

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki banyak kebudayaan. Menurut sumber data statistik dari “Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan” pada tahun 2019, Jawa Barat memiliki 40 warisan budaya tak benda¹. Setiap kota dan kabupaten di provinsi Jawa Barat memiliki potensi dan keunikan budayanya masing-masing, salah satunya adalah seni rampak kendang yang berasal dari Bogor. Rampak kendang terdiri dari dua suku kata yaitu, 'Rampak' dan 'Kendang'. Rampak dalam bahasa Indonesia berarti bersama-sama, sedangkan kendang berasal dari kata ‘ke’ dan ‘ndang yang artinya cepat, sesuai dengan fungsinya sebagai instrumen yang mempercepat dan memperlambat tempo dalam pertunjukan kendang sunda atau gamelan degung. Sehingga, “Rampak Kendang” adalah pertunjukan kendang yang dilakukan secara bersama-sama.

Rampak kendang dibuat oleh seorang mahasiswa Akademi Seni Tari Indonesia yang bernama Yoyo Risymania Wiranata. Yoyo mengadakan tugas akhir dalam bentuk pagelaran pada tahun 1982. Bentuk pagelaran tersebut adalah pertunjukan karawitan berjudul Bujang Rimbitan. Ia membuat lagu yang diiringi oleh seperangkat gamelan pelog dan salendro. Gamelan tersebut terdiri atas saron indung, saron anak, peking, demung, selentem, bonang, rincik, kenong, gambang, kendang, rebab, dan goong. Biasanya dalam penyajian gamelan hanya ada seorang juru kendang, namun Yoyo Risymania berinisiatif untuk menambah pengendang, yang biasanya hanya seorang menjadi oleh tiga orang juru kendang.

¹ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Statistik Kebudayaan*, (2019)
http://publikasi.data.kemdikbud.go.id/uploadDir/isi_B8CE5CF3-4C76-40D6-9E7D-79FB8B708096_.pdf : diakses pada 5 November 2020

Pertunjukan itu sukses dan memukau para penonton, karena baru kali ini ada tiga orang juru kendang memainkan kendang secara bersamaan.²

Seni tradisi seperti rampak kendang dan seni lainnya memiliki beberapa fungsi dan pemanfaatannya masing-masing. Beberapa manfaat seni adalah sebagai sarana untuk pelengkap aktivitas agama, menjadi pengingat terhadap suatu peristiwa penting, menjadi sarana pembeda suatu daerah dengan daerah lainnya, dan juga menjadi ikon budaya bangsa. Seni juga memiliki beberapa fungsi yang dibagi menjadi beberapa kategori, seperti fungsi secara individu dan sosial, dalam fungsi sosial terdapat fungsi seni khususnya seni pertunjukan sebagai media hiburan dimana seni pertunjukan dapat menjadi suatu ekspresi diri yang mengungkapkan perasaan suatu individu.³ Rampak kendang merupakan seni tradisional yang memiliki fungsi sebagai sarana hiburan yang merepresentasikan kebersahaan masyarakat Sunda. Rampak kendang kaya akan nilai-nilai filosofis yang mencerminkan masyarakat sunda yang guyub dan harmonis berlandaskan sifat-sifat kegotong-royongan dan keceriaan.⁴

Seni pertunjukan merupakan salah satu sektor yang paling terkena dampak dari pandemi covid-19. Dari pertunjukan tari, teater sampai pertunjukan musik, tidak sedikit pertunjukan seni yang harus ditunda. Rampak kendang tak luput dari pandemi, banyak sanggar tari rampak kendang yang akhirnya harus tutup dikarenakan covid-19. Salah satu sanggar tari yang sering menampilkan seni rampak kendang dan masih beroperasi hingga saat ini adalah sanggar tari “Gandes Pamantes”. Sanggar “Gandes Pamantes” di dirikan pada tanggal 8 Desember 2007 di kota Bogor. Sebelum pandemi covid-19, sanggar “Gandes Pamantes” aktif tampil saat pemerintah kota Bogor mengadakan acara kebudayaan. Selain itu sanggar ini terus mempromosikan dan memasarkan seni rampak kendang baik di dalam maupun luar negeri dengan mengikuti lomba-lomba dengan taraf

² Pandi Upandi, S.Kar., M.Sn, *Rampak Kendang*, <http://www.disparbud.jabarprov.go.id/wisata/ensiklo-det.php?id=33&lang=id> : diakses pada 5 November 2020

³ Fungsi.co.id, *13 Fungsi Seni: Pengertian, Kesimpulan dan Saran!*, <https://fungsi.co.id/fungsi-seni/> : diakses pada 20 Januari 2022.

⁴ Ibid

internasional, dengan harapan seni rampak kendang bisa terus dilestarikan dan bisa dikenal khususnya oleh masyarakat kota Bogor.⁵

Tanpa disadari, banyak seni pertunjukan di Indonesia yang mulai terpojokkan dan berada di ujung tanduk. Ratna Riantiarno sebagai salah satu pendiri Teater Koma dan mantan Ketua Dewan Kesenian Jakarta berpendapat bahwa seni pertunjukan di Indonesia terutama seni pertunjukan nusantara atau tradisional sudah sulit untuk bertahan sebelum pandemi menyerang, apalagi dengan adanya pandemi, sulit untuk memastikan apakah seni pertunjukan nusantara bisa bangkit lagi⁶. Dampak lain dari pandemi COVID-19 sendiri adalah harusnya beradaptasi dengan cepat, terutama dalam mengadaptasi era digital, agar para seniman tetap dapat berkarya dan menampilkan karyanya ke khalayak luas tanpa terbatas ruang dan waktu dan memungkinkan adanya kesetaraan dalam distribusi seni pertunjukan.

Febrian Wibisono (2013) melakukan penelitian mengenai cara promosi dan pemasaran bagi seni tari di kota Bandung. Wibisono membuat sebuah acara lomba tari sebagai sarana promosi seni tari jaipong di kota Bandung. Hasil dari penelitian Wibisono membuktikan bahwa kurangnya media promosi dan cara promosi yang dikemas secara tidak menarik dan meluas, menyebabkan pertunjukan yang mengangkat tema kesenian Sunda seperti tari jaipong ini tidak banyak diketahui oleh masyarakat. Bentuk promosi dan pemasaran harus diubah dan disesuaikan dengan perkembangan jaman, tampilan visual harus lebih modern tetapi tetap tidak meninggalkan kesan dan ciri khas dari keseniannya itu sendiri⁷.

Dari penelitian Wibisono dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam mengembangkan dan mempertahankan eksistensi. Robert dan Shrihari (2017) menjelaskan bahwa strategi pemasaran adalah sesuatu yang terdiri dari keputusan dan tindakan yang

⁵ Indi Febriyanti, *Sanggar Tari Gandes Pamantes*. (Bogor, Juli 2008),

<https://www.Gandespamantes.org/about/> : diakses pada 5 November 2020

⁶ Henry Komarudin. *Cerita Akhir Pekan : Seni Pertunjukan Nusantara Di Ujung Tanduk Karena Pandemi Covid-19*, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4476428/cerita-akhir-pekan-seni-pertunjukannusantara-di-ujung-tanduk-karena-pandemi-corona-covid-19> : di akses pada tanggal 19 Februari 2021

⁷ Febrian Wibisono, *Perancangan Event Lomba Tari Jaipongan Sebagai Media Promosi untuk Sarana Kebugaran Kawula Putri Kota Bandung* (Bandung: Universitas Maranatha, 2013), hlm 1-2.

difokuskan pada membangun keunggulan diferensial yang berkelanjutan, relatif terhadap pesaing, di benak pelanggan, untuk menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan⁸. Untuk memperkuat rumusan masalah, analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman mampu memberikan data yang penting guna melengkapi strategi pemasaran yang disusun. Menurut Freddy Rangkuti (2012) Analisis SWOT merupakan suatu proses analisis yang dilakukan secara sistematis guna menyusun strategi organisasi yang efektif dan tepat. Fokus utama dari analisis ini adalah untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang organisasi. Selain itu, sekaligus berusaha untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman yang akan dihadapi⁹.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pada salah satu sanggar tari yang berada di Bogor yaitu "Gandes Pamantes" khususnya pada seni rampak kendang yang sudah dilakukan selama pandemi covid-19 dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh sanggar Gandes Pamantes selama pandemi covid-19. Penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, pengambilan data dilakukan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang ditinjau pada penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana strategi pemasaran yang telah dilakukan sanggar tari "Gandes Pamantes" untuk memasarkan seni rampak kendang di era pandemi covid-19?
- b. Bagaimanakah kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh sanggar Gandes Pamantes di era pandemi covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran dan juga kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada "Sanggar Tari Gandes Pamantes" selama era pandemi covid-19.

⁸ Robert W. Palmatier, & Shrihari Sridhar. *Marketing Strategy: Based on First Principles and Data Analytics*. (London: United Kingdom: Macmillan International Higher Education, 2017).

⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik membedah Kaskus Bisnis*. (PT Gramedia Pustaka Utama, 2002).

1.4 Ruang Lingkup

Penelitian ini hanya akan dilakukan di satu sanggar seni, yaitu di “Sanggar Tari Gandes Pamantes,” dan hanya berfokus pada permasalahan strategi pemasaran dan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di era pandemi covid-19.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberi penambahan wawasan dalam proses pemasaran seni daerah.
 - b. Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk objek sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.
2. Praktis
 - a. Penelitian ini memiliki manfaat untuk memperkenalkan seni tradisional rampak kendang kepada masyarakat Bogor melalui cara pemasaran
 - b. Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemilik sanggar tari dalam merumuskan strategi pemasaran