

Strategi Pemasaran Kelompok Musik Campursari Di Sanggar “Budoyo Manunggal” Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan

Muh. Syahbana, Alfisyah, Yuli Apriati

Mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Antropologi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin, Indonesia
(syahbana1995@gmail.com)

Abstrak—Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) upaya yang dilakukan sanggar “Budoyo Manunggal” untuk menarik minat yaitu pertama menggunakan media social atau digital marketing. Kedua, dengan cara memenuhi keinginan penonton. Ketiga yaitu membuat kerjasama dengan pemerintah dan paguyuban. (2) Pelayanan yang diberikan sanggar “Budoyo Manunggal” kepada pelanggan terbagi menjadi dua yaitu customer service dan customer care. Di dalam pelayanan customer service, sanggar “Budoyo Manunggal” lebih memberikan pelayanan seperti kebebasan menentukan dekorasi, penyediaan perlengkapan acara, dan kebebasan memilih alat music atau aliran musik. Sedangkan pelayanan customer care lebih kepada kepedulian sanggar kepada pelanggan seperti mendiskusikan harga dan memberikan saran mengenai acara yang ingin diadakan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Kelompok Musik, Campursari.

I. PENDAHULUAN

Kebudayaan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi masyarakat dari individu maupun kelompok. Salah satu bagian kebudayaan yang sangat penting yaitu kesenian. Kesenian merupakan salah satu bagian dari kebudayaan yang dapat membuat masyarakat di dalam suatu wilayah memiliki ciri khasnya masing-masing. Untuk individu, kesenian bisa menjadi alat untuk mengekspresikan dirinya sendiri. Kesenian juga dapat memberikan suguhan kejiwaan seseorang (Prasetya, 1991:95).

Sekarang kesenian sudah mulai terkikis akan zaman, hal tersebut terlihat dari banyaknya kesenian-kesenian modern dari barat yang banyak diketahui generasi muda, sanggar-sanggar kesenian tradisonal yang mulai redup, banyaknya acara-acara atau event-event yang lebih menampilkan musik modern ketimbang musik-musik tradisonal. Tetapi ada satu kesenian musik tradisonal yang masih bertahan dan bahkan bisa berkembang di wilayah yang berbeda dari tempat asal keseniannya yaitu kesenian musik Campursari yang dimainkan sanggar “Budoyo Manunggal” di Banjarbaru Kalimantan Selatan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya menarik minat sanggar “Budoyo Manunggal” dan

mengetahui pelayanan apa yang diberikan sanggar “Budoyo Manunggal” sehingga bisa dikenal di kota Banjarbaru Kalimantan Selatan.

II. LANDASAN TEORI

Menurut Saputri (2015:2) Campursari merupakan “jenis musik baru”, sebuah budaya baru yang berkembang secara luar biasa pada tahun 90-an. Campursari merupakan musik hibrida atau pecampuran dari beberapa unsur genre musik: karawitan, gamelan, langgam, keroncong, dangdut, pop, dan sebagiannya dalam bentuk musik baru. Identitas yang paling mudah dilihat adalah bercampurnya gamelan dan instrument Barat terutama keyboard, yang jumlahnya hingga mencapai enam atau tujuh pada satu perangkat. Campursari itu sendiri sebenarnya berangkat dari seni tradisonal Jawa, dimana dipadukannya seni gending dengan berbagai alat music, baik alat music tradisonal maupun modern, konvensional dan elektrik.

Menurut Laksono (2010:17-18) Campursari adalah sebuah ensambel musik hasil usaha musisi Jawa untuk menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Menurut Manthous (Wiyoso,

2007:109) musik campursari pertama kali muncul di RRI Semarang pada pertengahan tahun 60-an. Kemudian Kelly Puspita seorang seniman Semarang yang pertama kali memperkenalkan campursari pada tahun 60-an. Keberadaan musik campursari RRI Semarang kala itu tentu tidak sepopuler musik campursari era 90-an, hal itu terkait erat dengan perkembangan teknologi terutama dalam bidang elektronika sebagai media siaran, seperti TV, tape recorder, dan juga radio (swasta).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan. Informan ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Wawancara yang peneliti lakukan baik wawancara dengan bertemu langsung maupun dengan bantuan media seperti *facebook*, *email* dan lainnya. Hasil wawancara kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. *Upaya Kelompok Seni Sanggar “Budoyo Manunggal” Dalam Menarik Minat Para Penikmat Seni Musik Campursari*

Pembahasan dilakukan berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan oleh peneliti dan berdasarkan data yang

diperoleh melalui observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan.

a. *Menggunakan Digital Marketing (Media Sosial)*

Dalam menarik minat para penikmat musik Campursari di Banjarbaru Kalimantan Selatan, sanggar “Budoyo Manunggal” menggunakan Digital Marketing. Digital Marketing sendiri adalah promosi yang menggunakan media sosial seperti facebook, twitter, Instagram, dan youtube yang mempunyai fitur komentar. Digital Marketing ini digunakan sanggar “Budoyo Manunggal” agar para penikmat musik Campursari yang tidak bisa berhadir di acara yang diselenggarakan sanggar “Budoyo Manunggal” bisa menikmati musik yang dibawakan sanggar “Budoyo Manunggal” di acara tersebut dan bisa mengomentari penampilan tersebut.

b. *Memenuhi Keinginan Penonton*

Selain menggunakan Digital Marketing, sanggar “Budoyo Manunggal” juga memberikan kebebasannya seperti memenuhi keinginan penonton. Memenuhi keinginan penonton ini, sanggar “Budoyo Manunggal” memberikan kebebasan penonton untuk request lagu-

lagu yang ingin di dengarkan penonton ketika diatas panggung, hal tersebut dilakukan sanggar “Budoyo Manunggal” agar penonton tertarik untuk mengunjungi sanggar “Budoyo Manunggal” dan menikmati musik Campursari.

c. Kerjasama

Sanggar “Budoyo Manunggal” juga kerjasama dengan pihak-pihak tertentu yang bisa membantu sanggar “Budoyo Manunggal” dalam menarik minat para penikmat musik Campursari, sanggar “Budoyo Manunggal” ini bekerjasama dengan pemerintah dan paguyuban-paguyuban yang ada di Banjarbaru agar sanggar “Budoyo Manunggal” mendapatkan panggung untuk menampilkan musik Campursari.

2. *Pelayanan Yang Diberikan Kelompok Seni Sanggar “Budoyo Manunggal”*

Menurut hasil temuan di lapangan maka peneliti menemukan pelayanan yang diberikan sanggar “Budoyo Manunggal” menggunakan costumer servis dan costumer care.

1. Costumer Service

Costumer service yang diberikan sanggar “Budoyo Manunggal” dalam membrikan kepuasan pelanggan yaitu:

a. Kebebasan menentukan dekorasi

Pelayanan yang diberikan sanggar “Budoyo Manunggal” yaitu kebebasan menentukan dekorasi. Kebebasan menentukan dekorasi ini seperti: pakaian yang digunakan pemain inti sanggar “Budoyo Manunggal” serta pelanggan boleh menyerahkan seluruh kebijakan kepada sanggar “Budoyo Manunggal”.

b. Penyediaan perlengkapan acara

Sanggar “Budoyo Manunggal” juga menyediakan beberapa perlengkapan agar mempermudah acara yang ingin diadakan. Peralatan itu seperti tenda, sound besar, kursi plastik, kostum, gensek dan makeup.

c. Kebebasan untuk memilih alat musik dan aliran musik

Kebebasan menentukan alat musik ini lebih kepada dimana pelanggan ingin menggunakan alat musik apa saja yang ingin pelanggan itu mainkan dan untuk aliran musik, pelanggan bebas menentukan aliran musik apa yang ingin di mainkan selain musik campursari Jawa, bisa aliran pop, dangdut, melayu dan banyak lagi.

2. Costumer Care

Costumer care sendiri adalah pelayanan yang lebih memeningkan kepedulian dengan pelanggan. Kepedulian sanggar “Budoyo Manunggal” kepada pelanggan seperti memberikan harga yang tepat kepada pelanggan yang kurang mampu agar

mereka bisa mengadakan acara musik campursari dengan biaya seadanya. Selain menentukan harga, sanggar “Budoyo Manunggal” juga memberikan saran kepada pelanggan tentang tempat acara, saran ini berbentuk seberapa kuat daya listrik serta keamanan di lingkungan sekitar pelanggan yang ingin mengadakan acara.

V. PENUTUP

Upaya dari sanggar “Budoyo Manunggal” untuk menarik minat penikmat musik campursari yaitu dengan menggunakan digital marketing atau media sosial, memenuhi keinginan penonton, serta bekerjasama dengan pemerintah dan paguyuban-paguyuban Jawa yang ada di kota Banjarbaru. Untuk pelayanan, sanggar “Budoyo Manunggal” menggunakan pelayanan customer service dan customer care.

Untuk sanggar “Budoyo Manunggal” agar mempertahankan strategi yang digunakan dan lebih lagi berinovasi, lalu bagi pemerintah sebaiknya rutin mengadakan acara atau event-event yang bertemakan kesenian tradisional agar bisa bertahan di zaman teknologi sekarang.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Baudrillard, Jean P. 2006. *Masyarakat Konsumsi*. Terjemahan Wahyunto Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Cannon. Joseph P, William D. Perreault, Jr., E. Jerome McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Damsar, dan Indrayani. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Endraswara, Suwardi. 2015. *Etnologi Jawa*. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hadjar, Ibnu. 1996. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Hamali, Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Erlangga
- Kamsir. 2012. *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kartono, Kartini. 2016. *Pemimpin dan Kepemimpinan: Apakah Kepemimpinan Abnormal itu*, Jakarta: Rajawali Pers
- Koentjaraningrat. 1994. *Kebudayaan Jawa*. Jakarta: Balai Pustaka