

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LANGEN KUSUMA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI MASA PANDEMI COVID-19

Intan Desy Ekasari

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Surabaya

intan.18081@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengulas tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh padepokan sanggar tari Langen Kusuma dalam mempertahankan eksistensinya di masa pandemi Covid-19. Dalam penelitian terdahulu membuktikan bahwa strategi komunikasi pemasaran merupakan hal penting dalam menunjang keberlangsungan dan keberadaan sanggar kedepannya. Dengan menggunakan metode studi kasus dan jenis penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, melakukan pengamatan dan wawancara berdasarkan data yang diperoleh dari sumber data primer. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sanggar tari Langen Kusuma menerapkan manajemen dan strategi komunikasi pemasaran dalam pelaksanaannya. Beberapa tahapan fungsi manajemen yang diterapkan adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Penerapan strategi komunikasi pemasaran menjadi landasan utama bagi padepokan sanggar tari Langen Kusuma untuk mempertahankan eksistensinya melalui aktivitas baru di masa pandemi Covid-19 berupa iklan dan promosi pada media sosial, mengadakan lomba tari ganong virtual se-Indonesia, mengadakan pagelaran ujian akhir kelulusan dengan platform youtube secara *live streaming*, serta menjalin kolaborasi dengan media televisi. Sanggar tari Langen Kusuma terus berupaya dalam mengembangkan strategi dan inovasi baru dengan fasilitas yang ditawarkan dan menyesuaikan dengan kondisi lingkungan.

KataKunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Sanggar Tari Langen Kusuma, Eksistensi.

Abstract

This study reviews how the marketing communication strategy applied by the Langen Kusuma dance studio hermitage in maintaining its existence during the Covid-19 pandemic. Previous research has proven that a marketing communication strategy is important in supporting the sustainability and existence of the studio in the future. By using case study methods and qualitative research types. In this study, conducting observations and interviews based on data obtained from primary data sources. The results of this study indicate that the Langen Kusuma dance studio applies management and marketing communication strategies in its implementation. Several stages of the management function implemented are planning, organizing, directing, and controlling. The implementation of marketing communication strategies is the main basis for the Langen Kusuma dance studio hermitage to maintain its existence through new activities during the Covid-19 pandemic in the form of advertisements and promotions on social media, holding virtual ganong dance competitions throughout Indonesia, holding final graduation exam performances on the YouTube platform by live streaming and collaborate with television media. The Langen Kusuma dance studio continues to strive to develop new strategies and innovations with the facilities offered and adapt to environmental conditions.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Langen Kusuma Dance Studio, Existence.

PENDAHULUAN

Berkembang pesatnya dunia pemasaran sekarang ini telah muncul dengan sangatlah cepat yang menjadikan kelompok kesenian seperti sanggar perlu menetapkan pemasaran dengan strategi yang tepat sehingga bisa terus berjalanan tujuan dari suatu bisnis tersebut bisa terlaksana. Pelaksanaan strategi pemasaran sekarang ini sangatlah berguna yang digunakan sebagai pendorong dalam meningkatkan keuntungan. Pandemi Covid-19 yang muncul secara mendadak dengan pasti akan berpengaruh pada pemasaran yang telah dilaksanakan oleh perusahaan salah satunya yaitu sektor kebudayaan

seperti sanggar tari Langen Kusuma. Padepokan sanggar tari Langen Kusuma menghadapi tantangan yang besar dikarenakan masa pandemi Covid-19 yang terjadi pada masa ini, hal ini berpengaruh kepada jumlah siswa tari yang menurun dan jumlah pemasukan sanggar yang cenderung mengalami penurunan sehingga akan mengancam eksistensi atau keberadaan sanggar. Tetapi situasi itu tidak menjadi sebuah penghambat, bahkan menjadi sebuah hal yang menantang agar dapat meningkatkan inovasi dan strategi baru agar sanggar tetap eksis di kalangan masyarakat. Maka, sanggar tari Langen Kusuma melakukan beberapa kebijakan baru berupa penyesuaian diri pada sistem

penjualan online, melakukan penjualan melalui *e-commerce*. *E-commerce* adalah sistem yang digunakan untuk menjual, membeliserta mempromosikan produk melalui pemanfaatan media digital.

Komunikasi pemasaran menjelaskan mengenai penggabungan seluruh elemen pada bauran promosi produk, yang memberi fasilitas agar dapat terjadi pertukaran yang membentuk sebuah makna yang disebarkan pada konsumen ataupun klien berdasarkan pendapat Hadawiah (dalam Indrapraja, Ratnamuyani, Fitriah, 2015). Berdasarkan pendapat Wang (dalam Purwaningsih, Purworini, 2016) aktivitas IMC terbagi dalam beberapa golongan pembagian aktivitas. Dalam prakteknya, *tools* IMC dapat melalui iklan, menjual promosi, penjualan langsung, interaksi penduduk serta dari tiap individu bergerak untuk meraih cita-citra komunikasi secara efisien.

Beragam observasi mengenai IMC telah sering dilaksanakan oleh pengkaji lainnya. Contohnya yang dilaksanakan oleh Pratiwi Falinda Besti (2020) tentang manajemen dan strategi pemasaran Sanggar Seni Nether Kolenang di Sumenep yang dilakukan dengan memakai taktik komunikasi pemasaran terpadu melalui iklan, promosi, penjualan secara langsung dan hubungan dengan penduduk. Selain itu, pada observasi ini juga mengaplikasikan *marketing mix* 4P yang terdiri atas *price*, *product*, *promotion*, serta *place*. Strategi yang digunakan oleh sanggar Nether Kolenang memiliki dampak positif pada peningkatan sanggar sebab terjadi beragam kenaikan total murid di setiap tahunnya.

Penelitian lainnya oleh Kristianingrum & Susanto (2020) tentang strategi komunikasi pemasaran Padepokan Seni Tari Parikesit Dalam Memperkenalkan Tarian Tradisional Gembyong Daerah Jawa Tengah. Dalam meraih siswa yang dilakukan oleh sanggar tari tersebut adalah dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran yaitu *personal selling*, *advertising*, *sales promotion*, *direct marketing*, serta *public relation*. Penerapan strategi komunikasi pemasaran terpadu memudahkan orang lain untuk melihat keberadaan dari sanggar tari tersebut dalam memperkenalkan tarian gambyong.

Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Sari Dewanti (2021) tentang analisis bauran pemasaran Sanggar Seni Kinanti Sekar (SSKS) di masa pandemi 2020 menggunakan bauran pemasaran dengan tujuh variabel (7P) yaitu *price*, *product*, *promotion*, *people*, *place*, *physical evidence*, serta *process*. Pada penelitian ini pun mengaplikasikan lima strategi komunikasi pemasaran terpadu ialah iklan, promosi penjualan, iklan, penjualan pribadi, publikasi serta hubungan masyarakat. Sanggar Seni Kinanti Sekar menjadi

degradasi total murid pada tahun 2020 senilai 25% dari tahun 2019 sebab dipengaruhi masa pandemi Covid-19. Publikasi ialah strategi pemasaran baru yang digunakan oleh SSKS di masa pandemi dengan media sosial seperti YouTube, facebook serta instagram, melalui pembuatan konten yang unik saat pandemi misalnya menciptakan podcast dan bekerja sama dengan CNN Indonesia yang berupa peliputan di youtube.

Kelompok kesenian baik yang dikelola masyarakat atau lembaga pemerintahan seperti sanggar pastilah memiliki sistem manajemen. Sanggar merupakan tempat berkegiatan yang meliputi seni pertunjukan ataupun seni rupa. Masing-masing sanggar memiliki aktivitas dan bentuk manajemen yang berbeda. Sistem manajemen yang baik dapat menjadi salah satu faktor penunjang kontinuitas suatu kelompok kesenian dalam lingkungan masyarakat. Manajemen yang baik ditinjau dari cara serta kesesuaian terhadap pengendalian manajemen.

Proses paling dasar dalam manajemen yaitu perencanaan/ *planning* terhadap suatu kegiatan yang akan dilaksanakan, hal tersebut dapat memberikan suatu hasil baik yaitu lebih terarah, jelas dan efektif. Perencanaan merupakan bagian dari kegiatan menentukan sasaran yang akan dicapai di masa depan dan cara tertentu yang akan ditempuh untuk mencapainya (Permas dkk, 2003:21). Setelah perencanaan, pengorganisasian merupakan proses selanjutnya karena semua pekerjaan dalam organisasi tidak dapat dicapai sendiri maka perlu adanya pengorganisasian yang dipimpin oleh satu pemimpin dan sumber daya manusia lainnya yang memiliki kemampuan masing-masing dalam teknisnya bekerja sama untuk mencapai tujuan yang sama. Pengorganisasian diartikan sebagai proses penyusunan struktur organisasi sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang terdapat dalam organisasi tersebut, dan lingkungan yang melingkupinya untuk menghubungkan orang satu dengan lainnya agar bekerja sama secara efektif dan efisien (Handyaningrum, 2018:110). Pengarahan diperlukan karena melibatkan kegiatan yang dapat memberikan intruksi atau mengkomunikasikan harapan organisasi, memimpin dan memotivasi orang agar menjalankan tugasnya dengan baik dilakukan agar anggota dapat melaksanakan tugasnya sesuai harapan (Permas 2003:26). Pengawasan merupakan proses terakhir, para manajer harus dapat melihat dan dapat memastikan bahwa organisasi yang sedang dipimpinnya berjalan sesuai arah dan tujuan. Daft (2002:11), menyatakan bahwa Pengendalian artinya memantau aktivitas karyawan, menjaga organisasi agar tetap berjalan ke arah pencapaian sasaran dan membuat koreksi bila diperlukan.

Strategi pemasaran merupakan hal penting dalam menunjang keberlangsungan sanggar kedepannya. Aktivitas itu akan berdampak sebab pemasaran adalah aktivitas yang berhubungan secara spontan dengan masyarakat. Strategi ialah serangkaian metode ataupun strategi yang dipakaidalah meraih sebuah tujuan. Pemasaran memiliki tujuan yaitu, mempertahankan jasa ataupun barang kepada masyarakat agar tetap dikenal. Dalam seni pertunjukan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan untuk membantu organisasi menukarkan suatu karya seni yang memiliki manfaat atau nilai bagi penonton dengan sesuatu hal seperti: uang, posisi, dan nama yang diperlukan oleh organisasi tersebut (Permas dkk, 2003: 101). Dengan adanya strategi pemasaran diharapkan sanggar dapat diakui dan tetap dikenal keberadaannya, tetap mempercayai dan setia menggunakan jasa yang dihasilkan, serta menarik minat masyarakat agar dapat bergabung dalam sanggar menjadi anak didik atau siswa aktif.

Dalam kegiatan pemasaran proses yang digunakan dibuat menjadi praktis dan sistematis agar dapat dilakukan dengan baik. Banyak organisasi yang telah menerapkan strategi pemasaran dengan mengeluarkan uang banyak namun tidak menggunakan sistem pemasaran secara sistematis sehingga hasil yang didapat tidak relevan dengan upaya yang sudah diberikannya. Dalam hal ini Padepokan sanggar tari Langen Kusuma menerapkan beberapa langkah dalam strategi pemasarannya yaitu penentuan sasaran, penerapan bauran pemasaran, dan pengembangan kampanye promosi.

Penting bagi sanggar menetapkan sasaran untuk mempermudah menentukan penyusunan kegiatan, jika tidak menetapkan sasaran pemasarannya sanggar tersebut hanya akan melakukan kegiatan rutin seperti biasa tanpa mengaitkan sasaran yang harus dicapai. "Sasaran yang baik adalah sasaran yang seimbang dan realistis tetapi juga jelas dan spesifik" (Permas dkk, 2003: 104). Organisasi dapat menetapkan sasaran tindakan (action) dapat berupa pendapatan dalam sanggar atau dapat berupa saat kapan mencapai tujuan sasaran. Sasaran citra (*image*) adalah target jangka panjang serta sukar untuk diraih dalam jangka waktu dekat, seperti menjadi sanggar terkemuka di wilayahnya.

Untuk membangun merek dan mencapai target penjualan maka diperlukan penerapan bauran pemasaran. Komponen dari bauran pemasaran dapat dilihat dari 4 kebijakan pemasaran atau sering disebut dengan 4P atau *Marketing mix* yang terdiri dari "4 (empat) komponen, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*)" (Kotler dan Keller, 2012:25).

Menurut Permas dkk (2003:113) Kampanye promosi adalah semua metode yang mengkomunikasikan

secara mengajak dengan orang-orang yang berpotensi diperlukan. Hal ini menjadi sangat penting bagi organisasi seni pertunjukan memiliki berbagai tujuan seperti mencari dana, mendatangkan pengunjung, dan memantapkan citra. Bentuk dari kampanye promosi beragam seperti poster, iklan, spanduk, dan brosur.

Awal dibuka hingga saat ini Sanggar Tari Langen Kusuma mempunyai total anak didik hingga 145 anak didik, kemudian terjadi penurunan jumlah anak didik pada tahun 2020 sejumlah 50% dari tahun 2019 sebab dampak dari pandemi Covid-19. Selain itu, kebijakan pemerintah yang melarang adanya pertunjukan kesenian membuat sanggar tari Langen Kusuma tidak bisa mengikuti ajang perlombaan maupun mengadakan pagelaran seni yang setiap tahunnya digelar di tempat umum. Pandemi Covid-19 ini membuat Sanggar Seni Langen Kusuma perlu bisa beradaptasi dengan situasi yang terjadi. Pemasaran ialah sebagai ujung tombak dari Sanggar Seni Langen Kusuma untuk mempertahankan para siswa aktif dalam sanggar dan tetap bisa menampilkan pementasan tari selama pandemi agar nama sanggar tetap dikenal oleh masyarakat.

Fokus penelitian tersebut ialah agar memperoleh informasi mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dipakai di sanggar tari Langen Kusuma dalam mempertahankan eksistensinya di periode pandemi Covid-19. Signifikansi pada penelitian tersebut yaitu masih terdapat sanggar tari yaitu Langen Kusuma yang mampu mempertahankan eksistensinya karena terdapat beberapa sanggar tari mengalami tutup sementara ataupun tutup permanen di saat pandemi Covid-19. Untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh sanggar, penelitian ini dilakukan dengan menerapkan kegiatan IMC (*Integrated Marketing Communication*).

Sesuai dengan latar belakang yang sudah dijabarkan, sehingga observasi ini diharapkan bisa memberikan tambahan wawasan kepada pembaca, mengenai sanggar kesenian tari lokal di Ponorogo yang mampu mempertahankan keberadaan sanggar melalui berbagai inovasi dan kolaborasi yang dilakukan sehingga dapat menarik minat masyarakat. Dengan begitu adanya penelitian ini dapat dijadikan referensi, bagi kelompok kesenian serupa yang beroperasi di daerah tertentu agar dapat terus berkembang dan bisa eksis ditengah kehidupan masyarakat, dengan memahami strategi komunikasi pemasaran yang tepat untuk dilaksanakan selama pandemi Covid-19.

METODE

Fokus penelitian ini ialah meneliti strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh sanggar tari Langen Kusuma untuk mempertahankan eksistensinya di era pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini

menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mencapai informasi secara mendalam. Metode penelitian yang digunakan yaitu studi kasus dilaksanakan secara intens, rinci, sertaterfokus terhadap sanggar tari Langen Kusuma terkait judul yang diteliti.

Pada penelitian ini, menggunakan deskripsi berdasarkan data yang diperoleh dari sumber data primer serta sekunder. Penelitian dilaksanakan dengan tanya jawabserta observasi berdasarkan informasi yang didapatkan yaitu berdasarkan data primer dan tanya jawab secara mendetail dengan sumber informasi yang mempunyai hubungan dengan tujuan penelitian. Daftar narasumber dalam wawancara adalah sebagai berikut :

Tabel 1 : Profil Narasumber

No.	Nama	Jabatan
1	Agus Slamet Riyadi	Ketua
2	Dedy Satya Amijaya	Divisi Manajemen
3	Retno	Wali Murid
4	Syahdan Winu A	Siswa
5	Karina Anggun N	Siswa

(Sumber : Data diolah peneliti)

Wawancara dengan berbagai pihak berlangsung secara tatap muka, untuk mengkonfirmasi kebenaran yang didapatkan melalui berbagai platform media sosial Langen Kusuma, agar data yang didapat tidak diragukan dan sudahtepat berdasarkan situasi yang muncul di lapang. Dalam hal ini, lokasi penelitian terletak di kawasan Jl. Batoro Katong No. 118, Kelurahan Kertosari, Kecamatan Babadan, Kabupaten Ponorogo. Penelitian akan dilaksanakan dalam waktu kurang lebih tiga bulan dari bulan Januari 2022 sampai dengan bulan Maret 2022.

Teknik analisa informasi yang dilaksanakan dalam observasi tersebut ialah, mengumpulkan informasi dengan meninjau media sosial Langen Kusuma, serta wawancara kepada pengurus serta beragam narasumber lain, kemudian memilih data yang sesuai berdasarkan hasil tanya jawab dan peninjauan pustaka, kemudian menganalisa informasi yang diperoleh dengan teori yang berupa penguraian secara singkat, tabel, korelasi tiap golongan, *flowchart* serta sebagainya. Agar dapat menjawab rumusan masalah diperlukannya penarikan kesimpulan. Selanjutnya, pada penelitian ini akan membuat perbandingan serta meninjau kembali derajat kebenaran sebuah data yang didapatkan berdasarkan satu sumber menuju sumber lain, berdasarkan hasil tanya jawab seorang sumber dan sumber yang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Padepokan Tari Langen Kusumamerupakan salah satu organisasi kesenian Kabupaten Ponorogo yang terletak di Jalan Batoro Katong Kertosari 118, Kecamatan Babadan, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Berawal dari kesederhanaan, paguyuban tersebut berupaya memanfaatkan bakat yang ada untuk mengeksplorasi kemungkinan seni tradisional di wilayah tersebut. Berawal dari sekelompok seniman yang membentuk komunitas bernama Paguyuban Reyog KiSingo Kusumo. Paguyuban terlibat dalam kegiatan kesenian daerah, khususnya kesenian rakyat Reyog Obyok Ponorogo.

Paguyuban Reyog Ki Singo Kusumo didirikan sekitar tahun 2011, namun belum secara resmi disetujui oleh asosiasi seniman. Pernyataan tersebut disampaikan Dedy dalam wawancara langsung. Alasan didirikannya paguyuban adalah untuk mencoba melestarikan kesenian Reyog Ponorogo di daerah setempat. Untuk melestarikan kesenian tersebut, paguyuban Reyog Ki Singo Kusumo memiliki beberapa anggota pokok, anggota yang ada di dalam paguyuban terdiri dari berbagai jenjang usia, semua orang yang memiliki minat pada kesenian. Setelah hampir dua tahun mengalami pasang surut, beberapa anggota muncul dengan ide untuk menjadikan komunitas tersebut sebagai padepokan yang berperan aktif dalam seni. Ide-ide ini dimulai dari kelompok Reyog KiSingo Kusumo pada awal tahun 2013 dengan tujuan memiliki pengurus pokok yang dapat mengatur dan mengelola komunitas dengan lebih baik seiring dengan perkembangan aktivitas yang ada. Perubahan nama dan sistem secara resmi disetujui pada 26 Januari 2014. Perubahan nama tersebut diawali dengan perubahan nama perusahaan dari Paguyuban Reyog Ki Singo Kusmo menjadi Padepokan Tari Langen Kusma.

Padepokan Tari Langen Kusuma berasal dari bahasa Jawa, padepokan berarti tempat berlangsungnya suatu kegiatan tertentu, Langen berarti abadi, dan kusuma berarti keindahan, yaitu keindahan abadi. Berawal dari paguyuban Reyog Ki Singo Kusumo, padepokan tersebut akhirnya diberi nama Padepokan Tari Langen Kusuma. Padepokan ini bergerak di bidang seni pertunjukan. Struktur organisasi padepokan terdiri dari tiga divisi : divisi manajemen, divisipaguyuban, dan divisipenjualan. Perubahan bentuk Padepokan Tari Langen Kusuma telah memberikan dampak positif sehingga padepokan tersebut masih eksis hingga saat ini. Hal ini dibuktikan dengan administrasi yang dilaksanakan dengan baik dan pembentukan struktur organisasi untuk mengatur kegiatan yang terdapat di padepokan. Perkembangan lain dapat dilihat dalam kaitannya dengan kepengurusan dan manajemen yang mengontrol proses kegiatan. Untuk kemudahan pengelolaan, pembentukan padepokan akan

diatur lebih lanjut menjadi tiga departemen khusus. Sanggar Tari Langen Kusma selalu aktif berkesenian di Kabupaten Ponorogo maupun di luar daerah Ponorogo. Adanya manajemen yang tertata dengan baik mempengaruhi peningkatan jumlah siswa setiap tahunnya sejak dibukanya Sanggar Tari Langen Kusma. Hasil yang dicapai lainnya yaitu juara pertama di acara Semarak Singo Barong 2013, penyaji paling baik ke-4 tahun 2015, serta juara ke-3 tahunan yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan Kabupaten Surakarta pada tahun 2017.

Namun, pada tahun 2020 terjadi musibah pandemi Covid-19 yang mengakibatkan semua sektor terkena dampaknya. Salah satunya yaitu sektor kebudayaan yang terjadi pada padepokan sanggar tari Langen Kusuma. Dampak yang dialami berupa penurunan pada jumlah anak didik yang setiap minggu latihan tari pada sanggar tari Langen Kusuma sehingga mengakibatkan penurunan pendapatan pada kepengurusan sanggar. Hal tersebut menjadikan semua divisi khususnya divisi manajemen mencari ide dan membuat inovasi baru agar sanggar tetap *eksis* sehingga dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat.

Pengelola sanggar tari Langen Kusuma terus mengembangkan inovasi-inovasi baru agar sanggar tari tetap bisa berjalan walaupun ditengah pandemi terdapat kebijakan-kebijakan pemerintah yang membuat proses latihan terhambat. Dari berbagai strategi pemasaran yang digunakan saat ini memiliki dampak positif terhadap perkembangan padepokan sanggar tari Langen Kusuma. (Dedy, wawancara langsung, 14 Februari 2022).

Pemasaran merupakan kegiatan manusia yang mengarah pada memenuhi dan memuaskan keinginan konsumen melalui proses pertukaran. Pemasaran dapat kita artikan sebagai lingkup kegiatan atau aktivitas yang berkaitan dengan usaha untuk memberikan jasa atau barang yang telah dihasilkan sehingga mendapatkan suatu nilai harga yang dapat memberikan keuntungan. Untuk mempertahankan para peserta aktif dalam sanggar dan juga prestasi yang diperoleh tidak menurun agar nama sanggar tetap dikenal oleh masyarakat maka, Sanggar Tari Langen Kusuma menerapkan manajemen yang baik serta menggunakan beragam strategi pemasaran untuk menarik minat pelaku seni agar bergabung atau tetap menggunakan jasanya.

Manajemen Padepokan Sanggar Tari Langen Kusuma

Penerapan fungsi manajemen di dalam sanggar tari Langen Kusuma merupakan petunjuk bagi seluruh anggota yang ada untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan, sebagai alat untuk pengendali/pengawasan pada saat pelaksanaan dan dapat membantu memberi perhatian cara kerja para anggota. Di balik keberhasilan

dalam pertahanannya sampai saat ini disebabkan adanya penerapan manajemen yang baik dalam mengatur segala kesiapan. Dalam penerapannya Sanggar Tari Langen Kusuma menggunakan 4 fungsi manajemen yang digunakan sebagai pemanfaatan input dalam menghasilkan karya seni dan kemampuan menari dengan baik melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian.

1. Perencanaan

Dalam organisasi perencanaan memiliki tujuan untuk menghindari atau memperkecil peluang kegagalan dan pemborosan dengan menentukan strategi agar pencapaian akhir dalam organisasi dapat diwujudkan dengan hasil maksimal. Cara untuk mencapai tujuan akhir tersebut dengan mengkoordinasi seluruh pekerjaan yang ada. Mengkoordinasi dengan cara pembagian tugas kepada seluruh anggota dengan harapan sebuah organisasi tersebut akan mengerjakan tugasnya dengan lebih mudah, lebih efektif, dan lebih adil. Perencanaan juga bagian dari kegiatan menentukan sasaran yang akan dicapai di masa depan dan cara tertentu yang akan ditempuh untuk mencapainya (Permas dkk, 2003:21).

Sanggar Tari Langen Kusuma melakukan beberapa rencana yang dapat menentukan hasil dimasa depan dengan berbagai cara. Perencanaan ditetapkan oleh ketua padepokan dengan cara bermusyawarah dengan seluruh pengurus sanggar. Setelah menetapkan perencanaan upaya yang dilakukan ketua padepokan dalam mencapai hasil baik di masa depan yaitu dengan melakukan beberapa pembagian tugas berupa tahapan kegiatan. Beberapa tahapan tersebut dibedakan menjadi rencana organisasi dan rencana bagian yaitu: (1) Rencana organisasi meliputi penetapan visi dan misi, (2) Rencana bagian terdiri dari; Strategi sasaran dan tujuan, program, sistem keuangan, pembelajaran, sarana dan prasarana.

Perencanaan organisasi yang dilakukan oleh Sanggar Tari Langen Kusuma untuk tetap menjaga keberadaan sanggar dan tetap dipercaya untuk menjadi wadah pelestari budaya. Untuk menumbuhkan dan menjaga kepercayaan tersebut maka ketua dan pengelola sanggar menetapkan visi serta misi untuk sanggar kedepannya. Dalam visi dan misi yang telah ditetapkan bersama mereka bersepakat bahwa visi yang ada di dalam Sanggar Tari Langen Kusuma adalah "Menjadi kepanjangan tangan pemerintah dalam upaya pelestarian dan

pengembangan kesenian tradisional Indonesia, menjadi pelopor (ekonomi kreatif) dalam pemberdayaan (mencetak pelaku seni) masyarakat seni tradisi yg tangguh dan tanggap terhadap perkembangan jaman, dan menjadi lembaga seni yang kreatif dan produktif dalam proses penciptaan karya karya baru.” Dengan adanya visi tersebut maka ditetapkan pula misi untuk mendukung. Misi yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut; “Membangun ekosistem berkesenian yg sehat dalam menumbuhkan rasa saling asah asih asuh untuk mengemban amanah pelestarian serta pengembangan seni tradisi khususnya kesenian reyog Ponorogo; berkomitmen untuk menghidupkan ekonomi kreatif melalui kegiatan seni dan budaya melalui wadah organisasi yg dikelola secara profesional dan berintegritas; dan menciptakan program pembelajaran dan pelatihan seni yg terstruktur dan komprehensif untuk menghasilkan seniman dengan karya-karya yang hebat.”

Dalam mempertahankan nama sanggar tetap dikenal oleh masyarakat Sanggar Tari Langen Kusuma telah menentukan strategi untuk mencapai sasaran atau tujuan yang sudah ditetapkan. Strategi yang digunakan oleh Sanggar Tari Langen Kusuma ada dua yaitu; 1) Strategi tumbuh kembang, dan 2) Strategi bertahan. Dalam strategi tumbuh kembang Sanggar Tari langen Kusuma memiliki maksud dan tujuan untuk mengembangkan sanggar dengan beberapa tindakan. Tindakan tersebut dilakukan dengan cara memperbaiki sarana prasarana secara perlahan agar sarana prasarana yang ada di lingkup sanggar lebih memadai dan melakukan kegiatan pementasan maupun pelatihan dan meningkatkan promosi melalui media sosial. Strategi kedua yaitu strategi bertahan memiliki tujuan agar tidak mengalami penurunan dan sanggar diharapkan tetap bertahan. Menjalankan kegiatan rutin seperti latihan supaya kualitas penari tidak menurun dan melakukan evaluasi disetiap kegiatan sanggar telah selesai untuk mengetahui kendala dan kekurangan yang terjadi sehingga dapat dibenahi saat kegiatan selanjutnya.

Program yang sudah dilakukan oleh Sanggar Tari Langen Kusuma berupa program yang dibedakan berdasarkan waktu yaitu; perencanaan program jangka panjang dan program jangka pendek. Dalam menetapkan rencana tersebut memerlukan pengelompokan terlebih dahulu. Dengan adanya

pengelompokan maka rencana rencana tersebut dapat ditetapkan sebagai rencana jangka panjang dan jangka pendek. Sanggar Tari LangenKusuma memiliki rencana jangka panjang yang berkelanjutan dan memiliki kurun waktu yang lama. Rencana jangka panjang biasanya memiliki kurun waktu 5 tahun sampai seterusnya hingga rencana ini dapat diwujudkan. Rencana jangka panjang yang telah direncanakan sebelumnya oleh pihak sanggar yang dapat disimpulkan bahwa rencana jangka panjang yang telah ditetapkan yaitu; (1) mengembangkan materi dan teori tari, (2) menciptakan penari dengan kemampuan yang baik, (3) membangun sarana dan prasarana yang lebih mendukung, (4) ikut serta dalam kegiatan kesenian di tingkat nasional, dan (5) membuat nama sanggar lebih dikenal. Rencana dalam jangka pendek di Sanggar Tari Langen Kusuma adalah program yang memiliki rencana dalam kurun waktu singkat seperti seminggu, sebulan atau 1-3 tahun kedepan. Rencana yang telah ditetapkan oleh Sanggar Tari Langen Kusuma agar dapat membantu rencana jangka panjang adalah sebagai berikut; (1) Latihan rutin yang merupakan program wajib dalam sanggar dengan diikuti oleh seluruh anggota dan peserta aktif Sanggar Tari Langen Kusuma, (2) Ujian Akhir Sanggar (UAS) dilakukan oleh para peserta yang telah mengikuti latihan rutin dan diadakan setiap 6 bulan sekali dan dikemas sebagai pagelaran sehingga dapat ditonton oleh orang banyak, (3) Implorasi alam merupakan program yang berkaitan dengan latihan rutin namun pelaksanaannya dilakukan di alam bebas seperti pantai, bukit, dan alun-alun Kota Ponorogo, kegiatan ini dilakukan setelah ujian akhir sanggar telah dilaksanakan, (4) Mengikuti kegiatan perlombaan dan festival kesenian akan menjadi salah satu usaha sanggar menilai kemampuan yang dimiliki dan dapat mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan Sanggar Tari Langen Kusuma, (5) Penyebaran brosur digunakan oleh sanggar pada saat akan mengadakan pementasan ataupun saat akan menambah peserta. Kegiatan penyebaran brosur merupakan kegiatan lain yang dipilih dalam usaha pemasaran dan, (6) Mengunggah kegiatan yang menarik di sanggar ke media sosial menjadi pilihan bagi sanggar untuk memasarkan jasa serta produk yang dimilikinya. Dengan adanya media sosial maka sanggar dapat dikenal dengan masyarakat secara luas.

Pembukuan keuangan yang berada di Sanggar Tari Langen Kusuma dilaksanakan setiap saat transaksi keuangan yaitu pemasukan ataupun pengeluaran yang dicatat oleh bendahara. Pemasukan yang didapatkan oleh Sanggar Tari Langen Kusuma diperoleh dari; Pembayaran peserta didik setiap bulan dan penjualan *marchandise*. Pembayaran peserta didik dalam setiap bulan merupakan salah satu komponen yang dapat menunjang berkembangnya Sanggar Tari Langen Kusuma, adapun sistem pembayaran peserta didik setiap bulannya yaitu menggunkan *fixedprice* (harga tetap) sebesar Rp. 65.000 sehingga tidak bisa menerapkan sistem tawar-menawar. Keuntungan yang dimiliki oleh Sanggar Tari Langen Kusuma dengan menjual *marchandise* seperti gantungan kunci, topeng, sticker, dan lain-lain saat mengadakan pagelaran tari ujian akhir semester di tempat umum. Dana yang masuk dari hasil penjualan *marchandise* ditaruh ke dalam kas sanggar untuk menutupi kebutuhan yang diperlukan sanggar.

Pembelajaran dalam Sanggar Tari Langen Kusuma memiliki tujuan agar generasi muda yang ada di lingkungan sanggar memiliki kegiatan yang positif dan dapat melestarikan budaya khususnya di bidang seni tari. Peserta sanggar pada saat ini jumlahnya terdapat 109 peserta dengan berbagai macam usia dari anak TK (Taman Kanak-Kanak) sampai SMA (Sekolah Menengah Atas). Siswa tari di klasifikasikan berdasarkan kemampuan menarinya yang pertama kelas pemula, menengah dan atas. Dalam sanggar tari Langen Kusuma tidak membedakan umur dan siapa saja yang belum bisa menari maka akan bergabung dengan penari pemula lainnya. Materi ajar yang diberikan terdapat tarian lokal dan tarian nusantara. Dengan sistem pembelajaran dilakukan 2x dalam seminggu yaitu hari Sabtu dan Minggu dengan 3 kloter pada pukul 08.00 WIB hingga 10.00 WIB, 11.00 WIB hingga 13.00 WIB dan, 15.00 WIB hingga 17.00 WIB.

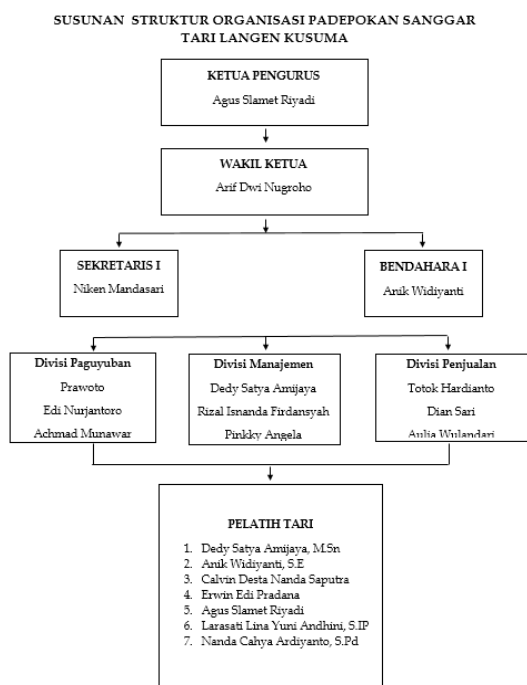
Dalam sanggar beberapa fasilitas memiliki peran untuk mengembangkan bakat dalam mengasah *skill* yang dimiliki oleh peserta. Sanggar Tari Langen Kusuma memiliki tempat ruangan khusus kegiatan latihan tari dan halaman yang cukup luas. Selain tempat latihan, Sanggar Tari Langen Kusuma juga memiliki fasilitas mendukung lainnya yaitu *soundsystem* agar proses latihan dapat berjalan dengan

semestinya dan alat pendukung latihan tari lainnya.

2. Pengorganisasian

Dalam pengorganisasian diwujudkan kedalam bentuk struktur organisasi dengan memberikan penjelasan mengenai wewenang dan mekanisme kerja antar bagian organisasi (Permas dkk, 2003:24). Begitu pula dalam Sanggar Tari Langen Kusuma telah menentukan struktur organisasi yang dapat memberikan informasi mekanisme kerja antar bagiannya sehingga memiliki tujuan memudahkan cara untuk bekerja dan lebih mengetahui tugas-tugas dari setiap bagian. Pengorganisasian yang merupakan fungsi kedua dalam manajemen diterapkan dalam Sanggar Tari Langen Kusuma dengan mengelola organisasi menggunakan cara sistem pembagian tugas dan wewenangnya masing-masing namun tetap didiskusikan secara bersama.

Struktur organisasi dalam Sanggar Tari Langen Kusuma terdiri dari berbagai bidang terdapat ketua sebagai pimpinan sanggar. Di bawah pimpinan ketua terdapat wakil ketua sanggar yang dapat membantu ketua dalam menjalankan tugasnya dalam mengurus sanggar. Di bawah wakil ketua, ada sekretaris dan bendahara. Untuk pembagian kerja dalam bidang lain maka dibagi menjadi beberapa divisi yaitu divisi padepokan, divisi manajemen, dan divisi penjualan yang dapat mempermudah tugas dan akan dibantu oleh beberapa orang dibawahnya. Pembagian kerja tersebut dibagikan sesuai dengan kemampuan setiap personal yang ada di sanggar. Dalam bagian pelatih terdapat 7 orang sebagai pelatih agar proses latihan tari dapat berjalan maksimal. Berikut adalah struktur organisasi Sanggar Tari Langen Kusuma:



Bagan 1 Struktur organisasi Sanggar Tari Langen Kusuma.

Sanggar Tari Langen Kusuma saat ini ada dalam bawah pimpinan Agus Slamet Riyadi. Sebagai pimpinan Agus juga bertugas sebagai motivator untuk para anggotanya dalam melaksanakan tugas dan sebagai penanggung jawab dari seluruh kegiatan yang dilakukan anggota sanggar. Sekretaris memiliki tugas dalam membantu pimpinan dalam hal melaksanakan pekerjaan teknis seperti daftar anggota sanggar dan pembuatan surat-menyurat. Bendahara memiliki peran untuk mengelola pengeluaran dan pemasukan, serta bertugas untuk menyesuaikan rencana kegiatan dengan anggaran dana yang tersedia. Bendahara dalam Sanggar Tari Langen Kusuma memiliki wewenang untuk mengatur dan memegang uang seluruhnya. Tugas-tugas bendahara dalam sanggar yaitu, 1) mencatat pengeluaran dan pemasukan dana dalam sanggar, 2) memegang dan mencatat setiap pembayaran uang bulanan peserta, 3) menghemat seefisien mungkin untuk pengembangan sanggar. Sanggar Tari Langen Kusuma memiliki pelatih yang mempunyai tugas selain sebagai guru untuk melatih keterampilan juga mempunyai peran sebagai teman sehingga pelaksanaan latihan rutin tidak menjadi beban yang berat bagi peserta didik. Tugas dan tanggungjawab dari divisi manajemen secara garis besar adalah merencanakan dan mengatur strategi yang akan

dilakukan oleh sanggar seperti mempromosikan dan mengiklankan dari setiap kegiatan yang terjadi dengan cara merancang berbagai media cetak (poster, pamflet, dsb). Dalam divisi paguyuban memiliki peran penting saat akan diadakannya pentas pagelaran seni, mereka yang akan merancang dan bertanggungjawab atas pelaksanaan pagelaran dari awal hingga akhir kegiatan. Divisi penjualan bertugas untuk menyiapkan dan menjual produk *merchandise* saat diadakannya pementasan pagelaran seni tari di tempat umum untuk menarik perhatian masyarakat. SDM yang dimiliki oleh Sanggar Tari Langen Kusuma memiliki kemampuan yang berkompeten dalam bidang seni tari, dan bidang lainnya yang sesuai dengan kemampuannya, sehingga dapat menjadi salah satu kekuatan untuk bertahan dan terus mengembangkan Sanggar Tari Langen Kusuma.

3. Pengarahan

Pengarahan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk membuat para anggota bekerja sesuai dengan tugasnya dengan memberikan intruksi. Pengarahan dilakukan oleh pemimpin untuk memberikan respon terhadap para anggota agar menjalankan tugas masing-masing anggota sesuai dengan rencana yang telah disepakati sebelumnya. Pengarahan dapat dilakukan sewaktu-waktu jika sang pemimpin menemukan kejanggalan terhadap kinerja para anggota ataupun saat tidak ada masalah. Pengarahan dilakukan agar anggota dapat melaksanakan tugasnya sesuai harapan Permas (2003:26).

Sesuai dengan penjelasan tersebut Sanggar Tari Langen Kusuma melakukan pengarahan yang dilakukan oleh ketua sanggar kepada setiap anggotanya, berikut adalah pengarahan yang dilakukan dalam sanggar; pengarahan personalia, rekrutmen peserta aktif, dan latihan. Menciptakan penari berkemampuan baik adalah tanggung jawab yang sangat besar, maka program ini dijalankan langsung oleh ketua dan dibantu para pelatih. Dalam setiap kegiatan latihan, Agus akan mengarahkan para pelatih untuk mempersiapkan tempat latihan, *soundsystem*, alat latihan dan tubuh penari terlebih dahulu. Jika semua kebutuhan sudah siap maka kegiatan dapat dijalankan. Selain itu sering kali Agus mengarahkan para pelatih untuk berdiskusi tentang materi agar dapat berkembang sehingga tidak tertinggal dengan sanggar lainnya. Saat pementasan maka Agus

akan bertanggung jawab dalam setiap kebutuhannya dan mengarahkan divisi paguyuban untuk menyiapkan rangkaian kegiatan mulai dari awal hingga akhir. Untuk dokumentasi kegiatan ketua mengarahkan salah satu anggota divisi paguyuban untuk mendokumentasikan agar dapat menjadi arsip dan juga dapat diunggah ke dalam media sosial. Dengan adanya pengarahan Agus memiliki harapan hasil akhirnya sesuai dengan keinginan. Kegiatan pemasaran untuk mengkomunikasikan produk dan jasa sanggar akan dilakukan oleh divisi manajemen dengan tetap dibawah arahan ketua, seperti penyebaran brosur, jalinan kerjasama, dan pelaksanaan pementasan. Untuk penjualan *marchandise* dilaksanakan oleh divisi penjualan atas arahan ketua saat pementasan seni tari agar pemasukan atau kas sanggar bisa bertambah.

Kegiatan perekrutan peserta sanggar dilakukan secara formal dengan membuka kelas di tanggal atau bulan tertentu yaitu setahun dua kali. Calon peserta yang ingin bergabung dapat langsung datang ke sanggar dan bertemu dengan pengelola sanggar. Kemudian peserta akan diminta untuk membayar biaya pendaftaran sebesar Rp. 65.000 setiap bulannya, setelah itu dapat langsung bergabung latihan dengan peserta lainnya. Salah satu cara yang sering dilakukan untuk menarik perhatian agar masyarakat bergabung menjadi peserta adalah dengan melakukan pagelaran. Pagelaran yang dilakukan oleh sanggar terjadi pada saat ujian akhir sanggar di lingkungan sekitar sanggar dengan demikian masyarakat dapat melihat secara gratis tanpa tiket dan dapat melihat serta mengetahui kemampuan seni tari yang diperagakan oleh peserta yang telah latihan rutin di Sanggar Tari Langen Kusuma. Latihan merupakan salah satu kegiatan rutin yang ada di Sanggar Tari LangenKusuma. Dalam setiap kegiatan latihan rutin Agus mengarahkan kepada pelatih untuk memberikan materi wajib sesuai dengan kurikulum. Setiap sebelum memulai latihan Agus memberikan tugas kepada pelatih untuk pemanasan terlebih dahulu dengan tehnik olah tubuh. Dilaksanakan di tempat yang telah disediakan dan pada tanggal serta jam yang telah disepakati bersama.

4. Pengendalian

Pengendalian merupakan fungsi keempat dari manajemen yang berkaitan dengan fungsi perencanaan, karena pengendalian adalah

kegiatan pemantauan aktivitas-aktivitas para anggota, menjamin atau memastikan para anggota tetap melaksanakan tugasnya, dan menjaga organisasi agar tetap berjalan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan dalam perencanaan. Pada saat kegiatan latihan sering kali Agus sebagai ketua terjun langsung untuk memantau aktivitas yang terjadi. Setelah kegiatan latihan selesai maka akan diadakan evaluasi agar kesalahan yang terjadi tidak terulang kembali.

Dalam program pembuatan karya baru Agus ikut andil untuk mengawasi dan memantau setiap proses dalam kegiatan tersebut. Dalam penetapan gerak dan musik tari Agus melihat setiap gerakan yang dilakukan para penari setelah kegiatan latihan dengan pelatih, jika gerakan dan musik tidak sesuai dengan konsep maka ketua akan mendiskusikannya dengan pelatih dan kemudian pelatih akan merubahnya kembali sebelum diajarkan kepada penari. Dengan adanya pengendalian dalam kegiatan membuat karya baru maka Agus dapat menjamin atau memastikan minimnya akan hal yang tidak diinginkan dan dapat mencapai hasil yang maksimal. Dalam pemasaran, seluruh anggota untuk ikut andil dalam pemasaran *personalselling* dengan menyarankan teman atau saudara yang berminat dalam tari untuk bergabung dengan sanggar. Dedy untuk membuat brosur dan kemudian dapat disebar oleh anggota. Sebelum brosur disebar Agus akan menilainya terlebih dahulu apakah brosur sudah layak disebar atau belum. Dalam kegiatan pagelaran Agus melibatkan seluruh anggota untuk mempersiapkannya para peserta sebagai penari, dan pengurus sebagai panitia acaranya. Dalam pengambilan keputusan di setiap permasalahan yang ada musyawarah dengan melibatkan seluruh anggota merupakan pilihan yang diambil sehingga keputusan dapat disetujui bersama.

Strategi Pemasaran Padepokan Sanggar Tari Langen Kusuma

Pemasaran merupakan kegiatan manusia yang mengarah pada memenuhi dan memuaskan keinginan konsumen melalui proses pertukaran. Pemasaran dapat kita artikan sebagai lingkup kegiatan atau aktivitas yang berkaitan dengan usaha untuk memberikan jasa atau barang yang telah dihasilkan sehingga mendapatkan suatu nilai harga yang dapat memberikan keuntungan. Pemasaran yang dilakukan oleh Sanggar Tari LangenKusuma

menggunakan beberapa cara yang telah diterapkan dari awal berdirinya sanggar hingga saat ini. Dalam menerapkan pemasaran beberapa tahapan langkah yang telah diambil oleh Sanggar Tari LangenKusuma diantaranya berupa: 1) Penentuan sasaran, 2) Penerapan bauran pemasaran, dan 3) Pengembangan kampanye promosi.

1. Penentuan Sasaran

Dalam penentuan sasaran terdapat dua jeni sasaran yang digunakan dalam Sanggar Tari Langen Kusuma. Pertama sasaran tindakan (*action*) yaitu sasaran yang dapat diukur dan spesifik. Sasaran tindakan yang ditentukan adalah jumlah peserta yang rata-rata dalam setahun tidak mengalami penurunan dan jumlah pemasukan dana. Sasaran yang kedua adalah sasaran citra (*image*) yang berupa citra baik bagi organisasi seni pertunjukan yang sedang ditekuninya saat ini. Sasaran citra bagi Sanggar Tari Langen Kusuma meliputi; 1) Citra dalam pencapaian kualitas tarian peserta didik yang baik dan, 2) Menjadi sanggar terkemuka dan tetap ekis di wilayah Ponorogo. Proses yang dilakukan oleh Sanggar Tari Langen Kusuma tidak pernah menurun dalam hal mewujudkan sasaran citra ini dengan terus melatih peserta didiknya agar menambah kualitas kepenarian yang dimiliki dan mengikuti ajang lomba ataupun festival kesenian agar namanya dikenal oleh masyarakat luar.

2. Penerapan Bauran Pemasaran

Jangkauan pemasaran yang dilakukan oleh Sanggar Tari Langen Kusuma melingkupi 4P atau Marketing-mix yaitu; *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi) sesuai dengan yang telah direkomendasikan Kotler dan Keller (2012:25).

Sanggar Tari Langen Kusuma memiliki produk yang mereka tawarkan kepada konsumen yaitu: 1) menjual jasa mereka kepada masyarakat dengan menjadi pendidik bagi peserta didik yang berminat dalam bidang seni tari 2) menampilkan sebuah tarian yang dapat menghibur di suatu acara atau kegiatan. Untuk harga Sanggar Tari Langen Kusuma menggunakan *fixedprice* (harga tetap) sebesar Rp. 65.000 perbulan.

Harga tersebut adalah harga standar karena sesuai dengan output yang didapatkan oleh siswa tari berupa materi pembelajaran yang terstruktur dan sistematis. (Retno, wawancara langsung, 16 Februari 2022)

Lokasi sanggar tari Langen Kusuma yaitu cukup strategis berada ditengah kota serta

sudah terdaftar pada google maps sehingga memudahkan masyarakat untuk menemukannya. Selain itu, saluran distribusi yang ada dalam sanggar tari LangenKusuma menerapkan saluran tingkat 0 atau tidak memiliki perantara sehingga produsen langsung memberikan produk kepada konsumen. Promosi yang dilakukan dalam mengkomunikasikan produknya agar konsumen tertarik mengikuti kegiatan dengan menjadi siswa tari atau minat dalam menggunakan jasa Sanggar Tari Langen Kusuma yaitu dengan menggunakan *promotion-mix* dan lainnya. Pembahasan mengenai promosi akan dijelaskan pada sub bab pengembangan kampanye promosi.

3. Pengembangan Kampanye Promosi

Pada hal pemasaran bukan hanya menjelaskan persoalan harga, produk, sertapendistribusian saja, namun juga membahas bagaimana cara mengkomunikasikan produk yang dimiliki diketahui masyarakat agar dikenal dan dapat membuat masyarakat tertarik terhadap produk tersebut. Pengembangan kampanye promosi merupakan salah satu strategi pemasaran agar masyarakat dapat mengetahui produk tersebut.

Sanggar Tari Langen Kusuma menerapkan pengembangan kampanye promosi dengan menyusun suatu strategi dengan cara bauran promosi atau juga sering disebut sebagai *promotion-mix*.

Tabel 2 : Perbandingan sanggar tari Langen Kusuma sebelum dan saat pandemi

	Sebelum Pandemi Covid-19	Masa Pandemi Covid-19
Pemesanan jasa	Datang langsung ke padepokan sanggar tari Langen Kusuma.	Melalui platform Whatsapp yang akan tersambung langsung dengan pengelola.
Pertunjukan ujian pagelaran seni tari	Diadakan di tempat umum yang bisa dijangkau oleh masyarakat	Diadakan melalui platform youtube secara <i>livestreaming</i> yang dapat

	sekitar.	dijangkau oleh masyarakat luas.
Ajang perlombaan	Mengikuti ajang perlombaan seni tari yang diadakan oleh pemerintah dan lembaga.	Mengadakan ajang perlombaan seni tari virtual melalui platform instagram yang diikuti oleh peserta seluruh Indonesia.
Kolaborasi	Berkalaborasi dengan kelompok kesenian lainnya.	Berkalaborasi dengan media RRI TV untuk menayangkan profil sanggar.
Aktivitas promosi	Promosi dilakukan secara langsung kepada masyarakat dengan penyebaran penyeburan brosur.	Promosi dilakukan melalui platform media sosial dengan mengunggah video <i>treasure</i> dan pamflet.

Sumber : (Data diolah peneliti)

3.1 Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Sanggar Tari Langen Kusuma

Pada era digital seperti saat ini, pelaku usaha gencar menggunakan media sosial yang menjadi alat untuk mempromosikan jasa ataupun produk. Kemudahan yang diperoleh dari media sosial dalam memasarkan produk atau jasa, yakni salah satunya memberikan informasi tanpa mengeluarkan biaya pemasaran dan tenaga yang besar. Menurut (Morissan, 2010) tujuan dari komunikasi oleh pelaku usaha atau bisnis melalui pemanfaatan internet menggunakan media sosial, yakni untuk menyebarkan informasi, menghasilkan riset, melakukan percobaan pada produk atau jasa, menciptakan *brand awareness*,

membentuk persepsi dan meningkatkan layanan. Berikut media sosial yang terdapat pada sanggar tari Langen Kusuma:

Gambar 1 : Platform media sosial sanggar tari Langen Kusuma



(Sumber : Data diolah peneliti)

Dilihat dari gambar di atas bahwa sanggar tari Langen Kusuma telah menggunakan berbagai media sosial, mulai dari Instagram, Whatsapp, dan Youtube. Pemanfaatan media sosial adalah pengembangan strategi baru yang digunakan oleh sanggar tari Langen Kusuma saat adanya pandemi Covid-19 sebagai sarana promosi yang lebih optimal. Kegiatan promosi melalui Instagram, dikarenakan Instagram sebagai salah satu media sosial di Indonesia paling banyak jumlah penggunaannya, kemudahan akses informasi pada Instagram memberikan kenyamanan tersendiri untuk mempromosikan produk. Dibuktikan dengan data yang dilakukan oleh Statista dihalamannya dengan judul "Penetrasi Jejaring Sosial Terkemuka di Indonesia" pada tahun 2020 terhitung hingga kuartal ke tiga, bahwa Instagram dengan presentase 86,6% memasuki tingkat penetrasi jejaring sosial tertinggi ketiga, setelah Youtube 93,8% dan Whatsapp menjadi jejaring sosial tertinggi kedua dengan presentase 87,7%. Promosi yang dilakukan oleh sanggar tari Langen Kusuma yaitu membuat sebuah iklan dan melakukan promosi penjualan.

Periklanan merupakan salah satu langkah dalam mengkomunikasikan produk kepada masyarakat dalam periklanan biasanya menunjukkan keunggulan suatu

produk yang telah disusun secara rapi dan menarik sehingga dapat menimbulkan rasa ketertarikan saat melihat iklan tersebut.

Sanggar tari Langen Kusuma membuat berupa konten foto atau video pada sosial media instagram dan youtube yang disajikan dalam bentuk gambar infografis, dengan memberikan tambahan penjelasan informasi dalam *caption*. Sanggar Tari Langen Kusuma menggunakan pamflet sebagai alat promosi yang kemudian mereka unggah pada sosial media instagram dan whatsapp untuk memperkenalkan sanggar kepada masyarakat agar nama sanggar tetap *eksis* dan dipercaya untuk digunakan jasanya. Didalam pamflet biasanya terdapat informasi suatu produk atau jasa dan foto yang mendukung informasi tersebut. Dengan sentuhan desain yang menarik sehingga membuat orang ingin membacanya dan dengan cepat dapat mengenal produk ataupun pelayanan yang akan diberikan. Dalam pamflet tersebut disebutkan bahwa sanggar membuka pendaftaran untuk peserta didik baru, uang pendaftaran dan juga materi yang akan diberikan kepada calon siswa. Selain itu terdapat juga alamat sanggar dan kontak yang dapat dihubungi.

Penggunaan media sosial instagram sebagai kegiatan iklan memiliki pengaruh dalam peningkatan jumlah siswa. Hal tersebut terbukti karena salah satu siswa sanggar tari Langen Kusuma mendapatkan informasi mengenai sanggar tari Langen Kusuma dari instagram. Pada unggahan postingan feed maupun story instagram milik sanggar tari Langen Kusuma terlihat menarik, sehingga akhirnya memilih sanggar tari Langen Kusuma sebagai tempat mengembangkan minat dan bakat tari. (Karina, wawancara langsung, 16 Februari 2022).

Sanggar tari Langen Kusuma memanfaatkan sosial media instagram untuk mengunggah foto kegiatan latihan, pementasan ujian kelulusan, dan juga prestasi-prestasi yang diperoleh oleh Sanggar tari Langen Kusuma. Dalam hal ini pihak sanggar memberikan kesempatan untuk menarik perhatian klien dengan menunjukkan portofolio seperti gambar dan foto kegiatan, serta dapat berinteraksi

langsung melalui kirim pesan atau komentar.

Pemanfaatan media sosial whatsapp juga diterapkan oleh sanggar tari Langen Kusuma yaitu dalam kegiatan pemesanan jasa. Jika sebelumnya, calon siswa tari yang ingin mendaftar ke sanggar langsung datang ke lokasi padepokan sanggar tari Langen Kusuma yang terletak di Jl. Batoro Katong No. 118, Kelurahan Kertosari, Kecamatan Babadan, Kabupaten Ponorogo. Namun, sekarang calon siswa tari bisa daftar melalui sosial media whatsapp yang akan tersambung langsung dengan pengelola. Penggunaan whatsapp sebagai kegiatan pemesanan jasa dirasa cukup efektif karena bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun tanpa ada batasan tempat dan waktu.

Setelah mencari tahu tentang sanggar tari Langen Kusuma di akun sosial media instagram, kemudian diarahkan untuk tanya jawab lebih detail melalui whatsapp. Informasi yang didapatkan dari pengelola sanggar cukup jelas dan memudahkan calon siswa yang ingin mendaftar pada sanggar tari Langen Kusuma. (Karina, wawancara langsung, 16 Februari 2022)

Selain iklan, sanggar tari Langen Kusuma juga melakukan promosi penjualan. Dengan adanya promosi penjualan juga dapat menciptakan ketertarikan jangka panjang dengan target sasaran. Sanggar Tari Langen Kusuma melakukan promosi penjualannya dengan cara mengadakan pertunjukan ujian pagelaran seni. Di saat mengadakan pementasan pagelaran seni Sanggar Tari Langen Kusuma melakukan dengan cara tidak mengambil tarif pada penonton. Pagelaran seni dilaksanakan dengan harapan para penonton yang melihat dapat tertarik dan minat dengan jasa yang ditawarkan oleh Sanggar Tari Langen Kusuma. Pagelaran seni dapat menjadi salah satu media promosi karena dapat mendatangkan banyak orang. Pagelaran melibatkan dua pihak yaitu pihak yang ditonton dan pihak penonton.

Sanggar Tari Langen Kusuma memiliki pagelaran seni rutin dan tidak rutin. Pagelaran seni rutin yaitu pementasan ujian kelulusan yang biasanya dilakukan selama 6

bulan sekali terhitung satu semester dengan melibatkan seluruh peserta didik sanggar sebagai penari. Fungsi diadakan pagelaran ini yaitu untuk menambah pengikut siswa tari dan menilai keterampilan para peserta didik setelah mengikuti latihan rutin di sanggar. Dalam pentas tari pada pagelaran ujian kelulusan, Sanggar Tari Langen Kusuma mempunyai dua aktivitas yang dijadikan adat yaitu "Srawung Seni" serta "Kercopan Art Festival". Pada dasarnya aktivitas yang dipertunjukkan pada akhir semester ialah pertunjukan yang dipertontonkan pada Padepokan dengan melibatkan penduduk. Pertunjukan ini ditunjukkan dengan wujud pertunjukan yang bernama "Srawung Seni" serta "Kercopan Art Festival".

"Srawung Seni" adalah suatu pentas seni pertunjukan yang dijadikan aktivitas rutin di padepokan saat di akhir belajar. Wujud pentas tersebut ialah pentas akhir semester berdasarkan hal yang dipelajari dan didapatkan siswa. "Srawung Seni" umumnya dipertunjukkan saat akhir semester ganjil serta dipentaskan di luar padepokan, contohnya di lokasi wisata ataupun lokasi umum yang biasanya didatangi oleh banyak penduduk. Sedangkan "Kercopan Art Festival" yaitu jadwal pentas padepokan yang umumnya dipentaskan saat semester genap ataupun di akhir semester.

Selain pagelaran rutin, Sanggar Tari Langen Kusuma juga memiliki kegiatan pagelaran seni tidak rutin yang diikuti oleh beberapa siswa tari sesuai dengan kebutuhan seperti mengisi acara pembukaan atau mengikuti lomba seni tari. Tujuan lain pagelaran ini dilakukan dengan maksud menambah relasi kepada masyarakat dan juga mempromosikan jasa yang mereka miliki. Selain itu pihak sanggar juga dapat lebih akrab dan dapat memperkenalkan sanggar kepada masyarakat tanpa ada batasan.

Namun, saat muncul pandemi Covid-19, terdapat kebijakan dari pemerintah berupa tidak diperbolehkannya menggelar acara yang menimbulkan kerumunan salah satunya yaitu pagelaran seni tari. Pengelola sanggar tari Langen Kusuma membuat dan merancang inovasi baru agar sanggar tetap

bisa menggelar kegiatan seperti biasanya berdasarkan dengan anjuran kesehatan yang diaplikasikan pada pemerintah. Sanggar tari Langen Kusuma memanfaatkan adanya media sosial youtube untuk mengadakan pagelaran seni yang rutin dilakukan. Sanggar Tari Langen Kusuma menggunakan fitur *livestreaming* pada youtube sehingga penonton dari seluruh wilayah tanpa batasan bisa menonton pagelaran ujian kelulusan tersebut. Pada pagelaran *livestreaming* tersebut sanggar tari Langen Kusuma menampilkan berbagai macam tarian tradisional seperti pada gambar 2.

Langen Kusuma adalah sanggar tari pertama di Ponorogo yang mengadakan acara ujian praktek semester tari secara *live streaming* di youtube selama pandemi dan mendapatkan antusias masyarakat yang cukup baik serta mendapatkan dukungan penuh oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Ponorogo. (Agus, wawancara, 20 Februari 2022).

Selain kegiatan pagelaran, agar nama sanggar tari Langen Kusuma dikenal oleh masyarakat luas, Agus selaku ketua selalu aktif mengikuti kegiatan perlombaan ataupun festival yang digelar oleh instansi atau lembaga seperti Festival Reyog Nasional dan perlombaan lainnya. Namun, semenjak pandemi Covid-19 kegiatan tersebut dihentikan, Dady selaku ketua divisi manajemen dan pengelola lainnya mengeluarkan inovasi baru yaitu dengan memanfaatkan media sosial instagram untuk mengadakan perlombaan yaitu tari ganong virtual se-Indonesia. Perlombaan tari ganong virtual terbagi menjadi dua kategori yaitu kategori A untuk usia SD dan kategori B untuk pelajar dan umum. Kegiatan tersebut mendapatkan antusias positif dari masyarakat, hal tersebut dibuktikan dengan peserta lomba yang berasal dari beberapa daerah seperti Jakarta, Sumatera, Jawa Barat, Jawa Tengah dan lain-lain.

Teknis perlombaan tari ganong virtual yaitu peserta harus *follow* akun media sosial instagram *@langenkusuma_official* kemudian peserta mengirimkan karya tari ganong mereka pada panitia melalui whatsapp. Selanjutnya, video peserta

diupload oleh panitia pada akun milik sanggar tari Langen Kusuma guna menentukan peraih juara favorit karena akan dilihat dari like terbanyak pada video tari ganong yang diunggah pada akun sosial media milik sanggar tari Langen Kusuma. Untuk penentuan juara 1,2, dan 3 akan dinilai langsung oleh juri yang kompeten pada bidang kesenian tari.

Adanya ajang perlombaan ini diharapkan bisa menumbuhkan rasa semangat penggiat kesenian untuk terus melestarikan kesenian ditengah adanya pandemi Covid-19. (Dady, wawancara langsung, 14 Februari 2022)

3.2 Menjaga Eksistensi dengan Membangun Kolaborasi

Dalam menjaga eksistensi sanggar tari Langen Kusuma membangun kolaborasi bersama organisasi lain agar keberadaannya tetap dikenal dan dijangkau oleh masyarakat luas. Sanggar Tari Langen Kusuma menerapkan strategi pemasaran melalui kolaborasi dengan membuat jalinan kerjasama antar pihak sanggar dan pihak organisasi seni pertunjukan lainnya. Jalinan kerjasama tersebut dilakukan melalui pimpinan organisasi atau pihak lainnya yang bertanggung jawab atas organisasi tersebut.

Dengan adanya kerjasama antar pihak organisasi seni pertunjukan lainnya juga dapat meningkatkan mutu kesenian yang ada di lingkungan sekitar dan membangun citra baik bagi sanggar sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas. Sanggar Tari Langen Kusuma saat ini telah memiliki hubungan kerja sama dengan berbagai macam organisasi dalam bidang kesenian dan musik, yaitu; Sanggar Kawulo Bantarangin, Sanggar Solah Wetan, dan Sanggar Probo Wengker. (Agus, wawancara, 20 Februari 2022).

Sanggar Tari Langen Kusuma juga melakukan kerjasama dengan bidang seni musik untuk menambah kualitas hasil karya yang dimiliki oleh sanggar. Sanggar Tari Langen Kusuma telah memiliki beberapa jalinan yang menjalin kolaborasi dengan organisasi yang beradadalam seni musik selama bertahun – tahun agar karya yang dimilikinya lebih bernilai dan dapat bersaing dengan karya lainnya.

Sanggar tari Langen Kusuma mengembangkan kegiatan kolaborasi saat pandemi Covid-19 dengan menjalin kerjasama dengan media televisi yaitu RRI TV. Hasil kerjasama yang dilakukan adalah berupa peliputan profil dan kegiatan sanggar sehari-hari yang diunggah pada youtube milik RRI TV. Adanya kerjasama dengan media diharapkan nama sanggar tari Langen Kusuma bisa dijangkau oleh masyarakat luas tanpa ada batasan sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk menjadi siswa tari ataupun mengikuti *event* yang diselenggarakan oleh sanggar tari Langen Kusuma.

Selain menjalin kolaborasi, sanggar tari Langen Kusuma juga mengandalkan kekuatan testimoni dalam bentuk *word of mouth*. *Word of mouth* (mulut ke mulut) yaitu sebuah upaya strategi komunikasi pemasaran dengan melakukan testimoni dan rekomendasi yang dibagikan alumni maupun siswa sanggar tari Langen Kusuma dengan memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap jasa yang ditawarkan.

Word of mouth memberi data secara pribadi sesuai dengan kejadian para alumni serta anak didik Sanggar Tari Langen Kusuma. Walaupun termasuk tradisional, taktik tersebut mendorong untuk memperkenalkan suatu jasa yang lebih jauh lagi sehingga bisa memberi nilai serta keunggulan yang positif. Strategi ini sangat berdampak pada putusan pembeli terhadap pemakaian suatu pelayanan, terlebih jika data diperoleh dari sumber yang telah kita kenal. Untuk penambahan peserta biasanya terjadi saat mereka mengajak teman sekolah, teman rumah atau bahkan saudara untuk ikut belajar tari bersama di sanggar tari Langen Kusuma. Selain itu, testimoni juga bisa dilihat pada halaman google yang bisa dijangkau oleh semua orang. Pada halaman google sanggar tari Langen Kusuma mendapatkan rating bintang lima yang berarti memiliki testimoni atau ulasan yang sangat baik untuk menggunakan jasanya.

Kekuatan *word of mouth* berpengaruh pada jumlah kenaikan siswa di sanggar tari Langen Kusuma. Hal tersebut dapat dibuktikan adanya salah satu siswa sanggar tari Langen Kusuma yang mendapatkan

informasi mengenai sanggar dari testimoni temannya. Sebelumnya latihan di sanggar lain, lalu mendapatkan rekomendasi untuk pindah ke sanggar tari Langen Kusuma karena sistem latihannya terstruktur dengan baik. (Syahdan, wawancara langsung, 16 Februari 2022).

Adanya strategi ini sangat menguntungkan bagi sanggar seperti menambah peserta ataupun dipercaya untuk menggunakan jasa mereka.

3.3 Optimalisasi Strategi Komunikasi Pemasarandalam Meningkatkan Jumlah Siswa

Strategi komunikasi pemasaran merupakan peranan penting bagi pelaku usaha kesenian untuk dapat bertahan di masa pandemi Covid-19. Salah satu komponen dari strategi komunikasi pemasaran yang penting dilakukan yaitu promosi. Sanggar tari Langen Kusuma membangun hubungan yang lebih kuat dan dekat dengan masyarakat. Agar dapat mencapai potensi berkembangnya, sanggar tari Langen Kusuma menggunakan strategi promosi berfokus pada sasaran yang unik dan menciptakan ide-ide baru, guna memberikan solusi atas permasalahan yang ditemui yaitu perubahan kebijakan adanya pandemi Covid-19.

Strategi pemasaran yang dilakukan sanggar tari Langen Kusuma pada berbagai aktivitas promosi, menghasilkan peningkatan jumlahsiswa, yang menuntut sanggar tari Langen Kusuma untuk terus berkembang menciptakan inovasi baru. Peningkatan pelanggan dapat dilihat melalui tabel jumlah siswa sanggar tari Langen Kusuma sebagai berikut:

Tabel 3 : Jumlah siswa sanggar tari langen Kusuma setiap tahun

Tahun	Jumlah Siswa
2014	32
2015	61
2016	75
2017	96
2018	115
2019	150
2020	75
2021-2022	109

(Sumber : Dokumen rekap data sanggar tari Langen Kusuma)

Jika dilihat berdasarkan tabel jumlah siswa tersebut, pada awal berdirinya tahun 2014, sanggar tari Langen Kusuma tidak mendapatkan banyak siswa, dikarenakan menjadi jasa kesenian tari yang baru muncul menjadikan masyarakat Ponorogo belum terbentuk kepercayaan terhadap sanggar tari Langen Kusuma. Hal pertama yang dilakukan sanggar tari Langen Kusuma dalam memperkenalkan jasa yaitu membuat brosur yang disebarlangsung ke masyarakat agar tertarik dan mengandalkan kekuatan *wordofmouth*. Dari awal tahun berdirinya yaitu tahun 2014 dengan jumlah 32 siswa hingga tahun 2019 dengan jumlah 150 siswa telah mengalami kenaikan yang signifikan. Namun, pada tahun 2020 jumlah siswa sanggar tari Langen Kusuma mengalami penurunan sebesar 50% dari 150 siswa menjadi 75 siswa yang menjadikan sanggar terus mencari ide baru dan mengembangkan segala bentuk promosi.

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, implementasi promosijasa yang dilakukan oleh sanggar tari Langen Kusuma selama masa pandemi Covid-19 berlangsung dengan optimum, mulai dari upaya memperkenalkan pada masyarakat melalui platform media sosial sehingga membangun kepercayaan masyarakat hingga dapat meningkatkan jumlah pengikut. Selanjutnya, mengembangkan inovasi baru dengan mengadakan ajang perlombaan dan pagelaran seni tari menggunakan platform media sosial yang bisa dijangkau oleh masyarakat luas. Penggunaan media sosial yang dijadikan kegiatan promosi di masa pandemi Covid-19 memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan jumlah siswa sanggar tari Langen Kusuma dari tahun 2020 dengan jumlah 75 siswa menjadi 109 siswa pada tahun 2021-2022. Dengan memanfaatkan media sosial menjadi peluang sangat besar untuk meningkatkan jumlah pengikut dengan terus mengembangkan ide dan inovasi baru.

PENUTUP

Simpulan

Sesuai dengan hasil serta penjelasan bisa diambil kesimpulan, bahwasanya dalam mempertahankan sebuah kebudayaan pada sanggar tari diperlukan adanya manajemen dan strategi komunikasi pemasaran yang sesuai. Manajemen yang diterapkan oleh padepokan sanggar tari Langen Kusuma yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian. Selain itu, padepokan sanggar tari Langen Kusuma juga menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang memiliki beberapa tahapan yaitu penentuan sasaran, penerapan bauran pemasaran dan pengembangan kampanye promosi. Adanya musibah pandemi Covid-19 yang menimpa, maka sektor kebudayaan seperti sanggar tari Langen Kusuma harus terus mengembangkan inovasi, melalui berbagai strategi komunikasi pemasaran yang baik, terutama dalam aktivitas promosi. Promosi pada media sosial Whatsapp, Instagram, dan Youtube disaat masa pandemi Covid-19 sangat membantu sanggar tari untuk memberikan berbagai informasi, melalui konten berupa foto, video, hingga *livestreaming*, dengan menggunakan kedekatan tertentu. Pembaruan promosi yang dilakukan saat pandemi yaitu dengan menggunakan iklan berupa video *treasure* yang ditampilkan pada video *livestreaming* pagelaran ujian kelulusan anak didik pada akun sosial media youtube milik sanggar tari Langen Kusuma. Pemanfaatan media sosial instagram juga dilakukan oleh sanggar tari Langen Kusuma dengan membuat lomba ganong virtual se-Indonesia yang diikuti oleh peserta dari berbagai daerah. Selain itu, juga dilakukan pemberian potongan harga kepada anak didik jika mendapatkan juara tiga besar dalam pelaksanaan penilaian uji kelulusan. Lalu menjalin kolaborasi juga dilakukan, karena menjadi salah satu upaya yang optimal untuk memperluas target pasar, sanggar tari Langen Kusuma telah berkolaborasi dengan salah satu media televisi yaitu RRI TV untuk meliput profil dan kegiatan yang dilakukan oleh sanggar.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh sanggar tari Langen Kusuma mendapatkan hasil yang signifikan, dapat dilihat melalui meningkatnya pelanggan dari tahun ke tahun mulai dari awal berdirinya sanggar tari langen Kusuma, pada tahun 2014, jumlah siswa tari sebanyak 32, tahun 2015 sejumlah 61, pada tahun 2016 sejumlah 75, tahun 2017 sejumlah 96, tahun 2018 sejumlah 115, tahun 2019 sejumlah 150, tahun 2020 mengalami penurunan sebanyak 50% yaitu menjadi 75 siswa dikarenakan adanya pandemi Covid 19. Namun, pada tahun 2021

hingga 2022 mengalami peningkatan kembali yaitu sejumlah 109siswa tari. Sanggar tari Langen Kusuma menganalisa kondisi pasar, untuk mengetahui sekaligus mengenali target konsumennya secara mendalam, dengan begitu akan semakin mudah dalam memahami keinginan serta kebutuhankonsumen, menjadi peluang tersendiri bagi sanggar tari Langen Kusuma untuk menarik minat konsumen menggunakan jasanya. Dengan menerapkan strategi komunikasi pemasaran tersebut sanggar tari Langen Kusuma dapat terus bersaing dengan sanggar lainnya dan mampu mempertahankan eksistensinya dimasa pandemi Covid-19.

Saran

Sanggar Tari Langen Kusuma diharapkan bisa memanfaatkan media sosial lebih maksimal sebagai sarana untuk promosi, penggunaan sosial media sebaiknya lebih merata pada seluruh media sosial, tidak hanya melalui Instagram, Whatsapp dan Youtube saja sehingga jangkauan sasaran lebih meluas. Selain itu, promosi yang dilakukan diharapkan lebih kreatif dan beragam, dengan menonjolkan kelebihan yang dimiliki Sanggar Tari Langen Kusuma agar dapat menarik minat masyarakat.

Untuk peneliti selanjutnya yang nantinya akan meneruskan atau melaksanakan observasi dengan tema yang sama, diharapkan bisa memperoleh informasi lebih dalam tentang organisasi padepokan sanggar tari, melihat fakta bahwa sanggar tari melakukan pembaharuan yang juga mempunyai potensi sebagai penguah ataupun penambah data yang sudah dipakai pada observasi tersebut.

Untuk pengelola sanggar tari serupa, mereka bisa terus menjaga eksistensi sanggar disaat masa pandemi ini agar sanggar tidak mengalami kemunduran karena hal tersebut berdampak pada pudarnya kelestarian kebudayaan. Dan juga pihak pengelola sanggar tari serupa diharapkan untuk menciptakan strategi baru yang dapat dijadikan referensi bagi sanggar serupa lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- A.J, Muljadi dan Andri Warman. (2004). *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ardiyanta, Adita Puji. (2018). Strategi Komunikasi Sanggar Latah Tuah Pekanbaru Dalam Menarik Minat Anggota Pecinta Seni. *JOMFISIP*, 5(2), 10-11.
- Daft, Richald L. 2002. *Manajemen*. Edisi 5 Jilid 1.

- Jakarta:Erlangga.
- Dewi, Dian Fitriana.(2020). Manajemen Seni Pertunjukan Pada Pementasan Hasil Pembelajaran Padepokan Tari Langen Kusuma Di Kabupaten Ponorogo. *INDONESIAN JOURNAL of Performing Art Education*, 1(1), 3-5.
- Indrapraja RMI., Ratnamulyani IA., Fitriah M. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Jungleland Adventure Theme Park Bogot Dalam Upaya Menarik Pengunjung. *Jurnal Komunikatio*: Vol. 1, No. 1, 41-50.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2012), Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kristianingrum, F. J., & Susanto. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Padepokan Seni Tari Parikesit dalam Memperkenalkan Tarian Tradisional Gambyong Daerah Jawa Tengah. *Jurnal Akrab Juara*, 5(2), 27–40.
- Lestari, Puji, Titik Kusumantini,dkk.(2021).Pemberdayaan Paguyuban Batik Pendopo Desa Jarum Berbasis Komunikasi Pemasaran Virtual Di Era Pandemi Covid-19. *DHARMA:Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2),91-92.
- Moleong, L. J. (2004). *Penelitian Kualitatif*. PT. RemajaRosdakarya.
- Morissan. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana
- Permas, Achsan dkk. (2003). *Manajemen Organisasi Seni Pertunjukan*. Jakarta: Penerbit PPM
- Purwaningsih, E.S, Purworini, Dian. (2016). Peran IMCDalam Pemilihan Mommilk Manahan Solo Sebagai Pilihan Kunjungan Konsumen. *Jurnal Komuniti*, 8(2), 5-6.
- Pratiwi Falinda Besti, D. (2020). MANAJEMEN DAN STRATEGI PEMASARAN SANGGAR TARI NETHER KOLENANG DI SUMENEP. *APRON Jurnal Pemikiran Seni Pertunjukan*, 1(15), 11–14.
- Sari Dewanti, K. (2021). ANALISIS BAURAN PEMASARAN SANGGAR SENI KINANTI SEKAR DI MASA PANDEMI TAHUN 2020. *INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA*, 10. <http://digilib.isi.ac.id/id/eprint/9295>
- Sari, Yulia dan Nadia Wasta Utami.2021. Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi Digital Marketing Communication As a Technology Challenge. *CANTRIK: Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 1(1), 10-11.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.