is now. The Padlock Theater uses Instagram social media by using features. As a means of getting closer to the community, the promotion that was carried out was successful because of the enthusiasm of the local and outside communities who came.

Keywords : Teater Gembok, promosi, digital promosi

1. PENDAHULUAN

1. PENDAHULUAN

Seni teater di Indonesia berkembang pada saat sebelum masa kerajaan Hindu Buddha. Teater tradisional saat itu adalah sebagian kecil dari upacara adat istiadat dan ritual keagamaan dalam cara kehidupan umat manusia pada waktu itu. Unsur-unsur teater tersebut mendirikan suatu pementasan, dimana didalamnya terdapat pesan yang ingin dikomunikasikan pelakornya yang lahir dari spontanitas rakyat dalam masyarakat lingkungannya (Sumber :

<http://encyclopedia.jakartatourism.go.id/post/teater--seni-pertunjukan?lang=id> di akses pada 21 September pukul 20:00 WIB)

Komunikasi dipergunakan untuk perantara komunikasi yang digunakan dalam seni teater. Kata berasal dari bahasa Yunani Kuno yaitu Theatron artinya tempat menyaksikan atau dapat didefinisikan sebagai tempat dimana pemeran mementaskan lakon dan orang lain sebagai penontonnya. Kaitan teater dengan seni drama berkaitan kuat dengan teater yang menggunakan teks, naskah dan lakon yang berkaitan dengan karya sastra itu sendiri.

Dunia panggung seni pertunjukan teater merupakan oasis pikiran dan pengetahuan yang dikreasi oleh pelaku teater dan kehadirannya disaksikan oleh publik. Dengan demikian, pertunjukan teater menjadi media komunikasi yang dalam prosesnya membutuhkan penafsiran dan interpretasi, baik oleh pelaku maupun publiknya dengan mempertimbangkan konteks-konteks yang memungkinkan praktik-praktik komunikasi seni pertunjukan teater itu terjadi.

Fenomena saat ini, masyarakat tidak terlalu merespon positif tentang hiburan seni teater panggung, minat masyarakat untuk menonton tidak seperti beberapa tahun yang lalu, teater pernah mencapai era kejayaannya di Indonesia pada tahun 1974 khususnya di Palembang Sumatera Selatan. Saat ini masyarakat lebih menyukai tontonan yang menggunakan media, terutama teknologi dibandingkan tontonan hiburan langsung seperti teater, drama, wayang dll.

Hal tersebut di atas erat kaitannya dengan proses promosi dari sebuah karya teater. Dahulu, promosi cukup dengan menggunakan poster, iklan koran, spanduk dan brochure yang dibagikan ditempat-tempat keramaian. Saat ini, diperlukan strategi komunikasi promosi yang persuasif dan lebih disenangi dalam bentuk digital sehingga mudah diakses melalui teknologi yang dekat dengan calon penontonnya, yaitu media sosial.

Media sosial adalah salah satu cara yang digunakan untuk promosi yang sangat efektif, karena materi promosi yang di publish atau di upload bisa dilihat oleh siapa saja, bahkan semua orang di dunia bisa melihat. Sehingga jangkauan promosi sangat luas. Data yang dikeluarkan oleh

AC nilsen pada tahun 2013 pengguna internet di Indonesia mencapai 71,9 juta pengguna. Sebanyak 41 juta diantaranya mengakses menggunakan smartphone dan 70 juta mengakses social media seperti Facebook, Twitter, Path, Instagram, LinkedIn, dan Google+. Dari jumlah yang cukup banyak tersebut rasanya promosi melalui media sosial menjadi cara yang tepat. (Sumber : m.cnnindonesia.com Di akses pada 21 september pukul 20:00)

Untuk melerstarikan teater sebagai salah satu seni dan budaya di suatu daerah khususnya di Palembang, salah satu teater yang masih produktif dalam menampilkan karya-karya yang mengangkat cerita rakyat Palembang adalah teater gembok. Teater ini telah berupaya menggunakan teknik komunikasi persuasif melalui media sosial sehingga kiranya dapat dilihat lebih dalam terkait strateginya agar teater lain juga dapat melakukan hal tersebut.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Menurut Burhan Bungin (2011:306) Sasaran kajian dari pendekatan kualitatif adalah pola-pola yang berlaku sebagai prinsip-prinsip umum yang hidup dalam masyarakat. Gejala-gejala tersebut dilihat dari satuan yang berdiri sendiri dalam kesatuan yang bulat dan menyeluruh.

2.4.1 Informan penelitian

No.	Informan	Umur	Jenis Kelamin	Jabatan
1	Yondik aldito	25	Laki-laki	Ketua teater gembok

2Ananda Amalia 24	Laki-laki
Penonton teater	
3Rizki vernando 23	Laki-laki
Penonton teater	

2.4.2Lokasi Penelitian

Terdapat dua lokasi dalam penelitian ini yaitu di sanggar teater gembok Jl.Silaberanti gg.kelapa no.20 RT.27 RW.007 Kelurahan Silaberanti Kecamatan Seberang ulu I Palembang 30252 dan Graha Serbaguna Dekranasda 15 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30267.

3. HASIL

Peneliti melakukan penelitian tentang kegiatan promosi teater gembok melalui media sosial instagram dalam menarik minat menonton masyarakat kota palembang metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi teater gembok melalui media sosial instagram dalam menarik minat menonton masyarakat kota palembang.

3.1 konsep Pemasaran Digital Dalam Teater Gembok

1Content Marketing adalah cara melakukan pemasaran dengan menggunakan konten digital seperti video atau blog. Membuat konten untuk blog yang menarik dan bisa ditampilkan di urutan paling atas dari hasil pencarian dan orang lebih tertarik untuk melihatnya.

Teater gembok membuat konten seperti contoh instagram dengan fitur IG TV, insta story, dan feed, dimana kami (read:instagram @teatergembok) membuat beberapa konten video atau foto yang berupa cuplikan proses produksi naskah, dimulai dari casting, reading, sampai olah gerak dengan beberapa penggalan dialog yang sengaja dibocorkan. Dengan adanya strategi promosi tersebut akan menimbulkan rasa penasaran dan feedback tambahnya tidak jarang masyarakat meninggalkan komentar dengan kalimat penasaran sembari menandai teman pengguna instagram lainnya.”

Perkembangan teknologi yang pesat sekarang ini mengatakan bahwa hal ini sangat membantu dan sangat banyak pengaruh positifnya dalam perkembangan promosi dan penyebaran informasi yang dilakukan oleh Teater gembok.

2. Memilih media periklanan digital marketing (Paid Marketing) media periklanan digital seperti Facebook, Instagram. Membuat iklan yang menarik pada sosial media akan membuat orang memberikan perhatian khusus pada iklan tersebut jadi orang-orang akan lebih tertarik untuk melihatnya selain itu dapat menghemat anggaran.

promosi penjualan yang digunakan teater gembok satu kegiatan promosi untuk melakukan rangsangan kepada konsumen untuk melakukan pembelian dengan cara komunikasi insentif dan promo dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar promosi penjualan diorientasikan pada perubahan perilaku pembelian konsumen dengan segera

Teater gembok menggunakan media media elektronik sebagai media promosi yang dimana kegiatannya diunggah di instagram sebagai cara untuk menarik minat masyarakat lebih luas dari pengguna radio dan diposting di instagram sebagai cara meyakinkan masyarakat bahwa pentas teater benar adanya.

3.2 Publisitas Teater Gembok

Aktivitas kegiatan untuk mempromosikan teater gembok melalui kegiatan acara tentang kesenian teater dan seminar sebagai sarana publisitas yang dilakukan teater gembok tanpa sponsor yang tetap mempromosikan tontonan teater dari seminar dan acara tersebut

publisitas merupakan usaha untuk merangsang permintaan terhadap suatu produk secara nonpersoanal dengan membuat berita yang bersifat komersil tentang produk tersebut dalam media tercetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut. alat komunikasi umum yang digunakan pada saat melakukan publikasi adalah pers, pidato atau seminar, laporan tahunan, donasi serta hubungan masyarakat .

3.3 Menarik Minat Menonton

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu, minat tidak timbul sendiri, melainkan ada unsur ketertarikan Untuk menarik minat menonton. teater gembok memfokuskan pertunjukan yang ditampilkan dalam pertunjukan teater yang diharapkan dapat terhibur dengan pertunjukan yang digelar seperti

menonton teater itu suatu hiburan yang beda dari yang biasanya, karena kalau di teater ini lebih langsung, audio visualnya pun langsung sedangkan kalau dibandingkan menonton

bioskop. Dan ia juga mengatakan bahwa pertunjukan seni teater khususnya teater gembok itu memiliki ciri khasnya masing-masing seperti penggunaan bahasa daerah yang tidak ditemui di bioskop, kebiasaan masyarakat Palembang yang dibalut dengan komedi tetapi tetap memberikan pembelajaran tentang kehidupan dan masih banyak lagi”

Minat merupakan sumber motivasi seseorang yang mendorong mereka untuk melakukan sesuatu yang mereka inginkan. Dengan adanya minat, maka seseorang akan melakukan sesuatu dengan bahagia. Orang akan berminat terhadap sesuatu ketika sesuatu tersebut menyenangkan dan membahagiakan

Dalam menarik minat menonton teater fasilitas dan kenyamanan adalah hal yang penting. Cara agar dapat mempertahankan dan cara untuk menarik masyarakat untuk datang untuk menonton pertunjukan teater adalah dengan menyediakan fasilitas yang bagus, nyaman

Hal tersebut belum terlaksana dengan baik dapat terlihat dari hasil observasi penulis bahwa fasilitas di gedung budaya harus diperhatikan hal ini perlu diperhatikan agar masyarakat yang menonton teater lebih tenang dan nyaman

banyak yang belum tercapai, salah satunya untuk teater gembok sendiri membutuhkan gedung standar yang bagus dan permanen. Ia juga mengatakan seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi seperti sekarang ini, peralatan yang ada pun sudah mulai ketinggalan dan diharapkan dapat diperbaharui. Ia juga mengatakan strategi yang akan dilakukan kedepannya yaitu seperti lebih mendekatkan diri ke pada masyarakat sehingga masyarakat lebih

tertarik dan minat khususnya untuk menonton teater

4. SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa teater gembok dalam proses promosi sangat memanfaatkan perkembangan teknologi seperti sekarang ini dengan sangat baik. Teater gembok menggunakan media sosial instagram dengan menggunakan fitur IG TV, insta story, dan feed, dimana teater gembok membuat beberapa konten video atau foto yang berupa cuplikan proses produksi naskah, dimulai dari casting, reading, sampai olah gerak dengan beberapa penggalan dialog yang sengaja dibocorkan dan diunggah di instagram. Sebagai sarana untuk mempromosikan dan mendekatkan diri ke masyarakat promosi yang dilakukan pun terhitung berhasil karena adanya antusiasme masyarakat local maupun luar daerah yang datang.

DAFTAR RUJUKAN

Paradigma Teori Aplikasi Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia.

Jakarta: PT. Balai Pustaka

Arikunto, Suharsimi. 2009. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta

Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita

Belch, George E., Michael A, Belch. 2004. *Advertising and promotion: an integrated marketing communication perspective*. Newyork: McGraw

Bungin, Burhan. 2001, *Metodologi penelitian kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Cangara, Hafid. 2014. *Komunikasi politik: konsep teori dan strategi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada

Cangara, Hafid. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada

Margono. 1997. *Metodologi Penelitian Pendidikan Komponen MKKD*. Jakarta: PT.Rineka Cipta

Moelong dan Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Saladin, Djaslim. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Agung Ilmu

Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Salemba

Soemirat, Soleh dan Asep Suryana. 2007. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta Timur: Universitas Terbuka

Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2017. *Dasar-dasar Public Relations*. Jakarta: Rosda

Siyoto, Sandu. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing

Sugiyono. 2009. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Jurnal :

Dinda, Reni. 2019. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada *Happy Go Lucky House*) : Jurnal Common volume 3 nomor 1 (hlm. 71-80). Bandung Jawa Barat. Telkom university.

Watie, Errika. 2011. “Komunikasi dan Media Sosial (*Communications and Social Media*) : THE MESSENGER, Volume III,

Nomor 1 (hlm. 69-75). Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Semarang.

Nida, Fatma. 2014. "Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam : Volume 2, Nomor 2 (hlm 77-95). Dosen Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus.