

**Strategi *Marketing Public Relation* Pada Sanggar Gong  
Sitimang Dalam Mempublikasikan Musik Tradisional  
Melayu Jambi**

**TESIS**

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Magister  
Program Studi Magister Tata Kelola Seni



Diajukan oleh:

**Arnia Hartipa Iskandar  
1920179420**

**Program Pascasarjana  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
2021**


TESIS  
MAGISTER TATA KELOLA SENI

**Strategi *Marketing Public Relation* pada Sanggar Gong Sitimang dalam  
Mempublikasikan Musik Tradisional Melayu Jambi**

Diajukan Oleh :  
**Arnia Hartipa Iskandar**  
NIM: 1920179420

Telah dipertahankan pada tanggal 23 Juli 2021  
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari:

  
Prof. Dr. Shellyana Junaedi SE., M.Si  
Pembimbing

  
F. H. Eko Prabowo MBA., Ph.D  
Penguji Ahli

  
Dr. Koes Yuladi, M.Hum  
Ketua Tim Penilai

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima  
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni  
Yogyakarta, .....  
06 AUG 2021

Direktur Program Pascasarjana  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Fortulata Ivasrinestu, M.Si  
NIP. 197210232002122001

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah tesis yang berjudul “**Strategi Marketing Public Relation pada Sanggar Gong Sitimang dalam Mempublikasikan Musik Tradisional Melayu Jambi**” ini secara keseluruhan merupakan hasil karya tulisan penelitian saya sendiri, dan tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Pengguruan Tinggi lain, menurut pengetahuan saya tesis ini juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali bagian-bagian yang dikutip dari sumbernya yang disebut pada daftar pustaka.

Yogyakarta 02 Juli 2021

  
Arnia Hartipa Iskandar

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya penulis sangat bersyukur dapat menyelesaikan sebuah karya tulis penyusunan tesis yang berjudul “Strategi *Marketing Public Relation* pada Sanggar Gong Sitimang dalam Mempublikasikan Musik Tradisional Melayu Jambi” ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Seni di Program Tata Kelola Seni, Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Sholawat serta salam juga tak lupa Penulis haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta Keluarga dan Sahabat yang telah membawa petunjuk kebenaran kepada seluruh umat Islam, semoga Syafaat-Nya selalu menyertai dari dunia sampai akhirat nanti. Amin

Karya tulis tesis ini penulis susun dengan harapan bisa memberi suatu wawasan baru dan menambah khasanah keilmuan dalam bidang Pendidikan khususnya dalam Tata Kelola Seni dan juga Penulis menghargai apabila adanya kritikan serta saran yang bersifat membangun. Semoga tesis ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Sebuah karya tesis ini dapat terselesaikan atas banyaknya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu, penulis ingin memberikan penghargaan berupa ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si. sebagai Direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

2. Dr. Koes Yuliadi, M.Hum. sebagai Ketua Program Studi Tata Kelola Seni Pascasarjana Institut Seni Yogyakarta.
3. Prof. Dr. Sheellyana Junaedi SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, arahan dan dukungan serta motivasi yang sangat besar kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis.
4. Seluruh Dosen Magister Tata Kelola Seni Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah memberi penulis ilmu dan membantu penulis memperdalam ilmu selama menjadi mahasiswa di Pascasarjana ISI Yogyakarta.
5. Seluruh Staf dan Karyawan Pascasarjana Institut Seni Yogyakarta yang telah memberikan bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini.
6. Takeloni Pasca ISI Jogja selaku teman seperjuangan/teman kelas Magister Tata Kelola Seni angkatan 2019 yaitu: Kak Nita, Dani, Diva, Kak Maria, Kholik, Kak Sinta, Indita, Ical, Ember, Vicky, Heru, Bang Kosis, Ibu Hana, Fatikha, Tiwi, Bang Anjas, dan Dimas, yang sudah banyak membantu memberi informasi mengenai perkuliahan selama kuliah hingga tesis selesai.
7. Bapak Zulkarnain selaku Pendiri Sanggar Gong Sitimang sekaligus seniman musik Jambi dan pengelola Sanggar Gong Sitimang Zami dan Bang Syafwan yang sudah membantu penulis dalam penelitian tesis.
8. Desy Wulan Pita Sari S.Sn, Ayuk Put, Pia Ipar, Cupit, dan Novi sebagai sahabat penulis yang memberi motivasi serta semangat untuk peneliti dari jauh namun terasa dekat.
9. Bapak H. Bakhtiar dan Ibu Hj. Nuraini Bakhtiar yang telah membantu dan memberi ruang untuk penulis dalam mencari objek penelitian tesis.

10. Kak Tiara dan Uda Ari sebagai kakak dan abang yang sudah memberi motivasi dan membantu penulis selama proses penelitian tesis.
11. Marina Oktaviani, Muhammad Deky Agustin, Leni Ari Minanti, sebagai teman yang telah memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tesis.
12. Seluruh keluarga besar yang tidak pernah berhenti memberikan semangat dan dukungan penuh kepada penulis: Nenek, Wan Di, Wan Puak, Wan Tang, Etek Sri, Om Asmadi, Bang Imam, Adek Farhan, Adek Tiara, Adek Eno, dan Keponakanku Tama.

Karya tulis ini akan penulis persembahkan untuk keluarga tercinta yaitu Papa Iskandar S.Sos, Mama Zumarni yang telah memberikan penulis dukungan dan energi yang begitu besar baik dalam bentuk material maupun non material. Setelah itu karya tulis ini penulis persembahkan juga untuk Kakak Risva Arini Iskandar S.Pd dan Adik Atri Yuni Iskandar Putri yang telah memberi semangat begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis. Beribu terima kasih atas semangat yang telah diberikan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Amin

Yogyakarta 02 Juli 2021



Arnia Hartipa Iskandar

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
LEMBAR PENGESAHAN.....	2
LEMBAR PERNYATAAN .....	I
KATA PENGANTAR.....	II
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR TABEL.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	X
DAFTAR LAMPIRAN .....	XI
INTISARI .....	XII
<i>ABSTRACT</i> .....	XIII
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 LATAR BELAKANG</b> .....	1
<b>1.2 RUMUSAN MASALAH</b> .....	9
<b>1.3 TUJUAN PENELITIAN</b> .....	10
<b>1.4 MANFAAT PENELITIAN</b> .....	10
1.4.1 MANFAAT PRAKTIS .....	10
1.4.2 MANFAAT TEORITIS .....	10
<b>BAB II</b> .....	12
<b>LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
<b>2.1 LANDASAN TEORI</b> .....	12
2.1.1 <i>MARKETING</i> (PEMASARAN).....	12
2.1.2 DEFINISI <i>PUBLIC RELATION</i> .....	13
<b>2.1.3 DEFINISI <i>MARKETING PUBLIC RELATION</i></b> .....	17
2.1.3.1 <i>MARKETING PUBLIC RELATION</i> .....	17
2.1.3.2 PERAN <i>MARKETING PUBLIC RELATION</i> .....	19

2.1.4 <b>MARKETING PUBLIC RELATIONS PENCIL STRATEGIC</b> .....	21
2.2 <b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	24
<b>BAB III</b> .....	35
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	35
<b>3.1 METODE PENELITIAN</b> .....	35
3.3.1 <b>PENDEKATAN PENELITIAN</b> .....	35
3.3.2 <b>LOKASI PENELITIAN</b> .....	36
3.3.3 <b>BATASAN WAKTU PENELITIAN</b> .....	36
3.3.4 <b>OBJEK PENELITIAN</b> .....	36
3.3.5 <b>SUBJEK PENELITIAN</b> .....	36
3.3.6 <b>SUMBER DATA</b> .....	38
<b>3.2 TEKNIK PENGUMPULAN DATA</b> .....	38
3.2.1 <b>OBSERVASI</b> .....	38
3.2.2 <b>WAWANCARA (INTERVIEW)</b> .....	38
3.2.3 <b>STUDI PUSTAKA</b> .....	39
3.2.4 <b>DOKUMENTASI</b> .....	39
<b>3.3 ANALISIS DATA</b> .....	39
3.3.1 <b>REDUKSI DATA</b> .....	40
3.3.2 <b>PENYAJIAN DATA</b> .....	40
3.3.3 <b>KESIMPULAN/VERIFIKASI</b> .....	40
<b>3.4 VARIABEL PENELITIAN</b> .....	40
<b>BAB IV</b> .....	41
<b>HASIL PENELITIAN, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	41
<b>4.1 GAMBARAN OBJEK PENELITIAN</b> .....	41
4.1.1 <b>SEJARAH SINGKAT SANGGAR GONG SITIMANG</b> .....	41
4.1.2 <b>VISI DAN MISI SANGGAR GONG SITIMANG</b> .....	43
4.1.3 <b>STRUKTUR ORGANISASI SANGGAR GONG SITIMANG</b> .....	43
4.2 <b>PROSES WAWANCARA DI LAPANGAN</b> .....	46
<b>4.3. DESKRIPSI HASIL PENELITIAN</b> .....	48
4.3.1 <b>PUBLICATION (PUBLIKASI) PADA SANGGAR GONG SITIMANG</b> .....	49
1. <b>Media Sosial</b> .....	51
2. <b>Media Televisi</b> .....	52
3. <b>Media Offline</b> .....	53
4.3.2 <b>EVENT (KEGIATAN/ACARA) PADA SANGGAR GONG SITIMANG</b> .....	55
4.3.3 <b>NEWS (PEMBERITAAN)</b> .....	59
1. <b>Media Cetak dan Media Televisi</b> .....	62
2. <b>Komunikasi Dua Arah (Communication Two Ways)</b> .....	63
3. <b>Dampak dari Support Pihak Media</b> .....	63
4.3.4 <b>COMMUNITY INVOLVEMENT (KETERLIBATAN KOMUNITAS)</b> .....	66
1. <b>Community Relation</b> .....	71
2. <b>Human Relation</b> .....	72

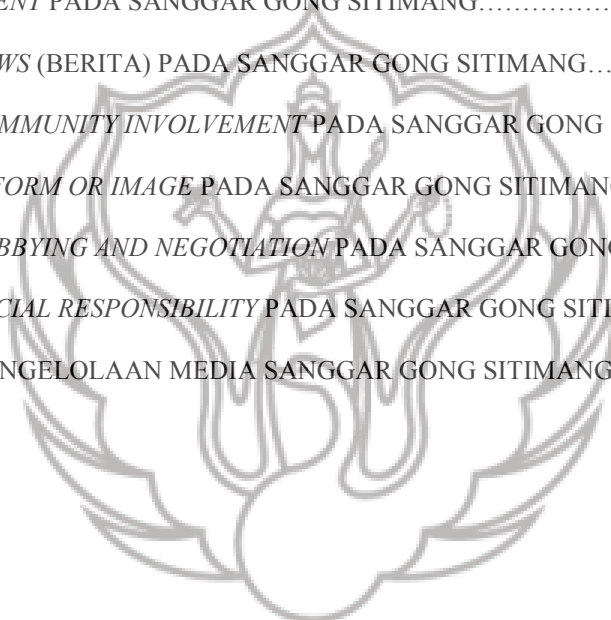


4.3.5	<i>INFORM OR IMAGE</i> PADA SANGGAR GONG SITIMANG.....	73
1.	<b><i>Citra Sanggar Gong Sitimang</i></b> .....	76
2.	<b><i>Citra Sanggar Gong Sitimang menurut pandangan masyarakat</i></b> .....	77
4.3.6	<i>LOBBYING AND NEGOTIATION</i> PADA SANGGAR GONG SITIMANG.....	79
4.3.7	<i>SOCIAL RESPONSIBILITY</i> PADA SANGGAR GONG SITIMANG.....	85
<b>4.4</b>	<b>PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>89</b>
4.4.1	<i>PUBLICATION</i> (PUBLIKASI) SANGGAR GONG SITIMANG.....	90
4.4.2.	<i>EVENT</i> (KEGIATAN) SANGGAR GONG SITIMANG.....	91
4.4.3	<i>NEWS</i> (PEMBUATAN BERITA) SANGGAR GONG SITIMANG.....	92
4.4.4	<i>COMMUNITY INVOLVEMENT</i> (KETERLIBATAN KOMUNITAS) SANGGAR GONG SITIMANG.....	92
4.4.5	<i>INFORM OR IMAGE</i> (MEMBERITAHU ATAU CITRA) SANGGAR GONG SITIMANG.....	93
4.4.6	<i>LOBBYING AND NEGOTIATION</i> (LOBI DAN NEGOSIASI) SANGGAR GONG SITIMANG.....	93
4.4.7	<i>SOCIAL RESPONSIBILITY</i> (KEPEDULIAN MASYARAKAT) SANGGAR GONG SITIMANG.....	94
4.4.	<i>MEDIA YANG DIGUNAKAN SANGGAR GONG SITIMANG</i> .....	96
<b>BAB V</b>	.....	<b>98</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>98</b>
<b>5.1 KESIMPULAN</b>	.....	<b>98</b>
<b>5.2 KETERBATASAN PENELITIAN</b>	.....	<b>102</b>
<b>5.3 SARAN</b>	.....	<b>103</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>108</b>



## DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU.....	24
TABEL 3.1 SUBJEK PENELITIAN.....	37
TABEL 4. 1 KETERANGAN JABATAN STRUKTUR ORGANISASI SANGGAR GONG SITIMANG.....	44
TABEL 4. 2 RINGKASAN DATA <i>PUBLICATION</i> PADA SANGGAR GONG SITIMANG....	49
TABEL 4. 3 <i>EVENT</i> PADA SANGGAR GONG SITIMANG.....	56
TABEL 4. 4 <i>NEWS</i> (BERITA) PADA SANGGAR GONG SITIMANG.....	61
TABEL 4. 5 <i>COMMUNITY INVOLVEMENT</i> PADA SANGGAR GONG SITIMANG.....	67
TABEL 4. 6 <i>INFORM OR IMAGE</i> PADA SANGGAR GONG SITIMANG.....	74
TABEL 4. 7 <i>LOBBYING AND NEGOTIATION</i> PADA SANGGAR GONG SITIMANG.....	80
TABEL 4. 8 <i>SOCIAL RESPONSIBILITY</i> PADA SANGGAR GONG SITIMANG.....	86
TABEL 4. 9 PENGELOLAAN MEDIA SANGGAR GONG SITIMANG.....	96



## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 4. 1 STRUKTUR ORGANISASI SANGGAR GONG SITIMANG.....	44
GAMBAR 4. 2 BENTUK PUBLIKASI SANGGAR GONG SITIMANG MELALUI TVRI JAMBI.....	53
GAMBAR 4. 3 BALIHO DAN POSTER KEGIATAN SANGGAR GONG SITIMANG.....	54
GAMBAR 4. 4 PERTUNJUKAN MALAM APRESIASI JAMBI.....	57
GAMBAR 4. 5 EVENT KOLABORASI SANGGAR GONG SITIMANG DAN TAMAN BUDAYA.....	58
GAMBAR 4. 6 SANGGAR GONG SITIMANG DENGAN KELOMPOK SENI.....	68
GAMBAR 4. 7 SANGGAR GONG SITIMANG BERPATISIPASI DALAM KEGIATAN TAMAN BUDAYA.....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 PANDUAN WAWANCARA.....	108
LAMPIRAN 2 REDUKSI DATA WAWANCARA.....	116
LAMPIRAN 3 DOKUMENTASI FOTO.....	207



## INTISARI

### **Strategi *Marketing Public Relation* pada Sanggar Gong Sitimang dalam Mempublikasikan Musik Tradisional Melayu Jambi**

Sanggar Gong Sitimang adalah sanggar seni musik benuansa Melayu Jambi yang didirikan oleh seniman musik Jambi yaitu Bapak Zulkarnain pada tahun 2000. Sanggar Gong Sitimang dewasa ini masih konsisten dengan musik Melayu Jambi. Hal ini membuat konsumen percaya untuk menggunakan jasa Musik Sanggar yang dianggap berkompeten dalam Musik Tradisional Melayu Jambi. Kekonsistenan sanggar tentunya memiliki pengelolaan sanggar dan pemasaran yang maksimal. Namun pada bagian pemasaran khususnya kegiatan publikasi Sanggar masih kurang terstruktur dan efektif, hal tersebut terjadi karena pengelola sanggar masih bergantung dengan bantuan dari TVRI dalam kegiatan publikasi sanggar dalam memperkenalkan Musik Tradisional Melayu Jambi. Dengan demikian pengelola sanggar perlu merancang kegiatan MPR lebih terstruktur, agar citra sanggar terjaga baik dimata masyarakat. *Tolls* kegiatan *Marketing Public Relation* dapat digunakan untuk menganalisis dan mengkaji kegiatan MPR Sanggar Gong Sitimang yang ditinjau dengan konsep strategi *PENCILS*, yaitu *Publication, Event, News, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying and Negotiation* dan *Social Responsibility*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan melakukan wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini yaitu: 1. *Publication*, terkait media yang digunakan untuk menarik minat masyarakat terhadap jasa yang diberikan, 2. *Event*, terkait *event* yang diikuti sanggar, 3. *News*, terkait pembuatan berita supaya masyarakat mengetahui prestasi dan kegiatan sanggar, 4. *Community involvement*, terkait keterlibatan sanggar dengan komunitas lain, 5. *Inform or image*, terkait citra sanggar yang dikenal masyarakat, 6. *lobbying and negotiation*, terkait kegiatan lobi sanggar dengan *stakeloder* dan masyarakat, 7. *Social responsibility* terkait kegiatan sosial yang dapat membuat citra sanggar positif dimata masyarakat.

Penelitian ini nantinya akan berguna dan bermanfaat bagi para pengelola khususnya sanggar seni dalam kegiatan publikasi karya seni kepada masyarakat. dan juga dapat menjadi referensi bagi peneliti yang membutuhkan dan membahas topik *Marketing Public Relation* pada pengelola komunitas dan seni pertunjukan.

**Kata kunci:** *Marketing Public Relation*, Sanggar Gong Sitimang, Publikasi, Masyarakat.

## **ABSTRACT**

### ***Marketing Public Relations Strategy at Sanggar Gong Sitimang in Publicizing Jambi Malay Traditional Music***

*Sanggar Gong Sitimang is a Jambi Malay music art studio founded by Jambi music artist Mr. Zulkarnain in 2000. Sanggar Gong Sitiman is still consistent with Jambi Malay music. This makes consumers believe in using the services of a Music Studio which is considered competent in Jambi Malay Traditional Music. The consistency of the studio certainly has the maximum management and marketing of the studio. However, in the marketing department, especially the studio's publication activities, it is still less structured and effective, this happens because the studio manager still relies on assistance from TVRI in the studio's publication activities to introduce Jambi Malay Traditional Music. Thus, studio managers need to design more structured MPR activities, so that the image of the studio is maintained well in the eyes of the community. Marketing Public Relations activity tools can be used to analyze and review the activities of the MPR Sanggar Gong Sitiman which are reviewed with the concept of the PENCILS strategy, namely Publication, Event, News, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying and Negotiation and Social Responsibility.*

*This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. The data collection technique used is by conducting interviews and documentation. The results of this study are: 1. Publications, related to the media used to attract public interest in the services provided, 2.Event, related to the event the studio participated in, 3.News, related to making news so that the public knows the achievements and activities of the studio, 4.Community involvement, related to studio involvement with other communities, 5.Inform or image, related to the image of the studio known to the public, 6.lobbying and negotiation, related to studio lobbying activities with stakeholders and the community, 7. Social responsibility related to social activities that can create a positive image of the studio in the eyes of the community.*

*This research will later be useful and beneficial for managers, especially art studios in publishing art works to the public. and can also be a reference for researchers who need and discuss the topic of Marketing Public Relations in community managers and performing arts.*

**Keywords:** *Marketing Public Relations, Sanggar Gong Sitiman, Public Publication.*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kesenian tradisional adalah sebuah warisan turun-menurun dari nenek moyang yang seharusnya dijaga dan dilestarikan oleh generasi muda. Di Indonesia sendiri untuk pelestarian kesenian tradisional sudah cukup banyak yang melakukannya, seperti organisasi seni, komunitas, sekelompok seniman dan pemerintah yang bertujuan untuk memperkenalkan kesenian tradisional kepada khalayak ramai, dengan alternatif membuat sebuah sanggar seni sebagai wadah/ruang bagi masyarakat yang berminat untuk berlatih tentang kesenian tradisional. Adanya pelatihan dan pembelajaran kesenian tradisional dari berbagai kelompok seni memberi dampak positif secara tidak langsung terhadap masyarakat, terutama untuk generasi muda dengan mudah mengetahui dan mempelajari kesenian tradisional mereka di daerah masing-masing.

Keberadaan Sanggar Seni di Indonesia menjadi sebuah persaingan yang sangat pesat bagi para pendiri-pendiri sanggar. Karena melihat banyaknya seniman dan peminat budaya mendirikan sebuah sanggar seni, membuat para pengelola sanggar berupaya keras dalam memilih strategi dan inovasi yang tepat pada kegiatan pemasaran yang nantinya dapat menarik perhatian masyarakat luas untuk mempelajari kesenian tradisional. Hal ini juga berlaku pada Sanggar Gong Sitimang yang masih saat ini bertahan dan menjaga eksistensinya dalam melestarikan karya seni Musik Tradisional Melayu di Kota Jambi.

Sanggar Gong Sitimang merupakan salah satu sanggar seni musik tradisional yang bernuansa Melayu di Kota Jambi. Sanggar ini didirikan oleh seniman Musik Tradisional bernama Zulkarnain pada tahun 2000, dimana sanggar ini memiliki tujuan yang sangat mulia yaitu sebagai ruang/wadah bagi generasi muda berkeaktivitas dan mengembangkan *skill*/bakat dalam melestarikan kesenian Tradisional Melayu Jambi serta menciptakan regenerasi/musisi muda tradisional yang berkompeten dan *professional*.

Selain itu Sanggar Gong Sitimang juga termasuk sanggar *nonprofit oriented* yang bergerak di bidang kesenian musik tradisional. *Nonprofit* yaitu suatu badan usaha yang tidak mengambil keuntungan dalam melakukan kegiatan atau aktivitas yang berbau sosial. Menurut Komang (2008) Organisasi *non-profit* adalah suatu organisasi yang bersasaran pokok untuk mendukung suatu isu atau perihal didalam menarik perhatian *public* suatu tujuan yang tidak komersial, tanpa ada perhatian terhadap hal-hal yang bersifat mencari laba. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa Sanggar Gong Sitimang adalah badan usaha *nonprofit* yang lebih mengedepankan tanggung jawab sosial dalam melestarikan musik tradisional Melayu Jambi.

Pengelolaan Sanggar Gong Sitimang juga dikelola secara kekeluargaan, kekeluargaan yang artinya dimana pada suatu sanggar seni musik tradisional langsung dikelola oleh pemilik sanggar, dan dibantu oleh keluarga serta seniman sanggar yang dilakukan dengan suka relawan. Hal ini dilakukan karena adanya kepekaan stakeholder internal untuk menjaga eksistensi sanggar seni ke khalayak ramai, supaya keberadaan Sanggar Gong Sitimang mampu menjadi salah satu sanggar yang sangat penting di Kota Jambi untuk menyadarkan masyarakat bahwa



kegiatan Sanggar Gong Sitimang merupakan pelestarian dan edukasi Musik Tradisional Melayu Jambi.

Potensi Sanggar Gong Sitimang cukup banyak diantara sanggar seni yang ada di kota Jambi. Hal tersebut dapat dinyatakan karena Sanggar Gong Sitimang sudah banyak mencetak pengalaman *event* pertunjukan musik tradisional baik didalam daerah maupun luar daerah. Salah satunya Sanggar Gong Sitimang di percayai oleh pemerintah untuk mewakili Provinsi Jambi pada Festival Musik Karawitan Indonesia yang dilaksanakan oleh pemerintahan pusat Jakarta di Taman Mini Indonesia. Keaktifan dari Sanggar Gong Sitimang dalam mengikuti *event* atau acara menjadi salah satu indikator terjadinya hubungan timbal balik yang baik antara pengelola sanggar dan stakeholder. Dimana suatu sanggar seni akan selalu eksis apabila mendapat respon yang baik dari lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Respon baik dari masyarakat ini membuktikan bahwa pengelola sanggar melakukan komunikasi yang baik kepada stakeholder selama berpartisipasi dalam suatu *event*, dari komunikasi yang baik pula membuat Sanggar Gong Sitimang secara tidak langsung sudah mampu mempromosikan dirinya dan jasa musik Tradisional Melayu Jambi sanggar kepada publik. Maka dari itu dampak dari pengalaman pertunjukan musik inilah yang membuat Sanggar Gong Sitimang dapat membangun relasi dan mitra kerja sanggar yang bertujuan menjaga keberlangsungan hidup sanggar seni musik tradisional di zaman era globalisasi ini.

Perkembangan Sanggar Gong Sitimang sejak awal berdiri hingga saat ini masih konsisten dengan Musik Tradisional Melayu Jambi. Hal ini dapat dilihat dimana Sanggar Gong Sitimang telah menciptakan ratusan karya seni musik

tradisional yang bernuansa Melayu Jambi, seperti komposisi musik tradisional Melayu Jambi, arransemen baru lagu daerah, dan musik pengiring tari. Untuk karya seni musik Sanggar Gong Sitimang memiliki karakteristik tersendiri pada melodi dan alat musik tradisional, dimana untuk konsep komposisi musik yang diciptakan Sanggar Gong Sitimang ini menggabungkan musik Tradisional Melayu Jambi dan unsur musik modern dalam komposisi musik tersebut. Konsep pegabungan musik tradisional dan musik modern diciptakan agar karya komposisi musik tradisional Melayu Jambi tidak monoton dan dapat dinikmati oleh masyarakat khususnya generasi muda. Maka dari itu dari karakteristik karya seni musik tradisional yang ditampilkan, menjadi kekuatan yang sangat unik bagi sanggar dalam menarik minat masyarakat menggunakan jasa musik tradisional Melayu Jambi Sanggar Gong Sitimang.

Peneliti juga melihat dan menemukan bahwa karakteristik yang kuat dari Sanggar Gong Sitimang ini adalah sumber daya manusia (pelaku seni khusus anak-anak muda) yang berkecimpung disanggar tersebut. Sanggar Seni Gong Sitimang hanya beranggotakan siswa-siswi dari sekolah menengah pertama dan sekolah menengah ke atas saja. Bisa juga dikatakan bahwa untuk pelaku seni musik yang berlatih di Sanggar Gong Sitimang, pengelola sanggar lebih mengkhususkan anak-anak muda yang menjadi musisi tradisional Melayu Jambi dari Sanggar Gong Sitimang, dilihat dari anggota sanggar yang terbilang masih remaja membuat pengelola/pembina sanggar lebih extra dalam membimbing para anggotanya untuk menjadi seniman muda yang berkompeten dan professional di bidang musik tradisional Melayu Jambi. Maka dari itu karakteristik dari anggota sanggar inilah

yang menjadi kekuatan sanggar dalam menarik perhatian generasi muda untuk bergabung/berlatih di Sanggar Gong Sitimang, dan secara tidak langsung Sanggar Gong Sitimang sudah menciptakan regenerasi musisi muda tradisional yang berkompeten dibidang musik tradisional. Hal inilah yang membuat sanggar berbeda dari sanggar seni lainnya yang ada di Kota Jambi, karena kebanyakan sanggar yang ada di Kota Jambi untuk anggota atau pelaku seni masih menggabungkan orang tua dan anak-anak muda dalam penampilan pertunjukan musik tradisional.

Perkembangan dan eksistensi bertahannya Sanggar Gong Sitimang dalam melestarikan musik tradisional Melayu Jambi kepada khalayak ramai dapat dikatakan sudah cukup baik. Semua ini terjadi tidak lepas dari proses kinerja tim pengelolaan dan strategi pemasaran yang baik. Pecapaian tersebut tentunya membutuhkan suatu proses yang panjang dan strategi yang matang untuk bisa mempertahankan eksistensi sanggar dan bersaing dengan sanggar lain dalam menghadapi perubahan/perkembangan zaman modernitas ini.

Selama proses perjalanan Sanggar Gong Sitimang tentunya mengalami pasang surut dalam memperkenalkan musik Tradisional Melayu Jambi kepada khalayak ramai, baik kendala internal maupun kendala eksternal. Dari hasil wawancara peneliti bersama pendiri Sanggar sekaligus ketua sanggar Bapak Zulkarnain menyatakan bahwa kendala internal yang dialami sanggar sejak awal berdiri hingga sekarang adalah permasalahan bagian *marketing* sanggar yang masih belum terstruktur. Dimana Sanggar Gong Sitimang melakukan kegiatan marketing tepatnya publikasi hanya bergantung kepada mitra kerja sanggar yaitu TVRI Jambi dalam memperkenalkan musik Tradisional Melayu kepada publik. Sedangkan

untuk publikasi di media online Sanggar Gong Sitimang belum optimal dalam menggunakan media sosial, karena sanggar sampai saat ini belum memiliki akun website resmi/akun personal sanggar dan praktisi khusus pada bagian pemasaran. Maka dari itu untuk publikasi di Sanggar Gong Sitimang masih belum optimal, sedangkan adanya publikasi yang baik, tentunya sangat berpengaruh terhadap keberhasilan Sanggar Gong Sitimang dalam mempertahankan identitas sanggar yang bernuansa Melayu Jambi kepada masyarakat. Publikasi adalah cara memperkenalkan produk/jasa sebuah perusahaan melalui media *online* dan media *offline* untuk menggaet pelanggan/konsumen menggunakan produk dan jasa perusahaan kita. Publikasi adalah informasi yang dirancang untuk memperlihatkan, memperkenalkan, mempertahankan nama kehormatan individu, kelompok, atau organisasi kepada khalayak dalam suatu konteks tertentu melalui media sosial dengan tujuan untuk menciptakan daya tarik khalayak (Liliweri, 2011).

Terlihat kendala yang terjadi di ruang lingkup Sanggar Gong Sitimang ini adalah mengenai kegiatan pemasaran/*marketing* yang belum terstruktur dalam membuat *marketing plan* untuk memperkenalkan Musik Tradisional Melayu Jambi kepada khalayak ramai. Selain itu, struktur organisasi kepengurusan Sanggar Gong Sitimang masih belum jelas dalam melakukan kinerja sesuai dengan bidang yang sudah ditentukan. Hal tersebut terjadi karena pengelola atau kepengurusan sanggar hanya berasal dari keluarga bapak Zulkarnain saja, dimana pekerja sanggar dan seniman tidak totalitas dalam melakukan kegiatan *marketing*, karena kegiatan yang dilakukan secara sukarelawan, sehingga tidak adanya inovasi dan kreatifitas dalam

melakukan kegiatan *marketing*. Maka dari itu dapat dinyatakan bahwa *system* manajerial Sanggar Gong Sitimang belum professional dan terstruktur.

Berdasarkan dari beberapa kendala yang sudah dipaparkan, untuk itu pengelola Sanggar Gong Sitimang perlu memperkenalkan musik tradisional Melayu Jambi lebih luas lagi kepada masyarakat, karena kegiatan yang dilakukan Sanggar Gong Sitimang bersifat sosial dalam melestarikan dan menyadarkan serta mengedukasi masyarakat supaya mencintai budaya dan memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap keberlangsungan hidup kesenian musik Melayu Jambi pada era globalisasi ini. Salah satu cara yang tepat dalam menarik minat masyarakat terhadap jasa musik tradisional Melayu Jambi, yaitu dengan menetapkan strategi *marketing* untuk menjaga hubungan baik yang berkelanjutan dengan *public* supaya citra sanggar dapat meningkat lebih positif. Oleh karena itu strategi *Marketing Public Relation* yang di tinjau dari konsep strategi *PENCILS* dapat digunakan untuk menganalisis dan mengidentifikasi jasa Musik Tradisional Melayu Jambi Sanggar Gong Sitimang supaya kegiatan publikasi Sanggar Gong Sitimang lebih efisien dan efektif.

*Marketing Public Relation* adalah sebagai metode dalam melakukan publikasi melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian program komunikasi yang dapat menarik minat pelanggan terhadap produk/jasa yang disediakan. *Marketing Public Relation* adalah memproses perencanaan dan pengevaluasian program program yang mendorong pembelian dan kepuasan pelanggan melalui komunikasi berisi informasi yang dapat dipercaya dan kesan yang menggambarkan perusahaan dan produk -produknya sesuai dengan kebutuhan

pelanggan (Rosady Ruslan,2001:243). Adapun rumusan *PENCILS* sebagai alat utama dalam *Marketing Public Relation* yang dapat dilakukan yaitu terdiri dari: 1. *Publication*, 2. *Event*, 3. *News*, 4. *Community involvement*, 5. *Inform or Image*, 6. *Lobbying and Negitiating* 7. *Social Responsibility* (Ruslan 2000:13:15).

Penelitian ini bertujuan untuk membangun citra sanggar yang positif dan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan jasa Musik Tradisional Melayu Jambi supaya Sanggar Gong Sitimang dapat lebih luas lagi memperkenalkan *image* yang baik dan tersampaikan misi, tujuan serta sasaran sanggar terhadap jasa musik Melayu Jambi yang diberikan kepada khalayak ramai. Dan secara tidak langsung sanggar juga merupakan sanggar yang sangat komitmen dan konsisten dalam melestarikan kesenian Tradisional Melayu Jambi. Maka dari itu perlulah pengelola Sanggar Gong Sitimang merancang/membuat strategi kegiatan publikasi kepada publik dengan menggunakan topik *Marketing Public Relation* untuk merealisasikan tujuan sanggar dan kegiatan *marketing* yang efisien dan efektif.

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang sebelumnya dijelaskan, dimana permasalahan ditemukan yaitu pada strategi pemasaran yang belum terstruktur. Hal ini membuat peneliti lebih memilih topik strategi pemasaran *Marketing Public Relation* yang ditinjau dari strategi *PENCILS* untuk mengidentifikasi kegiatan *marketing* Sanggar Gong Sitimang dalam mempublikasikan Musik Tradisional Melayu Jambi kepada masyarakat. Manfaat dari topik tersebut diharapkan dapat berguna bagi pengelola Sanggar Gong

Sitimang maupun stakeholder eksternal untuk melakukan pemasaran produk dan jasa lebih baik lagi, sehingga dapat memberi dampak yang baik terhadap eksistensi sebuah sanggar seni di mata masyarakat. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji alat utama kegiatan *Marketing Publik Relation* yaitu *PENCILS* yang terdiri dari *publication, event, news, community involvement, inform or image, lobbying and negotiation and social responsibility* pada Sanggar Gong Sitimang yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dan menyadarkan masyarakat bahwa kegiatan sanggar adalah pelestarian/edukasi musik tradisional Melayu Jambi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang telah dipaparkan menghasilkan sebuah rumusan masalah terkait strategi pemasaran Sanggar Gong Sitimang yang belum terstruktur. Rumusan masalah pada penelitian “Strategi *Marketing Public Relation* pada Sanggar Gong Sitimang dalam Mempublikasikan Musik Tradisional Melayu Jambi” yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana kegiatan Strategi *Marketing Public Relation* yang ditinjau dengan konsep Strategi *PENCILS* pada Sanggar Gong Sitimang dalam Mempublikasikan Musik Tradisional Melayu Jambi kepada masyarakat?
2. Bagaimana pengelolaan media Sanggar Gong Sitimang dalam kegiatan Strategi *Marketing Public Relation* untuk menarik perhatian dan minat masyarakat?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan kedua poin rumusan masalah pada penelitian ini, maka dari itu penelitian ini memiliki tujuan yang sekaligus menjawab rumusan masalah pada penelitian, sebagai berikut:

1. Menganalisis dan mengkaji kegiatan *Marketing Public Relation* yang ditinjau dengan konsep strategi *PENCILS* pada Sanggar Gong Sitimang dalam mempublikasikan Musik Tradisional Melayu Jambi kepada masyarakat.
2. Mengetahui pengelolaan media *Marketing Public Relation* yang digunakan Pengelola Sanggar Gong Sitimang dalam menarik minat masyarakat terhadap karya Musik Tradisional Melayu Jambi.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan bahan referensi serta masukan bagi pengelola Sanggar Gong Sitimang agar bisa meningkatkan dan membuat *marketing plan* untuk memperkenalkan musik tradisional Melayu Jambi yang lebih baik lagi sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas.
2. Bagi pemerintah Kota Jambi, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan untuk mengembangkan identitas kesenian tradisional dalam melestarikan Musik Melayu Jambi di Provinsi Jambi.

#### 1.4.2 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pada pengelola sanggar-sanggar seni tentang strategi pemasaran dan publikasi yang ditinjau melalui konsep Strategi *Marketing Public Relation*.



2. Penelitian ini dapat memberikan kesadaran bagi masyarakat kota Jambi dan pemahaman pentingnya pemasaran dan kegiatan publikasi musik tradisional Melayu Jambi, sehingga dapat memberikan kesempatan masyarakat luas untuk mengenal dan melestarikan kesenian yang ada di daerah sendiri.
3. Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan kajian teori strategi pemasaran bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian mengenai sebuah Sanggar Seni yang ditinjau dengan Konsep *Marketing Public Relation*.



