

## Pelatihan Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Optimalisasi Promosi Sanggar Tari Godho Blambangan Banyuwangi

Indira Nuansa Ratri<sup>1\*</sup>, Arum Andary Ratri<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Politeknik Negeri Banyuwangi

E-mail Correspondensi: [indira.nuansaratri@poliwangi.ac.id](mailto:indira.nuansaratri@poliwangi.ac.id)

Diterima: April 2022 | Dipublikasikan: Juni 2022

### ABSTRAK

Sanggar Tari Godho Blambangan, Kabupaten Banyuwangi mulai berdiri sejak tahun 2014 dan mulai dikembangkan sebagai salah satu sanggar yang menunjang pergerakan industri kreatif di Kabupaten Banyuwangi. Sanggar Tari Godho Blambangan terus memberikan pengembangan serta inovasi baru dengan segala kelebihan serta kreatifitasnya untuk mempertahankan dan juga meningkatkan budaya lokal Kabupaten Banyuwangi. Namun, pengembangan Sanggar Tari Godho Blambangan masih memiliki keterbatasan pada aspek promosi, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan anggota Sanggar Tari Godho Blambangan untuk mengelola dan melakukan promosi secara intens. Oleh karena hal tersebut, informasi yang dimiliki oleh para calon penyewa jasa ataupun calon anggota baru yang ingin bergabung masih sedikit. Tujuan PKM ini adalah (1) mengedukasi pentingnya promosi di platform media sosial (2) memberikan penyuluhan tentang materi (konten) promosi. Metode kegiatan PKM yang diterapkan adalah (1) penyuluhan dan diskusi; (2) pelatihan dan pendampingan; dan (3) evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa edukasi yang diberikan terkait penggunaan media sosial memberikan perubahan sikap dan pengetahuan khalayak sasaran (kelompok mitra) terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi industri kreatif Sanggar Tari Godho Blambangan dari kurang menjadi cukup banyak mengetahui. Bagi khalayak juga meningkatkan *engagement* dan juga *brand awareness* pada keberadaan Sanggar Tari Godho Blambangan.

**Kata kunci:** pelatihan media sosial, promosi, industri kreatif, sanggar tari

### ABSTRACT

*Godho Blambangan Traditional Dance Center, Banyuwangi Regency was founded in 2014 and began to be developed as one of the traditional dance center that support the movement of creative industries in Banyuwangi Regency. Godho Blambangan Traditional Dance Center continues to provide new developments and innovations with all their advantages and creativity to maintain and improve the local culture of Banyuwangi Regency. However, the development of the Godho Blambangan Traditional Dance Center still has limitations in the promotion aspect, this is due to the limited ability of members of the Godho Traditional Dance Center to manage and carry out intense promotions. Because of this, the information held by prospective service tenants or prospective new members who want to join is still limited. The purpose of this PKM is (1) to educate the importance of promotion on social media platforms (2) to provide counseling about promotional material (content). The PKM activity methods applied are (1) counseling and discussion; (2) training and mentoring; and (3) activity evaluation. The results of the activity show that the education provided regarding the use of social media provides a change in the attitudes and knowledge of the target audience (partner groups) towards the use of social media as a means of promoting the creative industry of the Godho Blambangan Traditional Dance Center from less to knowing enough. For the audience, it also increases engagement and brand awareness of the existence of the Godho Blambangan Traditional Dance Center.*

**Keywords:** creative industry, social media, promotion

## PENDAHULUAN

Sanggar Tari Godho Blambangan merupakan sanggar tari yang beralamatkan di Tembokrejo, Muncar, Banyuwangi. Sanggar tari ini memiliki anggota penari yang berjumlah sekitar 30 orang dan anggota panjak sekitar 10 orang. Sanggar tari ini sudah berdiri dan memiliki murid sejak 7 tahun silam. Sanggar tari Godho Blambangan aktif dalam mengikuti lomba baik lokal maupun nasional dan banyak menjuarai di berbagai lomba. Sanggar tari Godho Blambangan juga sering diminta oleh masyarakat umum yang memiliki acara atau hajatan untuk tampil di acara tersebut. Berikut gambaran kondisi dari Sanggar Tari Godho Blambangan.



**Gambar 1 Kegiatan Latihan di Sanggar Tari Godho Blambangan**

Saat ini banyak masyarakat yang tertarik untuk menampilkan tarian di berbagai acara maupun kegiatan sebagai salah satu pembuka acara, hal ini karena tari tradisional yang tak lekang oleh waktu dan semakin banyak masyarakat yang kembali menggemari (Cahyono, 2020). Kondisi ini menjadi peluang tersendiri bagi Sanggar Tari Godho Blambangan untuk memberikan atau menawarkan jasa yang dimilikinya sebagai upaya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kesenian tari khususnya yang dimiliki oleh Sanggar Tari Godho Blambangan. Kesempatan itu juga bisa dimanfaatkan oleh Sanggar Tari Godho Blambangan mendapatkan profit dari jasa yang ditawarkan demi meningkatkan fasilitas yang ada di Sanggar Tari Godho Blambangan sehingga sanggar tari ini juga bisa berkembang lebih besar lagi terlebih bisa sampai dengan taraf internasional. Saat ini biaya operasional yang digunakan oleh Sanggar Tari Godho Blambangan hanya berasal dari anggota internal Sanggar dan dari hadiah yang didapatkan setiap kali memenangkan lomba ataupun kejuaraan, dimana kejuaraan ini sendiri tidak menentu waktu pelaksanaannya sehingga seringkali Sanggar Tari Godho Blambangan mengalami hambatan dalam mengembangkan Sanggar tersebut.

Namun, hingga saat ini informasi tentang keberadaan dan juga eksistensi Sanggar Tari Godho Blambangan sebagian besar didapat dari informasi lisan para pengguna jasa Sanggar Tari Godho Blambangan yang pernah menggunakan jasa Sanggar Tari ini sebelumnya. Padahal, informasi lengkap dan menyeluruh dari suatu komoditi melalui promosi merupakan salah satu faktor utama untuk meningkatkan minat konsumen terhadap suatu produk (Michael Ray dalam Morissan, 2010; Akhter, *et al.* 2014), dan mampu mempengaruhi keputusan pembelian (Cravens, 2013). Begitu pula dengan industri kreatif yang bergerak di bidang tarian tradisional yang dijalankan oleh Sanggar Tari Godho Blambangan yang berbasis bisnis di bidang jasa. Selain itu,

pemasaran menggunakan media sosial saat ini merupakan cara terbaik yang bisa dilakukan oleh semua pelaku usaha dibandingkan pemasaran secara konvensional, mengingat pengguna sosial media terus bertambah dan tidak terbatas hanya dari kalangan remaja.

Berdasarkan analisis situasi diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan utama yang saat ini dihadapi oleh Sanggar Tari Godho Blambangan yaitu sebagai berikut:

1. Sanggar Tari Godho Blambangan memiliki kesulitan pendanaan dalam melakukan pengembangan berupa fasilitas untuk melakukan latihan tari karena hanya mengandalkan pendanaan dari hasil memenangkan suatu lomba dan iuran anggota setiap minggunya hanya sebesar Rp5.000.

2. Masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui keberadaan sanggar tari Godho Blambangan, hal ini bertolak belakang dengan tingginya minat dan permintaan dari masyarakat yang akan mengadakan hajatan dengan menampilkan berbagai tarian tradisional.

Program pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan yaitu meningkatkan *brand awareness* dari Sanggar Tari Godho Blambangan, mengingat promosi barang atau jasa dengan media sosial secara intensif akan mendukung *brand awareness* dari sebuah produk (Ebeid, 2014; Schivinski & Dabrowski, 2015). Diharapkan Sanggar Tari Godho Blambangan dapat memperluas pangsa pasar yang dimilikinya. Berkembangnya pangsa pasar yang dimiliki oleh Sanggar Tari Godho Blambangan dapat meningkatkan kondisi keuangan dengan semakin tingginya permintaan untuk melakukan pertunjukan. Selain itu, untuk program ini juga bertujuan untuk memberikan edukasi terkait pentingnya penggunaan dan optimalisasi media sosial yang dimiliki sanggar tari Godho Blambangan untuk meningkatkan profit pada bidang ekonomi kreatif yang sedang dijalankan.

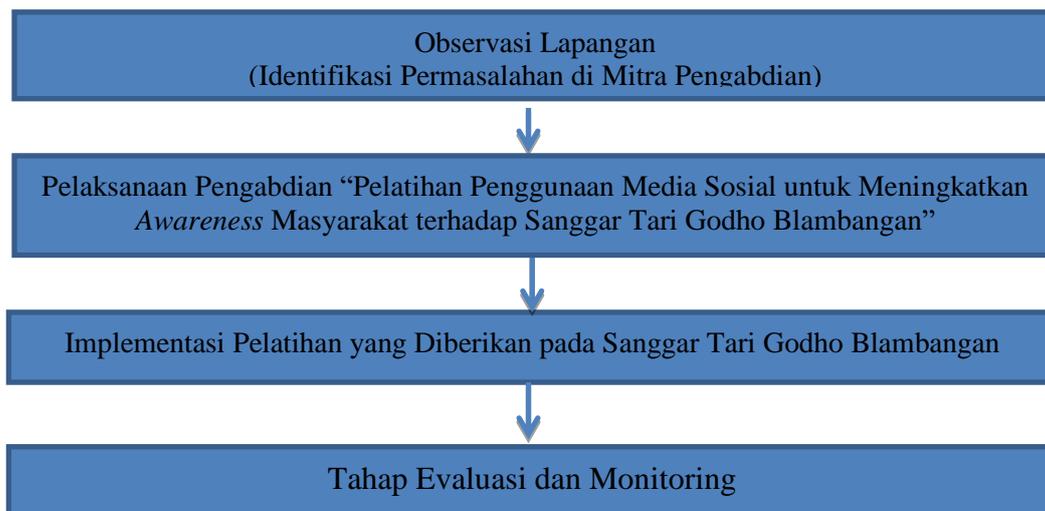
Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu Sanggar Tari Godho Blambangan, maka tim pengabdian masyarakat memberikan beberapa program untuk mengatasi masalah tersebut antara lain:

1. Melakukan pelatihan penggunaan media sosial supaya tercapainya pemasaran secara masif agar masyarakat yang membutuhkan jasa berupa kesenian tari untuk acara yang akan mereka adakan lebih *aware* terhadap keberadaan sanggar tari Godho Blambangan.

2. Memperluas jangkauan yang bisa dicapai oleh Sanggar Tari Godho Blambangan baik lokal maupun nasional untuk mengurangi permasalahan keuangan yang saat ini dihadapi oleh sanggar tari.

### METODE PEIAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diperlihatkan pada *flowchart* :



**Gambar 2. Flowchart Metode Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Pada *flowchart* memperlihatkan tahapan yang akan dilakukan oleh Tim Pengabdian, yaitu:

1. **Observasi Lapangan**

Tahapan ini dilakukan dengan melakukan observasi lapang ke Sanggar Tari Godho Blambangan. Pada tahapan ini dilakukan identifikasi kondisi lapangan dengan teknik wawancara dan pengamatan langsung di lokasi mitra, sehingga diketahui permasalahan dan solusi apa yang dibutuhkan oleh mitra. Pengamatan langsung dilakukan untuk mengetahui bagaimana kondisi mitra yang dituju. Dari hasil observasi lapang dilakukan identifikasi dan studi komparasi antara proses saat ini yang berjalan sebelumnya (yang sudah *existing*) dengan rencana implementasi.

2. **Pelaksanaan Pengabdian “Pelatihan Penggunaan Media Sosial”**

Setelah diketahui permasalahan mitra dan solusinya, selanjutnya dilakukan pelatihan penggunaan media sosial.

3. **Implementasi Penggunaan Media Sosial**

Kegiatan ini meliputi implementasi penggunaan media sosial. Pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa anggota yang tergabung dalam Sanggar Tari Godho Blambangan dapat mengelola media sosial secara mandiri.

4. **Evaluasi dan Monitoring**

Pada tahap evaluasi dan monitoring dilakukan secara intensif oleh Tim Pengabdian pada setiap kegiatan berlangsung untuk memastikan agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Evaluasi dilakukan sejalan dengan monitoring pada setiap tahapan, sehingga jika ada kendala akan segera diselesaikan. Rancangan evaluasi memuat uraian bagaimana dan kapan evaluasi akan dilakukan, kriteria, indikator pencapaian tujuan, dan tolak ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan yang dilakukan.

### HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada para anggota Sanggar Tari Godho Blambangan terkait pentingnya penggunaan sosial media dan juga pengelolaan sosial media untuk meningkatkan *brand awareness* dari calon pengguna jasa yang ditawarkan oleh Sanggar Tari Godho Blambangan. Kegiatan ini dilakukan di desa Tembokrejo, Muncar, Kabupaten Banyuwangi. Kegiatan sosialisasi ini diberikan oleh Indira Nuansa Ratri, S.M., M.SM dan Arum Andary Ratri, S.Si., M.Si. Masing-masing anggota menyajikan materi terkait perkembangan industri kreatif, dampak positif penggunaan media sosial untuk industri kreatif dan cara mengelola media sosial sebagai sarana promosi industri kreatif khususnya tari tradisional. Pada materi yang diberikan, peserta pengabdian diajarkan untuk melakukan promosi di berbagai media sosial baik dari instagram, youtube dan juga tiktok. Proses ini dilakukan secara langsung untuk memastikan bahwa para anggota Sanggar Tari memahami betul materi yang diberikan dan mampu untuk mengimplementasikan sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Berikut adalah *handout* dari sosialisasi yang diberikan terkait optimalisasi penggunaan media sosial.



Gambar 3a Contoh *Handout* Optimalisasi Penggunaan Media Sosial

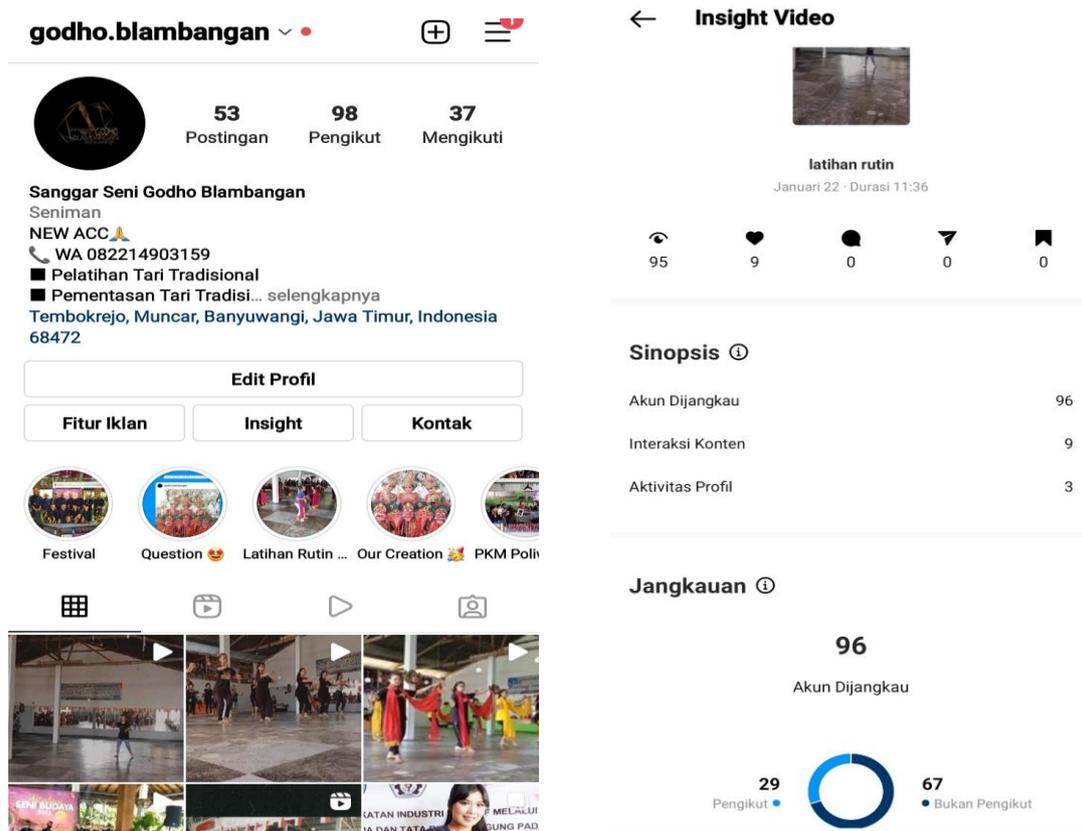


**Gambar 3b Lanjutan Contoh Handout Optimalisasi Penggunaan Media Sosial**

Berikut merupakan gambar kegiatan selama pelatihan yang dilaksanakan:



**Gambar 4 Pelatihan Optimalisasi Penggunaan Media Sosial**



**Gambar 5 Hasil Pelatihan Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Optimalisasi Promosi Sanggar Tari Godho Blambangan**

Hasil dari kegiatan PKM yang diadakan dapat ditunjukkan dari laman instagram Sanggar Tari Godho Blambangan yang memberikan info lengkap serta akun yang sudah diubah menjadi akun bisnis untuk memudahkan dalam melihat *insight* atau jangkauan dari akun tersebut sehingga anggota bisa mengetahui seberapa efektif promosi yang telah dilakukan. Hasil dari kegiatan ini juga ditunjukkan dari adanya peningkatan jumlah pengikut di instagram dari semula hanya 10 saat ini laman instagram Sanggar Tari Godho Blambangan memiliki 100 pengikut dan juga banyak di *repost* kegiatannya oleh akun instagram yang memiliki jumlah pengikut yang signifikan.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Program Pengabdian Kepada Masyarakat 2021 dengan judul “Pelatihan Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Optimalisasi Promosi Sanggar Tari Godho Blambangan Banyuwangi” secara garis besar telah terlaksana dengan baik. Pelaksana telah melakukan kegiatan dan juga evaluasi serta monitoring untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial demi meningkatkan *brand awareness* dan pangsa pasar dari Sanggar Tari Godho Blambangan. Kegiatan promosi terus berjalan dan berlanjut hingga saat ini untuk terus meningkatkan pangsa pasar dari jasa yang dimiliki oleh Sanggar Tari Godho Blambangan dan juga untuk memperbaiki kondisi keuangan Sanggar Tari Godho Blambangan menjadi lebih tinggi.

### DAFTAR PUSTAKA

Akhter, S., Rizwan, M., Shujaat, S., & Durrani, Z. (2014). The impact of retail shoes sales promotional activities on ladies' purchase intentions. *Journal of Public Administration and Governance*, 4(2), 166-178.

Cravens, D.W. 2013. *Strategic 10th marketing ed.* 658.802 C898. 2013.

Ebeid, A. Y. (2014). Distribution intensity, advertising, monetary promotion, and customer-based brand equity: An applied study in Egypt. *International Journal of Marketing Studies*, 6(4), 113.

Cahyono, F. D. Pergeseran budaya tari adat jaranan buto ke arah konsumsi ekonomi pariwisata pada tahun 1998 sampai 2015 di kecamatan cluring kabupaten banyuwangi.