

KONSER VIRTUAL SEBAGAI TEKNIK PEMASARAN DALAM KURSUS MUSIK GRACIA KEDIRI

Margareta Likisa Medy

Program Studi S1 Pendidikan Seni Drama, Tari, dan Musik
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
margareta_medy@gmail.com

Warih Handayaniingrum

Program Studi S1 Pendidikan Seni Drama, Tari, dan Musik
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
warihhandayaniingrum@unesa.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 menyebabkan dampak buruk terhadap pembelajaran pada lembaga kursus musik, yaitu penurunan jumlah siswa. Kursus musik *Gracia* merupakan lembaga non-formal yang memanfaatkan kemajuan teknologi dalam bentuk konser virtual melalui media *youtube* maupun *instagram*. Subjek penelitian terdiri dari pemilik kursus, karyawan, wali murid siswa, dan siswa *Gracia*. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan tahapan pelaksanaan dan hasil dari konser virtual sebagai teknik pemasaran di kursus musik *Gracia* Kediri. Manfaat teoritis yaitu hasil penelitian diharapkan dapat memperkuat teori pemasaran dalam mempertahankan kursus. Sedangkan manfaat praktis bagi lembaga kursus yaitu dapat menjadi acuan bagi lembaga kursus lain. Bagi mahasiswa dapat mengembangkan teori pemasaran dalam ranah pendidikan sebagai acuan penelitian. Berdasarkan hasil dan diskusi penelitian, program konser virtual berhasil meningkatkan jumlah peminat yang dibuktikan melalui penambahan jumlah siswa *Gracia* setelah penyelenggaraan konser. Antusias peserta didik terlihat pada proses penyelenggaraan konser virtual, diantaranya dalam penguasaan lagu yang dimainkan, serta peran wali murid turut mempersiapkan peserta didik dalam pemilihan kostum dan latihan mandiri. Strategi pemasaran yang dilakukan melalui pemilihan lagu hingga konsep konser virtual yang akan ditampilkan, lalu pengambilan video pada masing-masing peserta didik, serta tahap evaluasi yang berfungsi untuk mengetahui detail penyelenggaraan konser secara utuh. Program konser virtual *Gracia* diagendakan secara rutin dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Konser Virtual, Pemasaran, Kursus Musik.

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has had a negative impact on learning at music course institutions, namely a decrease in the number of student. Gracia music courses are non-formal institutions that take advantage of technological advances in the form of virtual concerts through Youtube and Instagram media. The research subjects consist of course owners, employees, student guardians, and Gracia students. The purpose of this study is to describe the stages of

implementation and results of virtual concerts as a marketing technique in th Gracia Kediri music course. Theoretical benefits, namely research result are expected to streng then marketing theory maintaining the course. While the practical benefits for course institutions. Students can develop marketing theory in the realm of education as a research discussions, the virtual concert program secceded in increasing the number of enthusiast as evidenced by the addition of the number of Gracia students after the concert. The enthusiasm of students is seen in the process of organizing virtual concerts, including in mastering the songs played, as well as the role of guardians in preparing students for custome selection and independent practice. The marketing strategy is carried out through the selection of songs to the concept of virtual concert that will be displayed, then taking videos of each student, as well as the evaluation stage wich functions to find out the details of the concert as a whole. Gracia's virtual concert program is scheduled regularly and continuously.

Keywords: *Virtual Concert, Marketing, Music Course*

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 telah ditetapkan oleh Direktur Jendral Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) sebagai pandemi global pada bulan Maret 2020 (Kompas.com 12/03/2020). Upaya pemerintah dalam meminimalisir penyebaran virus COVID-19 yaitu dengan mengeluarkan surat edaran pada 18 Maret 2020 untuk menghimbau masyarakat agar menghentikan kegiatan pada seluruh sektor usaha, termasuk dalam bidang pendidikan. Data penambahan korban COVID-19 pada bulan Maret mengalami peningkatan hingga 1.528 kasus positif (Rizal Setyo, Kompas.com 31/03/2020). Kondisi penyebaran virus COVID-19 yang semakin merambah, menyebabkan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan mengeluarkan Surat Edaran (SE) No. 4 tahun 2020 tentang Pelaksanaan Penyelenggaraan Pendidikan dalam Masa Darurat COVID-19, bahwa seluruh kegiatan pendidikan dilakukan secara daring (*online*). Imbas pandemi COVID-19 juga berdampak pada lembaga kursus musik. Jumlah siswa mengalami penurunan yang signifikan, hal tersebut menjadi ancaman terhadap kebertahanan lembaga kursus. Menurut Martoredjo (2020) dalam risetnya mengatakan bahwa pandemi COVID-19 sebagai ancaman dan tantangan dunia pendidikan untuk mengambil keputusan tentang perbaikan kebijakan pendidikan di masa mendatang.

Teknologi di Indonesia telah berkembang pesat, data menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merupakan pengguna internet terbesar nomor enam dunia. Jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 83,7 juta orang (Wicak Hidayat, Kominfo 24/11/2014). Menurut Rusman (dalam Lustiano, 2007) bahwa internet merupakan jendela dunia karena terdapat ribuan bahkan milyaran informasi yang dapat diakses dengan mudah.

Jaringan akses internet juga mencakup media sosial, seperti *instagram*, *youtube*, *twitter*, dan lain sebagainya. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi maupun pendidikan menjadi pilihan yang tepat di masa pandemi

COVID-19. Menurut Sindang (2013) dalam penelitian tentang manfaat media sosial dalam ranah pendidikan yaitu sebagai media interaksi antara siswa dengan pendidik. Sedangkan dalam ranah promosi, penggunaan media sosial dapat menunjang keberhasilan penjualan dengan berbagai fitur yang dapat menarik perhatian masyarakat (Sekar, 2019). Promosi merupakan variabel penting dalam pemasaran jasa. Kotler dan Armstrong (2012:76) mengatakan bahwa: *“Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it”*. Pendapat tersebut menyatakan bahwa manfaat sebuah produk dapat dikomunikasikan melalui teknik promosi. Kelebihan penggunaan media sosial sebagai promosi ialah tidak membutuhkan biaya yang besar, fleksibel dan mudah dilakukan, serta dapat diakses oleh seluruh pengguna internet. Teknologi telah banyak dimanfaatkan oleh berbagai sektor usaha, khususnya pada lembaga kursus musik. Setiawan (2013) mengatakan bahwa, dalam strategi mengajar seni musik dibutuhkan variasi pembelajaran dengan menggunakan internet. Aspek-aspek dalam pembelajaran musik yaitu terdapat pengetahuan dan keterampilan. Menurut Saputra (2014) mengatakan bahwa pengetahuan dan keterampilan merupakan satu kesatuan dalam mempelajari musik. Dampak pandemi COVID-19 yang berkepanjangan, menyebabkan kegiatan dalam bidang unjuk keterampilan seperti pentas seni pada lembaga pendidikan formal maupun non-formal, tidak dapat berjalan (Andika Aditia, kompas.com 17/03/2020). Menurut Dwi (2020) mengatakan bahwa budaya musik telah berevolusi dikarenakan penyesuaian dengan keadaan dan kondisi yang baru.

Guru musik sebagai pendidik, terlebih pada lembaga kursus musik *Gracia* berupaya mengatasi hal tersebut dengan menggunakan konser virtual sebagai pengganti pentas offline. Kelebihan kursus musik *Gracia* dalam penyelenggaraan konser virtual yaitu memiliki beberapa ruang studio kedap suara, peralatan yang memadai dan *crew* yang ahli dalam *recording* dan *editing*. Kondisi pada masa sebelum pandemi COVID-19, kursus musik *Gracia* telah memiliki siswa kursus sejumlah 150 siswa, tersebar pada bidang kursus piano dan gitar klasik. Namun, bulan Maret hingga Juli 2020 menghentikan sementara waktu seluruh proses pembelajaran, kondisi tersebut menyebabkan penurunan jumlah siswa *Gracia* secara signifikan. Agustus hingga Januari 2020, *Gracia* memberanikan diri membuka kembali kursus secara *offline* dengan meniadakan kursus vokal dikarenakan situasi lingkungan dan kelas yang tidak memadai, namun hanya 20 siswa yang bertahan. Inovasi pemilik kursus *Gracia* dengan menyelenggarakan konser virtual dimulai pada bulan Maret 2021 hingga saat ini.

Tabel 1. Data Jumlah Siswa (Dok. Tjahjo, 2019)

Tahun	Jumlah Siswa
Desember 2019 – Februari 2020	Piano : 50 Siswa Gitar : 55 Siswa Vokal : 45 Siswa
Maret 2020 – Juli 2020	Kursus musik <i>Gracia</i> meniadakan proses belajar mengajar untuk sementara waktu.

Tahun	Jumlah Siswa
Agustus 2020 – Januari 2021	Piano : 8 Siswa Gitar : 12 Siswa Vokal : - Kursus musik Gracia meniadakan instrument vokal, dikarenakan ruangan tidak memadai.
Februari 2021 – Juni 2021	Piano : 27 Siswa Gitar : 20 Siswa Vokal : -

Konser virtual merupakan sebuah media pertunjukan yang menggunakan proyeksi layar dalam bentuk tiga dimensi. Menurut Donny Hardono (Kompas 27/08/2020), konser virtual dapat menjadi wadah para pelaku seni untuk berkarya. Inspirasi berbagai macam bentuk konser virtual, seperti Konser 7 Ruang telah berhasil menginspirasi pemilik kursus *Gracia* untuk menerapkan konser virtual. Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, fokus permasalahan dalam penelitian yaitu bagaimana keberhasilan konser virtual dalam keberlangsungan kursus musik *Gracia*.

Penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini yaitu penelitian oleh Putra (dalam jurnal UMS, 2017) tentang pentingnya komunikasi dalam pemasaran merupakan cara untuk menarik calon konsumen agar berminat membeli suatu barang maupun jasa yang ditawarkan. Hal tersebut sesuai dengan konsep dasar konser virtual yang bertujuan sebagai wadah kursus musik *Gracia* dalam meningkatkan jumlah peminat. Lubis (2004) mengatakan bahwa promosi merupakan kunci utama strategi pemasaran dalam persaingan bisnis. Dengan pemanfaatan teknologi digital dan kemudahan informasi dari berbagai sumber, setiap kursus musik perlu berinovasi dalam strategi pemasaran yang modern dan dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Yuliana (2000) menyatakan bahwa keunggulan yang diperoleh dalam strategi bisnis melalui internet yaitu penyediaan informasi kebutuhan konsumen dengan rinci dan lengkap, serta dapat meningkatkan kerja sama dalam pemasaran secara *online*. Penelitian tentang media online juga banyak telah berhasil digunakan dalam mempertahankan eksistensi beberapa kursus musik, salah satunya ialah penelitian oleh Darmawan (dalam Jurnal Unesa, 2020) kursus Purwacaraka Music Studio Margorejo Surabaya pada pembelajaran gitar klasik selama masa pandemi COVID-19.

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, penulis tertarik untuk meneliti penyelenggaraan konser virtual sebagai teknik pemasaran dalam keberlanjutan kursus musik *Gracia*. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan tahapan pelaksanaan dan hasil dari konser virtual sebagai teknik pemasaran di kursus musik *Gracia* Kediri. Manfaat teoritis dalam penelitian ini, diharapkan dapat menguatkan teori pemasaran. Sedangkan manfaat praktis yaitu dapat menjadi inspirasi bagi lembaga kursus musik lainnya. Bagi pembaca diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pelaksanaan dan hasil konser virtual dalam teknik pemasaran kursus musik *Gracia*. Bagi peneliti dan mahasiswa

jurusan Sendratasik, dapat digunakan sebagai referensi di masa yang akan datang, dalam inovasi pemasaran kursus dalam bidang seni musik.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian naturalistik yang dilakukan pada kondisi alamiah (Sugiyono, 2017: 8). Lokasi penelitian dilakukan pada lembaga kursus musik *Gracia* di Jl. Serang Perumahan Puri Indah Blok A-1, Pelem Pare, Kediri, Jawa Timur. Instrumen penelitian dibutuhkan untuk melengkapi dan membandingkan data (Sugiyono, 2017: 223), dalam hal ini peneliti menggunakan pedoman wawancara dengan Paulus Rudy sebagai pemilik kursus, Mellyanawati dan Titilaras sebagai anggota karyawan, serta dua wali murid. Wawancara yang dilakukan merupakan wawancara terstruktur, dengan bantuan instrumen wawancara seperti *handphone*, buku dan alat tulis. Dokumentasi penelitian ini berupa Youtube serta berkas pribadi kursus musik *Gracia*, seperti data diri siswa dan jumlah siswa kursus sebelum maupun setelah pandemi COVID-19. Kegiatan observasi yang dilakukan peneliti berupa proses latihan dan *take* video konser virtual. Penelitian dilakukan terhitung satu tahun, sejak April tahun 2020 hingga Juni 2021, dengan mengikuti perkembangan pada kursus musik *Gracia*. Peneliti melakukan observasi pada lokasi kursus selama tiga minggu. Validitas data menggunakan triangulasi yaitu melalui pengumpulan data, sumber data, teori dan penelitian. Teknik analisis data menurut Miles dan Huberman (1992: 16) melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Dalam proses penelitian, tidak jarang peneliti menemukan kerancuan data sehingga diperlukan proses reduksi data yang akurat dan penting. Penyajian data menggunakan teks naratif yang berupa hasil penelitian serta didukung oleh teori para ahli dan penelitian terdahulu. Kemudian menarik simpulan dari beberapa temuan yang telah dilakukan dalam penelitian. Sumber data primer yang diperoleh yaitu melalui wawancara dengan pemilik kursus musik, pengajar, wali murid dan tiga siswa *Gracia*. Sumber data sekunder diperoleh dari jurnal bereputasi melalui akses link maupun DOI, artikel ilmiah dan buku penunjang. Dokumentasi berupa video dan foto pada proses pelaksanaan konser virtual.

HASIL DAN DISKUSI PENELITIAN

Profil Kursus Musik Gracia

Sebelum memasuki pembahasan, berikut penjabaran mengenai profil kursus musik *Gracia*. Kursus musik *Gracia* berdiri sejak tahun 2000, berada di Jln. Serang Perum Puri Indah Blok A-1 Pelem Pare ini didirikan oleh Paulus Rudy H.T, beliau merupakan sarjana musik dari Universitas Negeri Yogyakarta konsentrasi gitar klasik. Selama 21 tahun, sejak kursus musik *Gracia* berdiri telah mencetak prestasi dari tingkat kecamatan hingga nasional.

Tabel 2. Data Prestasi Siswa (Dok. Tjahjo, 2017)

Nama	Kejuaraan	Bidang Lomba
Ega Putra Anugerah Ichya Mukti	Juara 1 Provinsi Jawa Timur	FLS2N SMA Gitar Solo (2017)
Emanuela Galuh Titi L.	Juara 1 Nasional	FLS2N SMP Gitar Solo (2018)
Dellen Fiven Arisena Modang Sudiro	Harapan 2 Nasional	FLS2N SMA Gitar Duet (2019)
Abram Widi Firmanto	Juara 3	Melodia Youth Music Competition Gitar Classic (2019)
Agnesia Wahyu	Juara 3 Kabupaten Kediri	FLS2N SD Menyanyi Solo (2019)
Galuh Fandy	Juara 2 Kabupaten Kediri	FLS2N SD Menyanyi Solo (2019)
Joshua Yeskia	Harapan 3 Nasional	FLS2N SMP Gitar Duet (2020)

Namun, dikarenakan dampak pandemi COVID-19 menyebabkan ajang lomba seni siswa terbatas melalui virtual (Kemdikbud 28/09/2020). Hal tersebut berimbas pada kondisi jumlah siswa kursus yang terus menerus mengalami penurunan. Dalam fenomena ini, pemasaran penting dilakukan sebagai strategi keberlanjutan lembaga kursus. Pemasaran merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan melalui proses pertukaran (Phillip Kotler, 1997). Elemen-elemen dalam strategi pemasaran yaitu riset pemasaran, identifikasi permintaan, produk harga dan promosi (Yulianti, Lamsah & Periyadi 2019: 42). Upaya keberlanjutan kursus musik *Gracia*, menggunakan strategi pemasaran dalam pelaksanaannya.

Pemasaran Kursus Musik Gracia

Kreativitas dan inovasi pemilik kursus musik *Gracia* menjadi unsur utama dalam proses perencanaan pemasaran. Rencana pemasaran merupakan tahapan-tahapan yang akan dilaksanakan dalam strategi pemasaran (Yulianti, Lamsah & Priyadi 2019: 43). Strategi pemasaran yaitu jangkauan pemasaran, alokasi, yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan dan persaingan (Yulianti, 2019: 8). Tahapan pada perencanaan yaitu penentuan produk yang ditawarkan, sumber daya yang diperlukan dan hasil yang diharapkan. Pemasaran yang ditawarkan *Gracia* yaitu konser virtual, dengan penggunaan media internet (platform youtube dan instagram). Hasil yang diharapkan yaitu penambahan jumlah siswa, serta dapat mempertahankan eksistensi kursus musik.

Konser Virtual Gracia

Konser yaitu pertunjukan musik yang dilakukan oleh sekelompok pemain musik. Sedangkan kata virtual memiliki arti nyata. Kata virtual memiliki persamaan kata dengan maya. Konser virtual yaitu pertunjukan musik yang dilakukan secara maya dan terhubung dengan lawan bicara. Virtual identik dengan media, jaringan maupun aplikasi yang menggunakan internet (Laudia Tysara, Liputan6.com 14/12/2020).

Internet merupakan media yang dapat menjangkau wilayah yang luas, cepat, praktis dan tidak memerlukan biaya yang besar. Keunggulan internet yaitu dapat diakses dalam 24 jam dan tanpa batasan usia (Chandra,2001). Pemanfaatan internet sebagai media konser virtual dalam masa pandemi menjadi strategi pemasaran yang menarik bagi kursus musik *Gracia*. Program konser virtual diikuti oleh siswa kursus musik *Gracia* pada grade dasar (*Primary*) hingga grade satu, dua, dan tiga *Performance*. Seluruh siswa telah memenuhi penguasaan dasar musik membaca notasi balok dan mampu memainkan satu lagu utuh, sehingga layak ditampilkan secara publik. Tahapan-tahapan pelaksanaan konser virtual *Gracia* sebagai berikut:

(1) Perencanaan Konser Virtual Gracia

Strategi pemasaran dibutuhkan teknik-teknik untuk menarik perhatian calon konsumen, salah satunya yaitu dengan komunikasi. Komunikasi online ialah proses pertukaran informasi tidak langsung dan dilakukan melalui sebuah media (Wahyuningsih & Makmur, 2017: 23). Dalam komunikasi terdapat dua cara, yaitu *synchronous* dan *asynchronous* (Wahyuningsih & Makmur, 2017). Konser virtual menggunakan komunikasi secara *asynchronous*, yaitu proses komunikasi yang dilakukan dalam waktu yang berbeda, sehingga terjadi penundaan dan proses komunikasi berjalan lebih panjang. *Beberapa platform* media komunikasi secara *asynchronous* yaitu *youtube* dan *instagram*. Menurut kutipan *Quick Sprout*, *youtube* merupakan situs yang paling banyak digunakan di dunia. Oleh sebab itu, *youtube* mengeluarkan fitur *Youtube Marketing* yang dapat digunakan secara bebas dan praktis. Tujuan *Youtube marketing* yaitu sebagai wadah pemasaran konten kreator untuk menciptakan kreativitas maupun informasi yang dapat diakses oleh seluruh pengguna *Youtube* di dunia (Helianthusonfri, 2016: 3). Kursus musik *Gracia* menggunakan fitur *Youtube Marketing* sejak bulan September 2020 dengan *channel youtube* “Paulus Rudy Hari Tjahjo S.Pd.” yang digunakan untuk mengunggah penampilan musik siswa *Gracia* secara rutin.

Pada bulan pertama, langkah yang dilakukan oleh *Gracia* adalah proses penentuan lagu disesuaikan dengan kemampuan siswa. Para guru memberi kebebasan pada siswa untuk memilih lagu klasik dari buku materi pembelajaran, dengan tujuan memperlancar proses pelatihan. Nadiem Anwar Makarim dalam pidato Hari Guru Nasional 2019, mengatakan bahwa pendidikan diperlukan merdeka belajar, artinya kebebasan siswa dalam menentukan apa yang diinginkan dan tugas pendidik yaitu mengarahkan siswa (Kemdikbud.go.id 18/02/2020). Format musik yang dipilih untuk konser virtual yaitu gitar solo, piano solo, ansambel gitar, dan ansambel piano. Sebagai contoh data format musik konser virtual *Gracia* antara lain Fransdito Lazuardi Kurniawan dengan menggunakan format piano solo, Arwen *Gracia* dan Nafa memainkan gitar klasik dalam format duet gitar, sedangkan Ester Pratama Putri, Dellen dan Emanuela Galuh bermain musik dalam format ansambel gitar. (Sumber: *youtube* Paulus Rudy Hari Tjahjo S.Pd.)

Setelah penentuan format dan masing-masing lagu pada siswa, pada bulan kedua, Paulus selaku pemilik kursus *Gracia* memulai proses pembuatan aransemen sebagai pengiring lagu dan para tutor mulai melatih lagu pada siswa. Proses *recording* dilaksanakan pada bulan ketiga dan dilanjutkan dengan editing serta pengunggahan video oleh crew pada *channel youtube* “Paulus Rudy Hari Tjahjo S.Pd.”. Selanjutnya, pembagian link pada masing-masing wali murid untuk diapresiasi dan sarana promosi.

(2) Pelaksanaan Konser Virtual

Pelaksanaan konser virtual *Gracia* dilaksanakan selama tiga minggu hingga satu bulan. Menteri Kesehatan Republik Indonesia mengeluarkan Surat Edaran (SE) Nomor 9 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar, oleh sebab itu pembatasan ruangan dilakukan oleh kursus *Gracia* dalam pelaksanaan konser virtual, yaitu dengan menempatkan masing-masing siswa dalam satu ruang secara terpisah. Setiap siswa didampingi oleh satu kameramen di dalam kelas dan tutor sebagai pendamping proses *recording* yang berada di luar ruang kelas. Proses *recording* dilaksanakan dengan batasan waktu pada masing-masing siswa, maksimal 30 menit sebagai efisiensi waktu.

Peneliti hadir dalam proses *recording* pada 13 Maret 2021, pada hari tersebut terdapat tiga siswa yang sedang melakukan *recording* yaitu Reyhan (10thn) pada bagian melodi satu instrumen piano, Max (12thn) melodi satu instrumen piano. Anggota yang mempunyai tugas dalam merekam yaitu Mellyanawati sebagai salah satu *crew* *Gracia* dan didampingi oleh Paulus sebagai tutor.



Gambar 1. Suasana pembelajaran dan *recording* kursus musik *Gracia*
(Dok. Medy, 13 Maret 2021)

Sedangkan pelaksanaan *recording* pada siswa Sasikirana (16 thn) dalam format solo gitar didampingi oleh Mellyanawati selaku tutor dan dibantu oleh Laras dalam proses merekam. Sarana prasarana yang dibutuhkan dalam pelaksanaan konser virtual *Gracia* sebagai penunjang kegiatan tersebut, antara lain 7 digital piano, 8 gitar klasik, 4 *sound*, 4 ruang kelas, 5 *microphone*, dan 2 kamera, serta *lighting*.

Pemasaran Melalui Link

Setelah melalui proses *recording*, video penampilan siswa digabung oleh editor melalui tahap *editing* sehingga bentuk lagu yang disuguhkan akan utuh dan menarik penonton. Pengunggahan video konser virtual dilakukan oleh Paulus selaku pemilik kursus, sehingga pemilik dapat menilai dan melakukan kontrol terhadap hasil video konser. Pemasaran yang dilakukan oleh Gracia melalui beberapa platform yaitu youtube dan instagram. Cuplikan penampilan beberapa siswa di unggah pada instagram (@graciamusicourse), sedangkan penampilan keseluruhan siswa di unggah dalam youtube (Paulus Rudy Hari Tjahjo S.Pd.). Link yang diperoleh dari masing-masing video disebarakan pada group khusus wali murid siswa Gracia pada aplikasi WhatsApp. Sehingga para wali murid dapat mengapresiasi dan turut membagikan link tersebut pada media sosial lain. Pemasaran melalui link merupakan cara yang praktis digunakan dalam mempromosikan kursus musik Gracia pada masyarakat. Beberapa link konser virtual kursus musik Gracia yaitu <https://youtu.be/Ja1XkHWEzMo> dan <https://youtu.be/2VQCpyR5wUs>

(3) Evaluasi Konser Virtual Gracia

Definisi evaluasi yaitu suatu proses yang bertujuan untuk mengukur dan menilai. Djaali, Mulyono dan Ramly (2000: 3) menyatakan bahwa evaluasi merupakan proses menilai berdasarkan standart dan kriteria. Pernyataan tersebut juga dikemukakan oleh Denzin and Licoln (2000: 83) bahwa evaluasi program yaitu bertujuan mengetahui program yang berhasil dan efektif untuk dilaksanakan.

Evaluasi yang dilakukan oleh *Gracia* yaitu bertujuan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi pada saat proses pelaksanaan, serta mendiskusikan pemecahan masalah untuk pelaksanaan konser virtual yang akan dilaksanakan berikutnya. Kendala yang ditemukan dalam konser virtual *Gracia* yang dilaksanakan pada 10 April 2021, antara lain siswa terlambat hadir pada saat jadwal *recording* sehingga menyebabkan durasi waktu tidak dapat berjalan efektif, serta beberapa siswa belum menguasai secara penuh bagian lagu yang dimainkan.

Hasil Konser Virtual Gracia terhadap Peningkatan Jumlah Siswa

Beberapa indikator terhadap keberhasilan pemasaran yaitu kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh suatu lembaga. Kepuasan pelanggan dapat terlihat dari kedisiplinan siswa dalam memenuhi absensi, pembayaran serta menghasilkan progres dalam pembelajaran. Menurut Kotler dan Keller (2009: 512) suatu lembaga kursus dikatakan berhasil, pada saat siswa mempromosikan kepada orang lain secara mulut ke mulut.

Hasil konser virtual yang dilaksanakan pada 10 April 2021, berdampak terhadap penambahan jumlah siswa *Gracia*. Data penambahan siswa selama bulan April hingga Juni yaitu jumlah penambahan siswa instrumen piano sebanyak tiga peserta didik antara lain Firda Aida Rahma, Wesley Nugra Bramantya dan Vincentius Renota Pratama. Sedangkan pada instrumen gitar bertambah hingga

lima peserta didik yaitu Arif Wicaksono, Nathaniel Camilo Widagdo, Farrel, Sasikirana, dan Dellen Fiven Arisena.

Pada dasarnya pelaksanaan konser virtual sebagai teknik pemasaran yakni memberikan inovasi yang efektif pada upaya keberlanjutan kursus musik Gracia pada masa pandemi COVID-19. Pemanfaatan teknologi sebagai media pelaksanaan konser virtual menjadi keunggulan pada era modern saat ini. Adapun kekurangan yang terjadi dalam proses pelaksanaan konser virtual yaitu persiapan siswa dalam menguasai lagu dapat ditingkatkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat ditarik simpulan bahwa dibutuhkan inovasi yang dapat menunjang keberlanjutan kursus musik. Pemanfaatan teknologi sangat dianjurkan dalam kondisi pandemi sebagai teknik pemasaran, oleh sebab itu konser virtual merupakan cara yang tepat dalam memotivasi peserta didik untuk tampil. Kursus musik *Gracia* menggunakan konser virtual sebagai strategi dalam meningkatkan peminat. Kesuksesan dalam pemasaran, terlihat pada tahapan-tahapan konser virtual *Gracia* yang dilaksanakan secara matang, mulai dari perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi. Konser virtual memberikan benefit dalam keberlangsungan kursus musik *Gracia*, yaitu melalui penambahan jumlah siswa serta promosi pada jangkauan wilayah yang luas, melalui media sosial. Secara keseluruhan, konser virtual mendukung keberlanjutan kursus musik *Gracia*, setelah terjadi penurunan yang drastis di masa pandemi. Harapan jangka panjang yaitu kursus musik *Gracia* mampu menciptakan dan mengembangkan inovasi dalam keberlangsungan kursus pada masa pandemi, sehingga dapat menjadi ide kreatif maupun rekomendasi bagi lembaga kursus lain.

Hasil dan diskusi penelitian mengenai pengelolaan kursus musik *Gracia* diberikan saran-saran sebagai berikut; 1) bagi kursus musik *Gracia* diharapkan dapat mempersiapkan waktu dan konsep lebih matang, sehingga pelaksanaan *take video* dapat berjalan dengan waktu yang efisien, 2) bagi para peneliti lain yang akan meneliti kursus musik *Gracia* dapat disarankan untuk meneliti pengembangan inovasi dalam konser virtual, serta antusias masyarakat terhadap konser virtual untuk jangka panjang. Hal tersebut belum dijabarkan oleh peneliti, dikarenakan keterbatasan waktu penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, Gregorius. 2001. *Pemasaran Global Edisi 1*. Yogyakarta: Andi.
Denzin, Norman K. Yvonna & Lincoln. 2000. *Handbook of Qualitative Research 2nd edition*. (Online)
<http://ejournal.utp.ac.id/index.php%20/JIP/article/download/538/522>
Diakses pada tanggal 11 April 2021

- Darmawan, Rijal Majid. 2020. *Kursus Gitar Klasik Melalui Pembelajaran Online di Purwacaraka Music Studio Margorejo Surabaya*. (Online) Jurnal Pendidikan Sndratasik Vol. 9 No. 2
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-pendidikan-sndratasik/article/view/38191> Diakses pada tanggal 25 Februari 2021.
- Djaali, Mulyono dan Ramly. 2000. *Pengukuran Dalam Pendidikan*. Jakarta: PPs UNJ.
- Dwi, Dadang. 2020. *Perubahan Budaya Musik di Tengah Pandemi COVID-19*. (Online) Jurnal Pertunjukan dan Pendidikan Musik.
<http://musikolastika.ppj.unp.ac.id/index.php/musikolastika/article/view/37>. Diakses pada tanggal 27 Februari 2021.
- Helianthusonfri, Jefferly. 2016. *YouTube Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kominfo (24 November 2014). *Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia*. (Online) https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media. Diakses pada tanggal 25 April 2021.
- Kompas.com (12 Maret 2020). *WHO Resmi Sebut Virus Corona COVID-19 sebagai Pandemi Global*. (Online).
<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/sains/read/2020/03/12/083129823/who-resmi-sebut-virus-corona-covid-19-sebagai-pandemi-global>. Diakses pada tanggal 20 April 2021.
- Kompas.com (31 Maret 2020). *Rekap Kasus Corona Indonesia Selama Maret dan Prediksi di Bulan April*. (Online)
<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tren/read/2020/03/31/213418865/rekap-ksus-corona-indonesia-selama-maret-dan-prediksi-di-bulan-april>. Diakses pada tanggal 20 April 2021.
- Kotler, & Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1-13/E*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1. Jakarta: Prentice Hall.
- Lubis, Arlina Nurbaity. 2004. *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*. (Online) Jurnal Universitas Sumatera Utara
https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=tnu2paYAAAAJ&citation_for_view=tnu2paYAAAAJ:u5HHmVD_Uo8c. Diakses pada tanggal 15 Mei 2021.
- Martoredjo, Nikodemus. 2020. *Pandemi COVID-19: Ancaman atau Tantangan bagi Sektor Pendidikan*. (Online) Vol. 1 No. 1 <https://journal.ar-raniry.ac.id/index.php/jrpm/article/view/662>. Diakses pada tanggal 15 Mei 2021.
- Milles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Putra, Angga Rhaditya. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran Elfa's Music School*. (Online) Jurnal UMS.
<http://eprints.ums.ac.id/58047/1/PUBLIKASI%20ILMIAH%20ANGGA.pdf> f. Diakses pada tanggal 10 Mei 2021.

- Rijal, Rusman. 2007. *Pemanfaatan Internet Untuk Pembelajaran*. (Online). <https://docplayer.info/30554293-pemanfaatan-internet-untuk-pembelajaran-oleh-dr-rusman-m-pd.html>. Diakses pada tanggal 27 April 2021.
- Saputra, Riko. 2014. *Kegiatan Ekstrakurikuler Musik di SMA PGRI 2 Padang*. (Online) Jurnal FBS Universitas Negeri Padang <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/sendratasik/article/viewFile/3332/2760>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2021.
- Sekar, Dinda. 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*. (Online) Jurnal Common: Vol 3 No 1 <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950/1307>. Diakses pada tanggal 17 Juni 2021.
- Setiawan, Anggit. 2013. *Pemanfaatan Internet Sebagai Media Pembelajaran Seni Musik di SMPN 2 Tonjong Kabupaten Brebes*. (Online). <http://lib.unnes.ac.id/19564/> Diakses pada tanggal 29 April 2021.
- Sindang, Ennoch. 2013. *Manfaat Media Sosial dalam Ranah Pendidikan dan Pelatihan*. Jakarta: Pusdiklat KNKP.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yudha, Afrizal. 2021. *Social Media As a Platform of Perfoming Arts Education During COVID-19 Pandemic*. (Online) Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JKPS/article/view/10318> Diakses pada tanggal 29 April 2021.
- Yuliana, Oviliani. 2000. *Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis*. (Online) Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol.2 No.1 <https://jurnalakuntansi.petra.ac.id/index.php/aku/article/view/15666> Diakses pada tanggal 2 Juni 2021.
- Yulianti, Lamsah & Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Wahyuningsih & Makmur. (2017) *E-learning, Teori dan Aplikasi*. Bandung: INFORMATIKA.