

**KOMUNITAS PALEMBANG *MIME CLUB* DALAM
MEMPERKENALKAN KESENIAN PANTOMIM DI KOTA
PALEMBANG**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi**

Oleh :

Prima Citra Indah Chayangti

NIM :1657010097

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN FATAH PALEMBANG
1441 H / 2019**

Kepada Yth.
Bapak Dekan Fak. Ilmu SoSial dan
Ilmu Politik, UIN Raden fatah
Di
Palembang

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat skripsi saudara Prima Citra Indah Chayangti, NIM 1657010097, yang berjudul **“Komunitas Palembang Mime Club dalam Memperkenalkan Kesenian Pantomim di kota Palembang”**, sudah dapat diajukan dalam ujian munaqosyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian, Terima Kasih

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Palembang 8 November 2019

Pembimbing I

Dr. Kun Budianto, M.Si,



NIP.197612072007011010

Pembimbing II

Putri Citra Hati, M.Sos



NIDN. 20090

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama : Prima Citra Indah Chayangti
NIM : 1657010097
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Komunitas Palembang *Mime Club* dalam Memperkenalkan
Kesenian Pantomim di Kota Palembang

Telah dimunaqsyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik UIN Raden Fatah Palembang Pada :

Hari/Tanggal : Senin, 2 Desember 2019
Tempat : Ruang Sidang Munaqsyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik UIN Raden Fatah

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Program Strata Satu (S1) Pada Jurusan Ilmu Komunikasi

Palembang, Desember 2019

DEKAN,



Prof. Dr. Izomiddin, M.A
NIP. 196206201988031991

TIM PENGUJI

KETUA

Reza Aprianti, M.A
NIP. 19850323201101204

PENGUJI I

Ainur Ropik, M.Si
NIP. 19790619200710105

SEKRETARIS

Gita Astrid, M.Si
NIDN. 2025128703

PENGUJI II

Badarudin Azarkasyi, MM
NIP. 2026068402

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Prima Citra Indah Chayangti
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 2 Maret 1998
NIM : 1657010097
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : “Komunitas Palembang *Mime Club* dalam
Memperkenalkan Kesenian Pantomim di kota
Palembang”

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apa bila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelaran akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang 8 November 2019

Yang



Prima Citra Indah Chayangti

NIM : 1657010097

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hargailah prosesmu bukan hasilmu. Menuju baik itu baik. Jika orang lain melihatmu berbeda. Yakinlah, engkau tidak terlihat berbeda di hadapan Allah SWT.”

-Panji Ramdana “Menuju Baik Itu Baik”-

Hadiah kecil ini kupersembahkan untuk :

Papa dan Mama beserta Almarhumah adiku Prima Rizki Puja Nirwana

ABSTRAK

Pantomim merupakan seni pertunjukan yang di ungkapkan melalui gerakan dasarnya saat orang melakukan kegiatan isyarat ataupun gerakan umum yang berbahasa bisu. Kota Palembang telah memiliki komunitas pantomim yang disebut dengan “Palembang *Mime Club* (PMC)”, yang terbentuk pada tanggal 20 November 2015 dan di ketuai oleh Ahmad Joni Arla atau biasa dikenal dengan *Wak Dolah*. Dengan ber*Make Up* putih dan berpakaian kaos garis-garis hitam putih bertujuan untuk menarik pengunjung dan penonton agar menyaksikan dan memahami pesan yang disampaikan oleh tim pantomim kepada penonton. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dan mendeskripsikan cara komunitas Palembang *Mime Club* dalam memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif kualitatif menggunakan strategi pengembangan organisasi dan juga teori AIDDA. hasil penelitian ini, ditemukan bahwa kesadaran masyarakat mengenai pantomim masih kurang. Dengan adanya komunitas Palembang *Mime Club* ini membantu masyarakat untuk mengetahui apa itu kesenian pantomim, dan menimbulkan rasa ketertarikan masyarakat untuk ikut serta dalam pertunjukan pantomim.

Kata Kunci : Pantomim, Palembang *Mime Club*, Kesenian Pantomim

ABSTRACT

Pantomime is a performance art that is expressed through its basic movements when people do sign activities or general movements that speak mute. Palembang City has a pantomime community called "Palembang Mime Club (PMC)", which was formed on November 20, 2015 and is chaired by Ahmad Joni Arla or commonly known as Wak Dolah. By using White Wear Up and wearing black and white striped t-shirts, the aim is to attract visitors and spectators to witness and understand the messages conveyed by the pantomime team to the audience. The purpose of this study is to find out and describe the way the Palembang Mime Club community introduced the pantomime art in the city of Palembang. This study uses a qualitative approach with descriptive qualitative research methods using organizational development strategies and AIDDA theory. the results of this study, found that public awareness about pantomime is still lacking. With the existence of the Palembang Mime Club community, it helps the public to know what pantomime art is, and creates a sense of community interest to participate in pantomime performances.

Keywords: Pantomime, Palembang Mime Club, Pantomime Art

DAFTAR ISI

COVER LUAR	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
KATA PENGANTAR	xi1
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Kerangka Teori	8
1. Strategi.....	8
2. Pengembangan Organisasi.....	11
3. Teori AIDDA.....	13
G. Metode Penelitian	20
1. Pendekatan Penelitian.....	20
2. Data dan Sumber Data	21
3. Lokasi Penelitian/Objek Penelitian	21
4. Teknik Pengumpulan Data.....	22
5. Teknik Analisis Data	24
6. Sistematika Penulisan	26
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Profil Komunitas Palembang <i>Mime Club</i>	28
B. Sejarah Komunitas Palembang <i>Mime Club</i>	32
C. Keanggotaan Komunitas Palembang <i>Mime Club</i>	36
D. Visi dan Misi Komunitas Palembang <i>Mime Club</i>	36
E. <i>Marketing Mix</i> Palembang <i>Mime Club</i>	37
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Strategi Pengembangan Organisasi PMC	39
B. Teori AIDDA Komunitas Palembang <i>Mime Club</i>	46
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
Daftar Pustaka	72
Lampiran	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 : Kerangka Berpikir	19
Bagan 2 : Struktur Organisasi PMC	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Jadwal Penampilan Palembang <i>Mime Club</i>	62
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Logo Komunitas Palembang <i>Mime Club</i>	28
Gambar 2 : Tim <i>Workshop</i> dan Parade Pantomim	33
Gambar 3 : Aksi Pantomim di Stasiun LRT Kota Palembang	34
Gambar 4 : Penampilan pantomim di tengah masyarakat.....	35
Gambar 5 : Iklan Komunitas PMC tambil gabungan	44
Gambar 6 : Iklan Pembukaan Anggota Baru Komunitas PMC.....	45
Gambar 7 : Akun Instagram komunitas PMC	47
Gambar 8 : AkunInstagram <i>Wak Dolah</i>	48
Gambar 9 : Latihan Gerak Kaki bersama anak-anak di RRI.....	50
Gambar 10 : Pertunjukan PMC di <i>Street</i> Jalan Sudirman Palembang.....	51
Gambar 11 : Contoh Ekspresi, Pakaian, dan <i>Make Up</i> pantomim	55
Gambar 12 : Antusias Masyarakat menyaksikan Pantomim	56
Gambar 13 : Proses Latihan Tubuh	65

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakaatuh

Puji Syukur Saya Panjatkan kehadiran Allah SWT, karena limpahan rahmat, karuniadan hidaya saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan judul “Komunitas Palembang *Mime Club* dalam Memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang”. Shalawat serta salam tidak lupa saya curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sebagai Uswatul Hasanah dalam meraih kesuksesan di dunia dan akhirat.

Skripsi ini dibuat sebagai persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang. penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Prof. Dr. Izomiddin, M.A, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang;
2. Dr. Yenrizal, M.Si, selaku Wakil Dekan I FISIP UIN Raden Fatah Palembang;
3. Ainur Ropik, M.Si, selaku Wakil Dekan II FISIP UIN Raden Fatah Palembang;
4. Dr.Kun Budianto, M.Si, selaku Wakil Dekan III FISIP UIN Raden Fatah Palembang sekaligus Pembimbing I penulis;
5. Reza Aprianti, M.A, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang;
6. Gita Astrid, SH. I, M. Si, selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang
7. Putri Citra Hati, M.Sos, selaku pembimbing II Penulis;
8. Miftah Farid, M.I.Kom, Ahmad Irwansyah, Edo Widian, dan Betty selaku Mentor dan Teman Belajar Evant Organizer penulis;
9. Badaruddin Azarkasyi. SE.MM, selaku Pembimbing Akademik Penulis;

10. Dosen-dosen FISIP yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan;
11. Staf FISIP yang telah membantu pengurusan persyaratan Administrasi
12. Orang Tua dan Prima Rizki Puja Nirwana (Almh), yang telah mendukung dan menjadi penyemangat penulis;
13. Keluarga yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis;
14. Komunitas Palembang *Mime Club*, Terutama *Wak* Dolah dan Hairul Saleh yang telah bersedia menjadi objek penelitian penulis;
15. Teater Askuter yang telah membantu penulis saat penelitian;
16. Teman-Teman JIN BOTOL ex OGEB ex WISUDA HARI SABTU, Mey, Rere, Nuy, Bila, Wiwin dan Umi serta teman di luar kampus, Indry, Mahen, Mikail, Regita yang selalu memberikan semangat, mendukung dan meyakinkan penulis;
17. *Smash* Indonesia, Dicky M Prasetya dan Teman-Teman Sosial Media yang telah menjadi hiburan dan penyemangat selama melakukan penulisan skripsi;
18. Teman-teman dari Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UIN Raden Fatah Palembang, Khususnya Ilmu Komunikasi C 2016;

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penelitian dan penulisan pada skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun penulis mengharapkan guna kesempurnaan penulis skripsi ini. Peneliti juga berharap agar penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Palembang, 8 November 2019

Prima Citra Indah Chayangt

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunitas dapat diartikan kelompok organisme (orang dan sebagainya) yang hidup dan saling berinteraksi di dalam daerah tertentu, masyarakat ataupun paguyuban.¹ Komunitas cenderung lebih dikenal dan lebih aktif di kota-kota besar dikarenakan adanya aspek yang mendukung dan menunjang seluruh kegiatan yang dilakukan setiap komunitas di tempat tersebut. Seperti mendukung adanya minat, media masa, tempat, dan perlengkapan. Jika tidak adanya komunikasi maka tak pernah adanya organisasi. Organisasi atau komunitas tergantung dengan pengalaman serta emosi yang bersamaan, lalu komunikasi berperan menjelaskan kebersamaan hal tersebut. Maka dari itu komunitas juga berbagai macam komunikasi yang berkaitan dengan kesenian, logat bahasa, dan juga agama yang mana komunikasi itu membentuk gagasan, sikap lalu menjuru kuat pada sejarah komunitas tersebut.

Palembang merupakan kota yang memiliki berbagai komunitas yang aktif seperti, otomotif, olahraga, bela diri, seni, dan lain-lain. Pantomim merupakan seni pertunjukan yang di ungkapkan melalui gerakan dasarnya adalah saat orang melakukan kegiatan isyarat ataupun gerakan umum yang berbahas bisu.² Didalam risalahnya Aristoteles menyebutkan *Poetics* yang mengartikan

¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komunitas>, diakses tanggal 8 Agustus 2019

² Charles Aubert.(1970).*The Art of Pantomime*, NewYork: Benjamin Bloom Inc,.h. 3

pantomim dengan bentuk dasar lahir dari kegiatan manusia karena gerakan menirukan (*imitation*) yang geraknya hadir sebagai bahasa isyarat.

Pantomim juga merupakan sebuah pertunjukan teater yang menjadikan bentuk dan isyarat ekspresi sebagai dialog dalam ceritanya. Pertunjukan ini dikembangkan sejak mulai zaman Romawi Kuno dan digunakan pada acara ritual dengan keagamaan disertai cerita seputar mitologi Yunani.³ Pada abad ke-16 pantomim kembali hadir dan berkembang melalui *Commedia Dell'Arte* di Italia dan dibentuk dengan lakon komedi. Di Indonesia sendiri pantomim dikenal pada tahun 1970-an, Di Yogyakarta dan juga di Jakarta. Hanya beberapa seniman yang cukup konsisten, seperti Septian Dwi Cahyo, Sena A. Utaya, Deddy Ratmoyo, Jamek Supardi, dan Didi Petet (Sena Didi *Mime*).

Kota Palembang telah memiliki komunitas pantomim yang di sebut dengan “Palembang *Mime Club* (PMC)”. PMC sendiri dibentuk pada tanggal 20 November 2015, yang di ketuai oleh Ahmad Joni Arla atau biasa dikenal *Wak Dolah* dan beranggotakan sekitar kurang lebih 25 orang. PMC sendiri merupakan komunitas pantomim pertama di Palembang yang sering tampil dalam acara-acara yang bersifat menghibur dan edukatif.

Penampilan pantomim para anggota *Mime* diharuskan untuk berdandan, dan menggunakan pakaian yang menjadi ciri khas pantomim sendiri yakni ber *Make Up* putih dan memberikan corak sedikit hitam di bagian tertentu, serta menggunakan pakaian kaos garis-garis hitam putih atau penuh warna. Berpenampilan seperti ini tidak lain adalah untuk memikat para pengunjung atau

³ Norratni. (2014). *Seri Toko Dunia 81-Charlie Chaplin*, Jakarta: Elex Media Komutindo, h.108

penonton agar menyaksikan dan dapat memahami pesan apa yang di berikan oleh tim pantomim kepada para penonton.⁴ Pada pantomim kata-kata verbal tidak berlaku, hanya gerak tubuh dan mimik wajah yang di tampilkan untuk untuk mengepresikan maksud dari pertunjukan tersebut.

Pada zaman Kuno, aktor pantomim adalah orang yang bisa berakting sekaligus menari. Hal ini dikarenakan ia bisa menampilkan gerak secara ekspresif dan ritmis. Sementara itu dalam Abad pertengahan, *Mime* memiliki banyak arti, ia tidak hanya disebut atau digunakan untuk menyebutkan pemeran namun juga digunakan untuk menyebut seni gerak yang dilakukan oleh semua penghibur di atas panggung. Dengan demikian menjadi jelas mengapa pantomim pada pertunjukan dan *Mime* lebih mengarah pada penampilannya.

Sebagai seni gerak pantomim dapat memotret realita kehidupan dimana gerak yang ditampilkan didasarkan pada peniruan aktivitas sehari-hari kehidupan manusia, ia juga memotret gerak hewan dan tumbuhan. Bahkan pantomim dapat menampilkan gerak murni atau gerak yang tidak menggambarkan aktivitas keseharian manusia, binatang, ataupun tumbuhan namun memiliki makna tertentu.

Pantomim bukan hanya dapat sebagai media penghibur saja melainkan pantomim juga dapat dijadikan media dakwah, sebagai media penyampaian suatu pesan untuk memberikan sebuah cerita yang memiliki makna dan manfaat. Seperti pada klip video “Tangan Besi” yang di perankan oleh Wakil Ketua Umum Partai Gerindra Fadli Zon dan rekan-rekannya. Ia menyebutkan

⁴ Detik News, Rabu 25 September 2013, di akses pada 21 April 2019 pukul 10.31 WIB

make up ala pantomim tersebut sebagai gambaran masyarakat yang menurutnya kini tertekan oleh penguasa. Rakyat yang *hopless*, menangis dan tertekan pada pantomim di gambarkan dengan *Make Up* putih dikarenakan adanya adu domba dan intimidasi dari seorang penguasa.⁵

Pertunjukan pantomim di kalangan masyarakat kota Palembang, menjadi hal baru yang membuat masyarakat sulit memahami maksud dan tujuan dari pertunjukan tersebut. Bahkan sebagian masyarakat berpendapat bahwa pantomim sama dengan seorang badut, padahal pantomim dan badut memiliki perbedaan, badut memiliki mimik muka yang lucu dan hanya memberikan hiburan semata. Sedangkan pantomim melakukan komunikasi kepada masyarakat dengan menggunakan bahasa isyarat agar masyarakat mampu memahami maksud yang ingin disampaikan seorang pantomim.

Meskipun pantomim merupakan suatu hal yang baru dan masih cukup asing bagi masyarakat kota Palembang, sekarang ini pantomim sudah berubah bentuk ada pantomim murni atau tanpa suara tapi sekarang ada jenis semi kata ada suara tapi tidak terlalu banyak hanya suara desah suara *ndrutu*, ada juga bermain memvisualkan lagu dan parodi musik.⁶

Palembang *Mime Club* (PMC), mengumpulkan anak-anak yang hobi pantomim yaitu teater tanpa kata. Masih jarang orang yang bisa berpantomim jadi hanya sebagian orang yang menyukai pantomim tapi penampilan pantomim di tunggu-tunggu masyarakat Palembang oleh karena masih belum sepenuhnya mengetahui pantomim.

⁵ Detik News, Kamis 20 Desember 2018, di akses pada 22 april 2019 pukul 13.06 WIB

⁶ Komunita.ID, 11 Juli 2017, di akses pada 22 April 2019 pukul 13.20 WIB

Penelitian ini memfokuskan pada bagaimana cara komunitas Palembang *Mime Club* dalam memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang agar lebih dikenal oleh masyarakat luas kota Palembang.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka penelitian ini membentuk rumusan masalah yaitu **“Bagaimana Strategi Pengembangan Organisasi Komunitas Palembang *Mime Club* dalam Memperkenalkan Kesenian Pantomim di Kota Palembang”**

C. Tujuan Penelitian

Dibuatnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan cara komunitas Palembang *Mime Club* dalam memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang, menggunakan strategi pengembangan organisasi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Untuk program khususnya studi Ilmu Komunikasi, diharapkan penelitian ini dapat menjadi kontribusi yang lebih pada perkembangan penelitian dan tertip khususnya pada bida strategi komunikasi untuk memperkenalkan sebuah komunitas atau organisasi
- b. Untuk bahan penelitian yang sejenis, diharapkan dikemudian hari dapat ditambahkan lagi masukan untuk instansi, masyarakat, dan

lain-lain tentang pengenalan sebuah komunitas atau organisasi di masyarakat.

2. Manfaat Praktis

- a. Peneliti mengharapkan bahasan dari penelitian ini bisa digunakan sebagai pertimbangan untuk masyarakat saat pengenalan sebuah komunitas atau organisasi.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan bagi para pembaca mengenai kegiatan komunitas pantomim Palembang yang menginspirasi.

E. Tinjauan Pustaka

Terdapat lima penelitian yang dianggap menyerupai dengan kasus penelitian sebelumnya. Kelima penelitian ini hampir memiliki kasus yang sama dengan penelitian yang akan peneliti buat. Penelitian pertama yaitu milik Annisa Nidya Hapsari dari Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang berjudul “Strategi Komunikasi Komunitas Hijab Bekasi untuk menarik minat anggota baru”. Dalam penelitian tersebut berfokus untuk bagaimana strategi untuk menapakan anggota baru, namun dalam penelitian tersebut terdapat perbedaan dengan apa yang akan diteliti saat ini yaitu hanya pada objek penelitian yaitu strategi untuk memasyarakatkan kesenian pantomim agar dapat dikenal oleh masyarakat.

Pada penelitian kedua yaitu skripsi milik Asri Wuladari dengan judul “Strategi Komunikasi Komunitas Klub Motor dalam membentuk Citra” memiliki persamaan yaitu untuk meningkatkan komunitas dan membentuk

Citra, perbedaannya terletak pada jenis teorinya, dimana penelitian sebelumnya meneliti menggunakan teori identitas sedangkan teori yang akan digunakan saat ini adalah teori pemasaran untuk dijadikan Strategi Komunikasi.

Pada penelitian ketiga yaitu Jurnal milik Desy Sylvia Indra Visnu dan MC Ninik Sri Rejeki, dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dengan judul Strategi Komunikasi pemberdayaan masyarakat. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menggunakan metode belajar. Dari jurnal ini menentukan hasil tindakan dan strategi yang dilakukan didalam proses pemberdayaan masyarakat yang berbasis kemanusiaan, kekeluargaan, kepercayaan. Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian selanjutnya adalah perbedaan dalam penggunaan teori dan penggunaan strateginya.

Selanjutnya penelitian ke empat adalah skripsi dari Universitas Lampung, milik Ardika Dewantara dengan judul Strategi Komunikasi Komunitas jalan Inovasi Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasah kabupaten lampung Selatan. Hasil yang di temukan pada penelitian Ardika adalah menunjukkan bahwa strategi imlementasi dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir dilaksanakan melalui kegiatan, tujuan, sasaran dan peran yang diemban oleh komunitas janis.

Terakhir penelitian yang dianggap sama adalah jurnal milik Wakif Agusthyo, dari Universitas Riau, dengan judul Strategi komunikasi komunitas repic dalam membentuk perilaku peduli terhadap kelestarian hewan berjenis reptil di pekan baru. Dengan hasil yang di eroleh bahwa komunitas repic pekan baru pada strategi penentu sasaran komunitas tersebut untuk mencari siapa

sasaran agar pesan yang terbentuk menjadi sesuai, dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, serta teori persuasif .

Secara keseluruhan kelima penelitian ini sama-sama meneliti tentang suatu pesan yang menyampaikan tujuan dan juga bertujuan agar sampai pada penerima pesan, menarik minat komunikan, untuk mengikuti apa yang telah ditawarkan di dalam pesan yang telah disampaikan. Terdapat Kemiripan pada suatu penelitian memang akan terjadi namun akan berbeda tujuan penelitaian. Oleh karena itu tinjauan dari kelima penelitian ini dimaksud untuk membandingkan dengan penelitian yang akan di teliti selanjutnya.

F. Kerangka Teori

1. Strategi

Kajian yang utama sebagai teoritis yang harus dikaji adalah komunikasi. Pendapat Carl I. Hovland mengenai komunikasi yang memungkinkan seorang komunikator menyampaikan rangsangan atau lambang verbal agar mengubah dapat mengubah perilaku orang lain.⁷

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy perencanaan (*Planning*), dan manajemen (*management*) merupakan hakikat dari pada strategi untuk mencapai suatu tujuan. Saat mencapai tujuan, yang dimaksud adalah strategi yang tidak digunakan sebagai alat bantu yang hanya dijadikan sebagai petunjuk arah, selain harus menunjukkan bagaimana cara mengoprasikannya.

⁷ Dedy Mulyana. (2005). *Ilmu Komunikasi* bandung:PT Remaja Rosdakarya cet.9, h., 62

Tanggapan Onong, Sondang P. Siagian sifat yang fundamental dan mendasar dari suatu kelompok untuk mencapai sebuah tujuan dan sasaran dengan menghitung kendala lingkungan yang akan di hadapi adalah sebuah strategi.⁸

Strategi merupakan rencana jangka panjang, yang diikuti dengan tindakan yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan tertentu, yang umumnya adalah “kemenangan” asal kata strategi turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *strategos*.⁹ Menurut Bob de Wit dan Ron Meyer dalam bukunya Jusuf Udaya, menyatakan bahwa strategi dibagi menjadi tiga dimensi *Strategy Process*, *Content* dan *Context*. Berdasarkan tiga dimensi tersebut haruslah di lihat dan di pahami:

a. *Strategy Process*

Cara bagaimana strategi-strategi timbul, dimana letak strategi ini. Strategi proses menyangkut bagaimana, siapa, dan bilamana strategi itu sendiri, bagaimana strategi tersebut, dan bagaimana seharusnya strategi itu dibuat, dibentuk, dianalisis, dan diimplementasikan.

b. *Strategy Content*

Hasil atau produk proses strategi disebut dengan *strategy content*. Jika dinyatakan sebagai sebuah pernyataan, strategi ini berhubungan dengan apa dari strategi, dan bagaimana isi yang seharusnya dari strategi tersebut bagi perusahaan serta unitnya masing-masing.

⁸ Effendy, Onong. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, h.32

⁹ Sedarmayanti, (2014). *Manajemen Strategi*, Bandung: Refika Aditama, h. 2

c. *Strategy Context*

Sekumpulan keadaan berbagai proses strategi dan *strategy context* ditentukan bila dinyatakan sebuah pertanyaan, *strategy context* tersebut terkait dengan dimana strategi berada, diperusahaan mana dan dilingkungan apa proses strategi dan strategii ini berada.

Aspek komunikasi menjadi hal penting dalam proses strategi yang dihubungkan dengan model komunikasi dasar menurut Harold Laswell : *who says what in which channel to whom with what effect*, yang mengandung unsur-unsur berikut :

- a. *Communicator* harus mampu menyampaikan ide dan program kerja yang mendasar pada pemiliknya, dimana publik bisa tahu dan mengerti kegiatan yang akan disampaikan.
- b. *Message* (pesan) suatu yang disampaikan pada penerima. Pesan merupakan perangkat simbol verbal dan non verbal yang mewakili nilai, gagasan, ataupun maksud dari yang di sampaikan.
- c. *Medium* (media) merupakan mediator yang menyampaikan pesan kepada publik antara penyampai pesan dan penerima pesan
- d. *Receiver* (penerima /komunikan) merupakan publik yang menjadi sasaran dalam berkomunikasi.
- e. *Effect* (dampak) reaksi yang diberikan setelah berlangsungnya sebuah komunikasi yang timbul umpan balik positif ataupun sebaliknya.

2. Pengembangan Organisasi

Pengembangan Organisasi, merupakan rangkaian penataan penyempurnaan yang dilakukan secara berencana dan terus menerus guna memecahkan berbagai masalah yang timbul sebagai perubahan serta menyesuaikan diri dengan menerapkan ilmu perilaku yang dilakukan oleh pejabat dalam organisasi sendiri ataupun dengan bantuan dari luar organisasi.¹⁰

Secara terminologi, *organization development* atau pengembangan organisasi mencerminkan semua usaha pengembangan yang berorientasi pada membuat organisasi dan anggotanya efektif. Dengan kata lain, *organization development* merupakan usaha terencana secara terus menerus untuk meningkatkan struktur, prosedur, dan aspek manusia dalam sistem. Usaha sistematis tersebut memastikan kelangsungan dan pertumbuhan organisasi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja, dan kualitas hidup pekerja pada umumnya.

Pendapat lain mengatakan bahwa pengembangan organisasi adalah serangkaian teknik ilmu sosial yang dirancang untuk merencanakan perubahan dalam pengaturan kerja dengan tujuan untuk meningkatkan pengembangan pribadi individual dan memperbaiki efektifitas fungsi organisasi.¹¹

Tujuan diadakannya pengembangan organisasi ialah untuk menciptakannya keharmonisan hubungan kerja antara ketua dan anggota organisasi, menciptakan kemampuan memecahkan masalah persoalan

¹⁰ Sutarto.(2000), *Dasar-dasar Organisasi*, Yogyakarta: UGM Press, h.418

¹¹ Wibowo, (2006), *Manajemen Perubahan*, Jakarta:Raja Grafindo Persada, h. 310

organisasi secara terbuka, menciptakan keterbukaan dalam berkomunikasi, dan menjadikan semangat kerja para anggota organisasi dan kemampuan mengendalikan diri.

Faktor terbesar yang memiliki pengaruh terhadap kehidupan organisasi adalah dampak dari perkembangan lingkungan dan perkembangan di dalam organisasi sendiri.¹² Peran dari organisasi dalam masyarakat menjadi berubah. Organisasi sudah tidak lagi hanya berusaha memaksimalkan keuntungan tetapi juga memberikan kemanfaatan sosial, seperti perlindungan terhadap lingkungan hidup, memperluas lapangan pekerjaan.

Hampir semua organisasi publik maupun non publik pernah mengalami pertumbuhan sehingga menjadi besar dan rumit. Perumbuhan ukuran ini menimbulkan makin kompleksnya tugas dan peranan serta hubungan kerja dalam organisasi tersebut. Semua menurut koordinasi yang lebih baik. Tujuan organisasi yang dulunya dapat dirumuskan secara sederhana dan dalam banyak hal hanya mempunyai arti tunggal sekarang ini harus dirumuskan dalam yang lebih sukar yang memungkinkan adanya pengertian.

Strategi pengembangan organisasi pada penelitian ini berperan sebagai perencana atau teknik dalam memperkenalkan kesenian pantomim kepada masyarakat untuk mengetahui tentang kesenian pantomim di Kota Palembang.

¹² Meita Istianda. (2014). *Pengembangan Organisasi*, Banten: Universitas Terbuka, h. 121

3. AIDDA (*Awereness, Interest, Desire, Decision, dan Action*)

Kegiatan penyuluhan dan pemasaran komersial adalah kegiatan yang digunakan pada model perencanaan komunikasi AIDDA dimana model ini bersifat linier. Singkatan AIDDA ini dikembangkan oleh seorang pengusaha amerika dan telah di gunakan sejak akhir abad ke-19 dan telah di modifikasi beberapa kali selama bertahun-tahun, pada pemasaran dan hubungan masyarakat. Ketika pengusaha Amerika, E. St. Elmo Lewis memperkenalkan model AIDDA pada tahun 1898, pengusaha ini menangani optimalisasi panggilan penjualan. Model AIDDA dapat dianggap sebagai warisan, karena berformula samapai sekarang masih digunakan setelah kemunculannya yang pertama.

Model AIDDA adalah kependekan dari : *Awereness, Interest, Desire, Decision, dan Action*.¹³

a. Kesadaran (*Awareness*)

Kesadaran merupakan suatu hal yang dilakukan seseorang pemasar pada khalayak yang akan menjadi sasaran. Kesadaran didalam kasus ini berfokus pada barang, produk ataupun ide yang telah ditawarkan. Untuk itu petugas penyuluhan dan juga seorang pemasar harus mampu menunjukan apa kegunaan barang yang ditawarkan kepada target sasaran (konsumen).

¹³ Hafied Cangara. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (jakarta : Rajawali Press, h. 82

b. Perhatian (*interest*)

Munculnya perhatian dikarenakan apa yang ditawarkan pemasar merupakan sesuatu hal yang baru dan belum ada yang melihat sebelumnya. Karena manfaat barang atau sesuatu hal yang baru tersebut maka timbulah minat targer untuk memiliki barang tersebut.

c. Keinginan (*Desire*)

Setekah adanya perhatian terhadap barang yang ditawarkan selanjutnya munculah tahap keinginan, dimana pembeli memiliki rasa ingin untuk mendapatkan setelah melihat kegunaan dan manfaatnya. Para pemasar berupaya menunjukkan sentuhan bagi para calon pembeli dengan cara-cara mengajak, merayu, sehingga rasa ingin memiliki dari sasaran semaikin timbul dan target mengikuti anjuran yang di tawarkan sang pemasar.

d. Keputusan (*Decision*)

Hal yang dilakukan target atau calon pembeli membentuk ekseudi, dimana mereka memutuskan agar memiliki barang yang ditawarkan sebelumnya, menimbang kegunaan dan manfaat serta melihat keuangan yang tersedia. Disini pengambilan keputusan dilakukan secara tunggal oleh si calon pembeli. Hal ini dapat terjadi setelah adanya proses manfaat dari kesadaran, terhadap perhatian keasan, serta harga yang cukup terjangkau.

e. Tindakan (*Action*)

Tindakan merupakan perilaku dari seseorang setelah memiliki barang tersebut dalam bentuk nyata, contohnya mengonsumsi, menggunakannya sesuai dengan yang diharapkan saat mereka berkeinginan memilikinya. Sebagai barang yang akan dimiliki dapat berguna dalam memenuhi dan menciptakan kepuasan kebutuhan pada diri mereka.

Saat tahapan proses komunikasi terkandung tujuan kehendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian dengan begitu maka pemasar harus menimbulkan daya tarik menyusun sebuah pesan yang sesuai. Sebelum pesan tersebut disampaikan atau di persentasikan pada publik. Komunikator seharusnya memiliki kemampuan dalam melakukan perubahan sikap, saat komunikasi merasakan adanya rasa keikutsertaan komunikator.

Membangun sebuah perhatian pada awal sebuah komunikasi dapat berhasil apabila semua sudah tercapai maka komunikator dengan cara persuasif dapat menumbuhkan sebuah rasa minat (*Interest*) yang merupakan kelanjutan dari sebuah perhatian, yang menimbulkan sebuah hasrat (*Desire*) saat melakukan kegiatan yang disampaikan komunikator. Disamping itu komunikator juga harus mempengaruhi komunikasi agar dapat menimbulkan keputusan (*Decision*) dan untuk melakukan pengembalian atau aksi (*Action*).¹⁴

¹⁴ Oemi Abdurrachman. (1995). *Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung PT Citra Aditya Bakti, h.71

Pada saat mempengaruhi konsumen terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Disini PMC mempengaruhi konsumennya atau penontonnya dengan aktrasi-aktrasi dan dandanan mereka dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penontonnya yaitu :

a. Faktor sosial

Sebagai tambahan dari faktor budaya perilaku konsumen terhadap faktor sosial seperti referensi cerita, referensi tata anggung, dan peran sosial.

b. Faktor Budaya

Budaya mempengaruhi beberapa sub kebudayaan dan kelas sosial.

c. Faktor personal dan pribadi

Keputusan seseorang dalam memilih untuk bergabung dalam komunitas atau hanya sekedar menjadi penonton pada dasarnya dipengaruhi oleh karakteristik kepribadian masing-masing, seperti usia seseorang, tahapan kepercayaan diri seseorang, pekerjaan seseorang, perekonomian, serta gaya hidup. Oleh karena itu karakter yang dimiliki seseorang berdampak langsung pada perilaku penonton, maka dari itu penting bagi penarik masyarakat untuk memahami karakteristik tersebut.

d. Faktor Psikologis

Pilihan dalam mengambil keputusan pada konsumen atau dalam hal ini adalah penonton juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, yang mana dalam faktor ini juga terbagi menjadi empat yaitu :

1) Motivasi

Seseorang membutuhkan hiburan dalam hidupnya yang mana beberapa kebutuhan hiburan tersebut muncul dari beberapa yang memotivasi atau mendorong seseorang untuk melakukan atau mencari hiburan tersebut untuk memenuhi kebutuhan mereka.

2) Persepsi

Jika seseorang telah termotivasi akan dipengaruhi dengan adanya persepsi terhadap sebuah situasi. Yang mana digunakan seseorang untuk memilih dan mengorganisasikan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi terbentuk bukan hanya dari dalam pikiran fisik tetapi juga terbentuk pada hal yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu seseorang.

3) Pembelajaran

Perubahan perilaku merupakan bagian dari pembelajaran yang terbentuk dari pengalaman. Sebagian besar hasil dari apa yang dilakukan seseorang adalah hasil dari belajar. Disini penonton atau pengunjung pantomim disuguhkan aktrasi-aktrasi yang membuat penonton untuk ikut dalam proses pembelajaran.

4) Keyakinan dan sikap

Dengan adanya tindakan dan belajar, seseorang atau penonton akan mendapatkan keyakinan dan sikap, dengan adanya kedua komponen tersebut maka akan dapat mempengaruhi perilaku

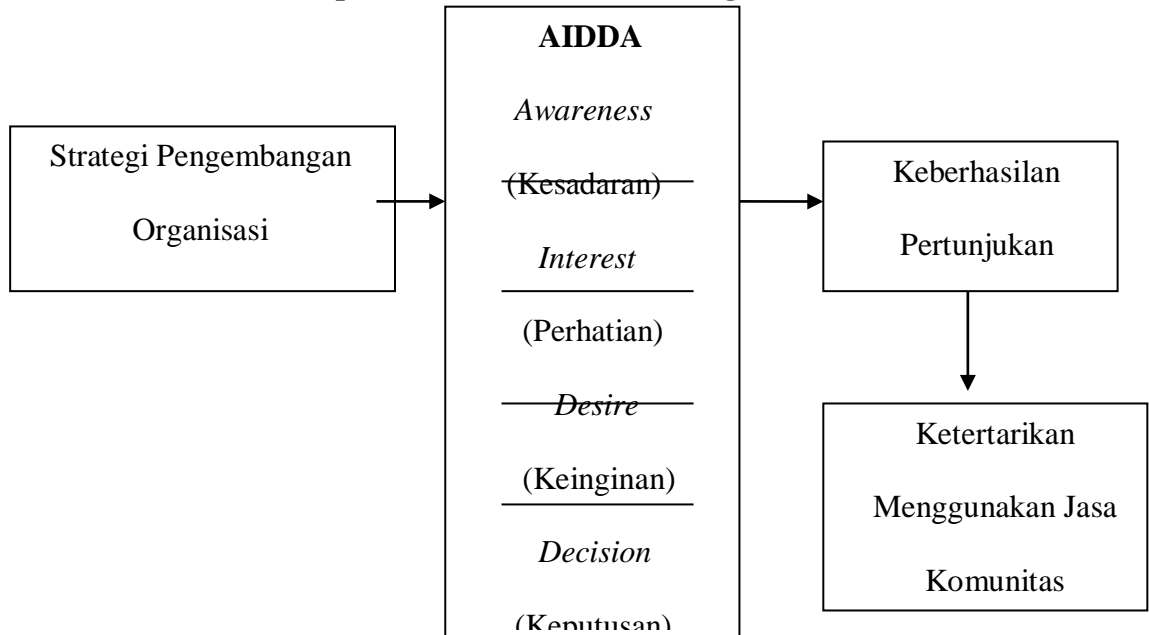
ketertarikan mereka untuk bergabung dalam komunitas Palembang *Mime Club* (PMC).

Model AIDDA kini telah terbentuk pandangan tentang strategi pemasaran dan penjualan lebih dari 100 tahun. Namun diluar itu AIDDA juga dapat digunakan dalam *Public Relation* untuk merencanakan serta menganalisis efektivitas kampanye *Public Relation*. Selain itu AIDDA masih memberikan informasi berharga sebagai analisis kasar pesan iklan. Formula sederhana ini dapat dimanfaatkan dan di temukan dalam penerapan yang fleksibel di berbagai bidang.

AIDDA sebagai strategi bagi komitas Palembang *Mime Club* dalam mengembangkan dan memaksimalkan potensi serta keterampilan para *mime* atau pemain pantomim agar masyarakat kota Palembang mengetahui, dan tertarik akan kesenian pantomim di kota Palembang .

Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Komunitas Palembang *Mime Club* dalam memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang



Bagan 1 : Kerangka Pikir

Menjelaskan mengenai kerangka berpikir dalam penelitian ini dimana dalam penelitian ini menggunakan jalur strategi pengembangan organisasi, dengan teori AIDDA yaitu *Awareness*, *Interest*, *Desire*, *Decision*, dan *Action*. Bertujuan agar tercapainya keberhasilan dari pertunjukan pantomim melalui strategi komunikasi pemasaran dan teori AIDDA. Sehingga akan menghasilkan ketertarikan masyarakat kota Palembang untuk menggunakan jasa komunitas pantomim di kota Palembang.

G. METODOLOGI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Metode penelitian digunakan agar suatu penelitian dapat tersusun baik, secara teratur dan rasional dengan menggunakan jenis dan teknik tertentu. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang dapat menemukan hasil temuan dideskripsikan lalu di tinjau ulang agar dapat dianalisis dari berbagai hasil yang telah diamati serta ditelusuri lewat pustaka. Metode deskriptif kualitatif merupakan proses pencarian data untuk memahami masalah sosial yang didasari pada penelitian menyeluruh. Pendekatan kualitatif ini bertujuan untuk melihat gejala yang terjadi pada komunitas Palembang *Mime Club* (PMC) yang merupakan subjek penelitian dalam memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang. lebih tepat di gunakan dalam meneliti pada prosesnya bukan hasil.

2. Pendekatan Penelitian

Metode kualitatif deskriptif merupakan metode yang di gunakan dalam penelitian ini, untuk menghasilkan hasil akhir pada penelitian, dengan cara digambarkannya dalam bentuk kalimat dan disertai beberapa kutipan yang menunjukkan data dari proses wawancara, observasi, serta dokumen yang di dapatkan. Hal ini dikarenakan peneliti hendak mendeskripsikan cara komunitas Palembang *Mime Club* dalam memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang bukan untuk menghitung hipotesis tertentu atau pada hubungan antara variabel.

3. Data dan Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan melalui pengukuran secara langsung dari peneliti kepada sumbernya (subjek penelitian).¹⁵ Sumber data primer penelitian adalah hasil wawancara mendalam terhadap informan. Informan dalam penelitian ini yakni *Wak Dolah* sebagai ketua dari Komunitas Palembang *Mime Club*, beberapa anggota lainnya, masyarakat yang menyaksikan. Data primer yang didapat yakni dengan wawancara, dokumentasi dan observasi.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain, dan telah terdokumentasikan atau tersipkan, sehingga peneliti hanya sekedar menyalin data seperlunya untuk kepentingan penelitiannya. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah hasil penelusuran kepustakaan yang telah dilakukan peneliti, data tersebut didapat dari, majalah, koran, internet dan lain-lain.

4. Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana pihak-pihak yang akan dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian untuk menunjukkan

¹⁵ Mustofa, Zainal. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, Graha Ilmu, h.47

penampilan pantomim. Lokasi yang dimaksud disini adalah pedestrian sudirman ataupun auditorium RRI Palembang.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan apa yang hendak diteliti dalam sebuah penelitian, dalam penelitian ini objek penelitiannya adalah, mengetahui bagaimana komunitas Palembang *Mime Club* dalam memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif di hasilkan dari proses wawancara terhadap narasumber awal ataupun narasumber yang bersangkutan, berdasarkan pada proses kualitas informasi.¹⁶

Tiga metode pengumpulan data yang dilakukan :

a. Observasi Partisipasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera mata sebagai alat bantu utamanya, selain panca indera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit.

Observasi yang dilakukan peneliti yakni dengan terjun langsung ke lokasi observasi untuk mengetahui secara langsung fenomena yang diteliti yakni komunitas Palembang *Mime Club* dalam memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang. Pada teknik observasi digunakan untuk

¹⁶ Kriyantono, Rachmat.(2006).*Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenada media, h.,95

mengumpulkan data keadaan atau berbagai kegiatan yang dilakukan. Teknik observasi digunakan mempunyai alasan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Digunakannya teknik ini untuk mengumpulkan data mengenai kegiatan yang dilakukan subjek penelitian, yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.
- 2) Terkumpulnya data bisa diamati dengan rinci dan jelas dalam penelitian tersebut.

Melalui teknik ini bisa diamati secara langsung proses komunikasi pada Komunitas Palembang *Mime Club* saat mereka berkumpul.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses memperoleh hasil keterangan pada tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil diiringi dengan bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang di wawancarai, dalam penelitian ini akan mewawancarai Wak Dolah selaku Ketua dari Komunitas Palembang *Mime Club*, dengan ataupun tanpa menggunakan pedoman wawancara.

Tujuan wawancara ini dilakukan adalah untuk mengetahui lebih dalam mengenai komunitas pantomim Palembang dan juga cara mereka memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang.

Karakter dari wawancara mendalam pada subjek ini adalah :

- 1) Sedikitnya subjek
- 2) Menyediakan latar belakang secara detail
- 3) Dilakukan berulang kali dan jangka yang lama
- 4) Dipengaruhi oleh iklim wawancara

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan instrumen dalam pengumpulan data yang digunakan pada metode wawancara, observasi yang dilengkapi dengan hasil penelusuran lainnya.

Adanya dokumentasi berguna untuk meyakinkan informasi yang di dapat dan mendukung hasil analisis data. Dalam dokumentasi biasanya berupa bentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, artefak, dan foto yang bersifat tak terbatas ruang dan waktu.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang fokus pada sebuah kalimat yang mampu dipahami dalam kondisi psikologi manusia. Untuk melakukan analisis data perlu dilakukannya secara interaktif yang mana analisis data kualitatif dikerjakan dengan interaktif berlangsung terus menerus hingga selesai. Terdapat tiga hal yang dapat dijelaskan dalam pencarian data yang interaktif yaitu :

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemofokasan, pemilihan, penyederhanaan data yang terlihat dalam catatan tertulis lapangan. Reduksi data berlangsung selama kegiatan penelitian dilakukan. Peneliti memilih data mana yang akan diberi kode, mana yang di tarik keluar dan mana yang masuk dalam pola rangkuman.

b. Penyajian Data

Kumpulan informasi yang tersusun membolehkan penarikan kesimpulan kondisi yang demikian akan membantu melakukan analisis lebih lanjut berdasarkan pemahaman yang bersangkutan. Bentuk penyajian data yang sering dilihat adalah teks naratif dan kejaian ataupun peristiwa yang telah terjadi di masa lampau.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan menuntut verifikasi oleh orang lain yang ahli dalam bidang yang diteliti, atau mungkin juga mengecek dengan nyata adanya data lain, namun penambahan data berarti perlu dilakukannya lagi tahap reduksi dan penyajian data serta penarikan kesimpulan untuk selanjutnya.¹⁷

¹⁷ Ibid, h.196

7. Sistematika Penulisan

Pada penelitian ini, peneliti membahas empat bab dan masing-masing bab terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, peneliti menjelaskan latar belakang masalah dari topik yang akan peneliti teliti. Pada bab ini juga peneliti membatasi permasalahan agar tidak melebar kemana-mana dan berfokus pada bagaimana yang dilakukan oleh komunitas Palembang *Mime Club* memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang. Menuliskan rumusan masalah, menjelaskan apa objek dan subjek penelitiannya serta menuliskan metodologi apa yang digunakan lengkap dengan penjelasan. Lalu peneliti menuliskan tujuan dari dilakukannya penelitian ini serta apa manfaatnya, serta peneliti juga menuliskan tinjauan pustaka dan yang terakhir peneliti menuliskan sistematika penulisan agar lebih sistematis

BAB II GAMBARAN UMUM

Pada bab ini, peneliti menjelaskan gambaran umum mengenai objek penelitian yaitu komunitas pantomim Palembang yang berisi profil Komunitas, sejarah komunitas, keanggotaan, visi dan misi, lokasi penampilan komunitas pantomim Palembang *Mime Club*.

BAB III PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti menuliskan deskripsi pertunjukan pantomim di pendestrian sudirman Palembang ataupun di auditorium RRI, mengumpulkan data, serta menganalisis data yang terkumpul.

BAB IV PENUTUP

Bab terakhir ini di jelaskan hasil akhir atau kesimpulan dari hasil penelitian dan di lengkapi dengan saran bagi penulis serta pembaca.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Profil Komunitas Palembang *Mime Club*



Gambar 1 : Logo Komunitas Palembang *Mime Club*
(Sumber : Dokumentasi PMC)

Pantomim merupakan seni pertunjukan yang memvisualisasikan suatu objek atau benda tanpa menggunakan dialog, namun menggunakan gerakan tubuh dan mimik wajah. Bahkan pantomim memvisualisasikan rasa, sifat, dan karakter melalui gerakan tubuh dan mimiknya.

Aristoteles menjelaskan bahwa teori pantomim tersebut berasal dari penemuan-penemuan dan relief-relief candi dan piramida. Dalam relief tadi dikisahkan adanya gambaran tentang seorang laki-laki dan perempuan sedang melakukan gerakan yang di duga bukan gerakan tarian. Hal tersebut semakin jelas sesudah adanya kategorisasi dari berbagai seni pertunjukan yang

dilakukan Aristoteles berdasarkan ciri-ciri bawaannya, sehingga dapat dibedakan adanya sebutan tarian dan bahasa isyarat.¹⁸

Rumusan yang dikemukakan Aristoteles memberikan asumsi bahwa pantomim sudah mulai dapat di ungkapkan melalui ciri-ciri dasarnya. Yaitu ketika orang mempersembahkan seni gerak tiruan (*Imitation*) yang tidak berdasarkan *rhythm* secara dominan. Seni gerak itu selesai sebagai suatu gerakan isyarat, maka para ahli menyebutkan sebagai pantomim.

Saat ini, pantomim sering diasosiasikan sebagai gaya akting komedi tanpa kata-kata. Berkaitan dengan akting, pantomim pada awalnya untuk menyebut aktor komedi dimasa Yunani yang menggunakan gerak tubuh untuk berkomunikasi. Kemudian, kedua dipakai untuk menyebut aktor di Romawi yang menyampaikan perannya melalui tari dan lagu.

Bentuk awal seni pantomim masih dapat ditelusuri dalam *Phlyake*, sebuah pertunjukan peran jenakan yang mengangkat tema kehidupan yang nyata dan mitologi yang berkembang dikawasan Sparta dan Dorian. Pemeran dalam pertunjukan ini tidak saja berpakaian aneh tapi juga menutupi muka mereka dengan topeng yang hanya menyisakan bagian mulut.

Penulis pertama kesenian pantomim Dorian yang ternama adalah Epicharmus. Sejak tahun 485-467 SM, dia menjadi satu-satunya penulis pantomim yang paling kondang di *Syracuse*. Sampai-sampai Aristoteles menganggapnya sebagai penulis puisi dramatik pertama yang sangat berjasa. Epicharmus juga menulis beberapa plat komikal dan menghaluskan permainan

¹⁸ Sastrawacana, 4 Juni 2017, diakses pada 5 Oktober 2019 pukul 14.30 WIB

pantomim sebelumnya. Pantomim Dorian kemudian dianggap sebagai bentuk awal pantomim modern.

Pada perkembangannya pantomim menjadi suatu seni pentas tersendiri dan mendapat tempat baru bagi penikmat seni. Perkembangan pantomim dunia telah menemukan dinamisitasnya jauh waktu, sedangkan di Indonesia baru dimulai sekitar tahun 1970-an, khususnya di Jakarta dan Yogyakarta.

Pada tahun 1970 sampai dengan 1977, tokoh drama dari bengkel teater, yakni Moortri Poernomo memperkenalkan pantomim lewat Gerak Indah, di Yogyakarta. Tokoh lain selain Moortri yaitu Merit Hendra, Azwar AN, dan Wisnu Wardhana. Sesudah generasi 70-an barulah muncul *mimer* berbakat dari Yogyakarta pada saat 1980-an yaitu Jamek Supardi dan Deddy Ratmoyo dan *mimer* lainnya.

Tahun 1977, di kampus Institut Kesenian Jakarta atau IKJ, terdapat dua anak muda yang berbakat menggeluti pantomim dengan asuhan Pramana Pmd, yaitu Didi Petet dan Sena A. Utoyo. Mereka mulai menunjukkan bakatnya pada pusat kebudayaan di Jakarta lalu berkembang ke kota-kota besar lainnya seperti Surabaya, Bandung, Denpasar, bahkan melewati ke luar negeri seperti Singapura dan Malaysia di tahun 1980, lalu mewakili Indonesia dalam Asian Pantomim Festival di Seoul-Korea di tahun 1982.¹⁹

Berangkat dari kedua *mimer* yakni Sena A. Utoyo dari Jakarta dan Jamek Supardi dari Yogyakarta merupakan dua sosok seniman Indonesia yang menggunakan pantomim sebagai media alat untuk ekspresi. Setelah suksesnya

¹⁹ Budhi Nova Restu, (1998), *Teknik Pantomim Sena A. Utoyo dan Jamek Supardi Dalam Studi Perbandingan*, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, h. 3

pantomim di Indonesia yang diawali oleh mereka berdua, munculah Septian Dwi Cahyo lahir di Jakarta tahun 1968. Sena A. Utaya dan Didi Petet pernah menjadi gurunya dalam berpantomim. Hingga kini Septian Dwi Cahya masih aktif dalam berpantomim di Indonesia. Menurutnya untuk berpantomim dengan baik seseorang harus sangat memahami tubuhnya. Ia mesti sanggup mengidupkan tiap lekuk tubuh, serta anggota-anggota badan lainnya. Realitas sosial juga menunjukkan bahwa belum tercapai apresiasi yang mengembirakan dari masyarakat terhadap eksistensi pantomim. Diketahui bahwa dekade 1990-an, pantomim Yogyakarta mengalami pasang surut yang cukup serius.

Sementara untuk komunitas di daerah-daerah, komunitas pantomim di Indonesia juga masih hidup seperti, *Sedulur Pantomim Purwokerto*, Komunitas Ekspresif *Mime* Bojonegoro dan Bengkel *Mime Teatre* Yogyakarta.

Kota Palembang sendiri telah memiliki komunitas pantomim yang disebut dengan Palembang *Mime Club* (PMC) berdiri pada tanggal 20 November 2015 di buat oleh Ahmad Joni Arla atau biasa di kenal dengan sebutan *Wak Dolah* seniman kota Palembang. PMC memiliki slogan sendiri yaitu “Kumpul *Galo* Jadi *Sikok*” Lokasi Komunitas terletak di Jl. Radio No.2 Km.3,5 Kota Palembang²⁰

²⁰ Wak Dolah, Ketua Komunitas PMC, Wawancara Tanggal 22 September 2019.

B. Sejarah Komunitas Palembang *Mime Club*

Layaknya sebuah komunitas pada umumnya yang memiliki cerita khusus di balik terbentuknya komunitas, dimana perjalanan yang dilalui menjadi sejarah bagi komunitas tersebut untuk mempertahankan keberadaan komunitas tersebut.

Pada tahun 2012 bermula dari 2 orang anggota teater Bina Jaya yang bernama Hendi dan Adi yang dilatih oleh *Wak Dolah*, mereka ingin menampilkan sebuah pertunjukan di sekolahnya tetapi sesuatu yang unik dan menarik. Akhirnya terpikirlah untuk menampilkan pantomim dengan di tambah pelepasan balon dan di ikuti juga oleh kepala sekolah Bina Jaya.

Setelah sukses dengan pertunjukan pantomim pertama maka pada tahun 2013 terbentuklah grup pantomim tetapi belum menggunakan nama Palembang *Mime Club* melainkan masih menggunakan nama teater bijak, teater dari sekolah SMA Bina Jaya Palembang. Ditahun 2014 mereka di undang untuk menampilkan pertunjukan pantomim dan menggunakan nama Pantomim Palembang, di tahun 2015 barulah terbentuk nama Komunitas Palembang *Mime Club* (PMC) karena agar dapat perbedaan ataupun unik untuk di dengar serta masih di ketua oleh *Wak dolah* dan sudah menjadi nama hak paten.²¹

Ditahun 2016 untuk pertama kalinya PMC mengadakan *Workshop* dan parade Pantomim di Graha Budaya Jakabaring Palembang. Hingga akhirnya *Wak Dolah* meresmikan bahwa tanggal terbentuknya komunitas PMC jatuh pada 20 November 2016.

²¹ Wak Dolah, Ketua Komunitas PMC, Wawancara Tanggal 13 September 2019.



Gambar 2 : Tim *Workshop* dan Parade Pantomim²²
(Sumber : Dokumentasi PMC)

Pada saat parade pantomim dan *Workshop* Palembang *Mime Club* memberikan aksi dan pembekalan yang begitu menarik sehingga masyarakat kota Palembang beramai-ramai datang dan menikmati pertunjukan mereka, selain menampilkan pertunjukan Palembang *Mime Club* juga memberikan pembelajaran kepada penontonnya mengenai cara berpantomim, apa itu seni, dan juga memperkenalkan macam-macam gaya berpantomim. Berlokasi di Taman Budaya Graha Budaya Jakabaring, dengan suasana gedung yang gelap membuat penampilan parade pantomim pertama kali di kota Palembang menjadi semakin menarik, dengan bantuan para tim, dan *crew* maka berjalanlah acara dengan sukses untuk pertama kalinya acara besar.

²² Parade dan Wokshop Pantomim pada tahun 2016



Gambar 3 : Aksi Pantomim di stasiun LRT Kota Palembang²³
(Sumber : Dokumentasi PMC)

Berpantomim bukan hanya sebagai hiburan semata, bagi Palembang *Mime Club* berpantomim juga di jadikan sebagai wadah untuk berpresatasi serta sebagai sarana untuk mencari rezeki, dengan kepandaian mereka berpantomim, tak jarang Palembang *Mime Club* mendapatkan tawaran-tawaran menarik untuk mengisi acara-acara ataupun event penting di kota Palembang. sebagai contoh pada saat perayaan mendekati hari lebaran, dimana para masyarakat akan menghadapi atau mengalami pase mudik lebara. Disini Palembang *Mime Club* mendapatkan tawaran untuk tampil sebagai Pantomim mengenai mudik lebaran, dengan sarana LRT kota Palembang. pada saat penampilan mereka di stasiun LRT kota Palembang, mereka menggunakan properti yang memang biasa di gunakan oleh masyarakat untuk menghadapi mudik lebaran, seperti kardus, tas, koper dan lain-lain. Antusias warga saat menyaksikan aksi pantomim mereka membuat semangat para *mimer* pada saat penamilan.

²³ Pantomim di stasiun LRT DJKA Plaembang 2019

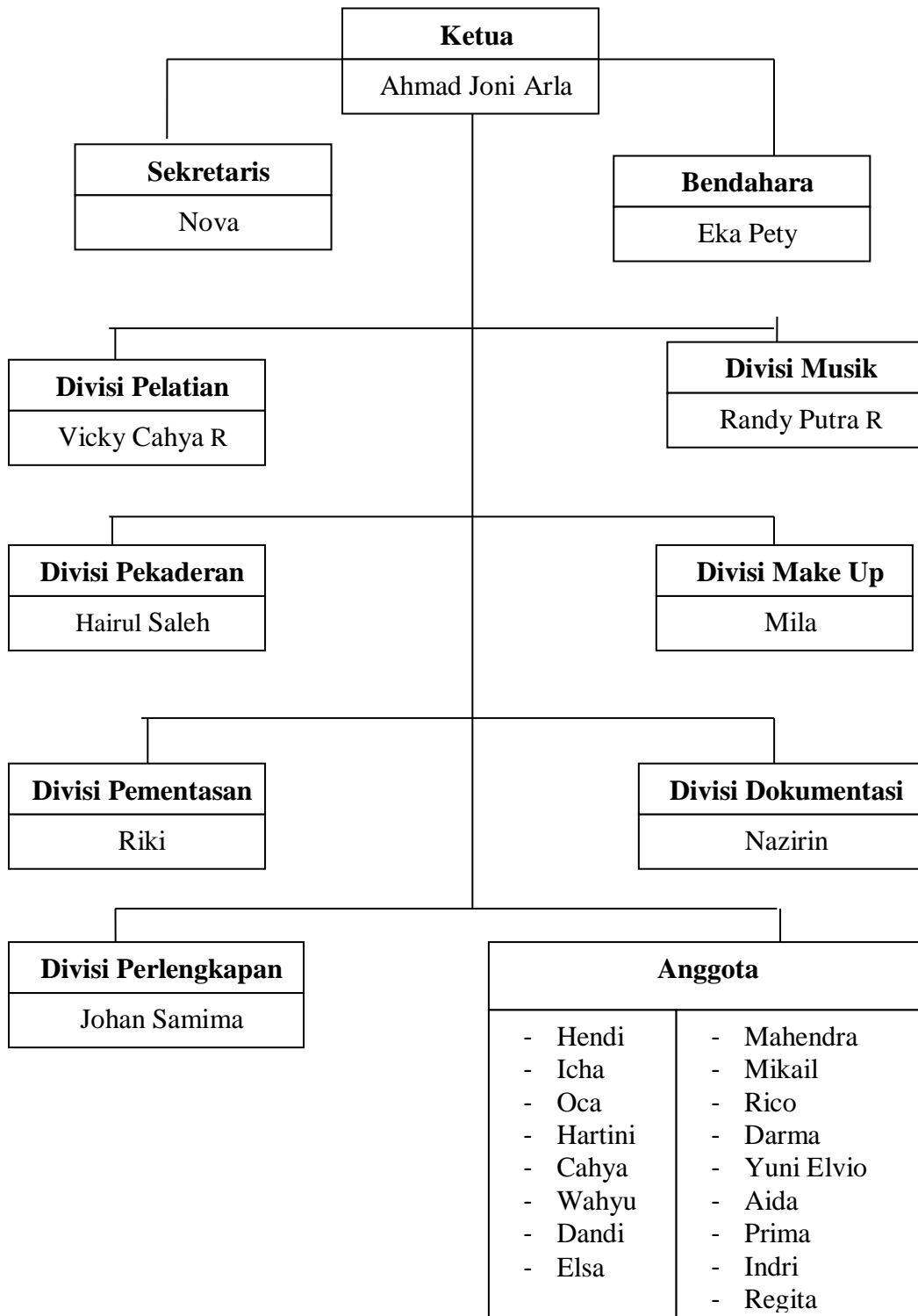


Gambar 4 : Penampilan Pantomim di tengah masyarakat²⁴
(Sumber : Arsip PMC)

Atraksi dan penampilan-penampilan pantomim memanglah menarik perhatian masyarakat dimana para *mimer* berdandan dengan wajah putih dan menggunakan pakaian gari-garis hitam putih. Palembang *Mime Club* sampai saat ini masih telah memiliki anggota kurang lebih sebanyak 25 orang yang terdiri dari Alumni SMK Bina Jaya Palembang, Alumni SMK Muhammadiyah 1 Palembang, dan lain-lain. Sejauh ini ada dua aliran pantomim yang berkembang yaitu pantomim klasik dan pantomim modern. Pantomim klasik merupakan jenis pantomim yang tidak menggunakan properti, hanya mengandalkan dialog tubuh. Jika sekarang ada pantomim modern yang bisa di gabungkan dengan seni lain seperti tari, dan sulap, tergantung dengan kreativitas *mime* masing-masing.

²⁴ Pertunjukan Pantomim tahun 2019

C. Keanggotaan Komunitas Palembang Mime Club



Bagan 2 : Struktur Komunitas²⁵
(Sumber : Arsip PMC)

²⁵ Struktur komunitas PMC Priode 2016 sampai 2019

Setiap komunitas termasuk komunitas Palembang *Mime Club* mempunyai struktur keanggotaan untuk melakukan semua aktivitas komunitas. Setiap tanggung jawab harus di emban oleh setiap divisi. Sang ketua ditentukan saat PMC pertama terbentuk karena juga merupakan penggagas utama terbentuknya PMC dan memiliki kemampuan sebagai ketua.

Tugas dari ketua yaitu memimpin komunitas, dan bertanggung jawab secara keseluruhan atas kinerja semua divisi. Sekretaris mencatat hingga membuat laporan jadwal pementasan, di lengkapi dengan bendahara yang mengatur keluar masuknya keuangan pada komunitas. Divi pelatihan bertugas untuk melatih mengajari para anggota untuk penamilan yang akan di tunjukan, karena pantomim merupakan sebuah seni maka tidak luput dari musik, *Make Up* maka dibentuk juga divisi-divisinya. Selain itu terdapat divisi pementasan, divisi perlengkapan, pengkaderan, dan divisi dokumentasi yang bertugas untuk mendokumentasikan seluruh kegiatan dan acara yang dilakukan PMC.

D. Visi dan Misi Komunitas Palembang *Mime Club*

Komunitas Palembang *Mime Club* memiliki Visi dan Misi untuk mewujudkan sebuah organisasi atau kelompok yang memiliki tujuan, yaitu :

Visi :

Membangun pantomim di Kota Palembang agar bisa menjadi kesenian yang dikenal seperti komunitas yang lainnya.

Misi :

- Memberikan edukasi pada generasi-generasi muda mengenai pantomim.
- Mengadakan pentas-pentas pantomim
- Memberikan wawasan seni kepada masyarakat bahwa pantomim ini unik dan layak diketahui.
- Membangun organisasi Palembang *Mime Club* agar menjadi solid dan makin berkarya.

E. Marketing Mix Komunitas Palembang *Mime Club*

Marketing Mix disini di gunakan sebagai konsep awal dimana sebelum melakukan adanya pengenalan maka komunitas Palembang *Mime Club* harus terlebih dahulu menentukan *Marketing Mix*. Yaitu jasa yang di tawarkan oleh PMC adalah jasa pertunjukan pantomim yang dapat menarik perhatian penonton. Lokasi yang di tawarkan ataupun yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat adalah tempat-tempat yang mudah di kunjungi dan di jangkau oleh masyarakat. Seperti, RRI Palembang, Pendestrian Sudirman, dan Graha Budaya Jakabaring. Dengan harga yang ditawarkan oleh PMC yaitu Rp. 300.000,-/orang untuk sekali penampilan selama satu jam. Melalui instagram ataupun media sosial lainnya PMC melakukan promosi dan iklan mengenai pertunjukan dan komunitas mereka. Untuk menarik dan memperkenalkan mereka sering mengadakan pementasan dan pertunjukan yang sifatnya gratis atau tidak berbayar hanya untuk mengenalkan komunitas mereka, yang sering dilakukan di Pendestrian Sudirman.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hasil dari strategi pengembangan organisasi Komunitas Palembang *Mime Club*, dalam memperkenalkan kesenian Pantomim di Kota Palembang. Maka peneliti melakukan penelitian secara terstruktur dengan menggunakan teknik wawancara yang melibatkan beberapa responden informan yaitu *Wak Dolah* yang mana dalam hal ini sebagai ketua dari Komunitas PMC, Anggota Komunitas yang terdaftar pada struktur komunitas PMC, serta Masyarakat yang menyaksikan Pantomim di Graha Budaya Jakabaring kota Palembang.

Beberapa hasil penelitian tersebut dapat memperjelas bagaimana strategi pengembangan organisasi Komunitas Palembang *Mime Club*, yang sudah dijalankan selama ini dalam memperkenalkan kesenian Pantomim di Kota Palembang. Berikut akan diuraikan beberapa temuan data serta analisis hal-hal penting yang berkaitan dengan penelitian tersebut, yakni :

A. Strategi Pengembangan Organisasi Komunitas Palembang *Mime Club*

Proses pengembangan organisasi titik tolak untuk mulai menyelenggarakan suatu program perubahan adalah memahami apa yang dimaksud dengan strategi perubahan total. Dengan perkataan lain perlu pengenalan yang tepat tentang proses pengembangan organisasi sebagai instrumen yang handal dalam memikirkan, merencanakan, dan mewujudkan perubahan. Strategi pengembangan organisasi yang dilakukan oleh komunitas

Palembang *Mime* Club dan didukung dengan adanya teori yang di gunakan peneliti yaitu teori AIDDA (*Awareness, Interest, Desire, Decision, Action*).

Teknik yang digunakan dalam mengadakan pengembangan organisasi, yaitu :

1. *Survei Feedback*

Suatu teknik pengembangan organisasi dimana data digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang masalah yang terkait dengan organisasi. Informasi ini di tunjukan pada masyarakat, kemudian digunakan sebagai dasar untuk melakukan perubahan organisasional. Setiap orang dalam organisasi dapat berperan serta dalam survei yang diselenggarakan atau dapat pula terbatashanya pada partisipasi para anggota suatu kelompok.²⁶

2. *Sensitivity Training*

Training dilakukan untuk mengembangkan wawasan persoanal. *Sensitivity Training* merupakan teknik pengembangan organisasi yang melakukan peningkatkan pemahaman atas perilaku yang mereka sendiri dan dampaknya terhadap orang lain. Latihan kepekaan merupakan teknik latihan dalam kelompok dengan maksud untuk mempertajam daya peka, kecepatan reaksi, mempertajam perasaan dalam menghadapi berbagai masalah yang timbul.

²⁶ Wibowo, Op.cit, h.311

3. *Team Building*

Team Building merupakan suatu teknik dimana pekerja mendiskusikan persoalan yang berhubungan dengan kinerja kelompok kerja mereka atas dasar diskusi ini, masalah spesifikasi, ditemukan dan direncanakan untuk memecahkan dan diimplementasikan. Pembentukan tim salah satu teknik pengembangan organisasi dimaksudkan agar dapat menyesuaikan dengan masalah yang timbul yang perlu dipecahkan. Tim bersifat sementara lalu berubah sesuai dengan perubahan masalah yang timbul.

4. *Management by Objectives*

Suatu teknik dimana manajer dan bawahan bekerja sama menetapkan, kemudian mencapai tujuan organisasi.

Untuk lebih memperkuat organisasi adabainya melakukan perencanaan strategi dan pengembangan organisasi, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membuat perencanaan ini yaitu :

1. Pengamatan eksternal

Memperhatikan kesempatan dan ancamandisegala aspek, baik ekonomi, politik, teknologi, budaya dan lainnya yang dapat membentuk karakter organisasi. Dalam hal ini PMC mengamati gerak gerik di luar sana mengenai pengokohan organisasi.

2. Pengamatan internal

Dimana hal ini adalah pengamatan dari dalam organisasi. Pada komunitas PMC sendiri mengamati setiap anggotanya dan selalu mendiskusikan apa pun yang terjadi mengenai komunitas.

3. Perumusan organisasi

Adanya *planning* jangka panjang, dari manajemen yang efektif dari kesempatan dan ancaman yang disenergikan dengan kondisi internal.

Adanya perencanaan strategi ini maka konsepsi komunitas menjadi jelas sehingga akan memudahkan dalam memformulasikan sasaran serta rencana-rencana lainnya dan dapat mengarahkan sumber-sumber organisasi secara efektif. Masyarakat kota Palembang masih belum banyak mengetahui apa itu pantomim. Bahkan masyarakat masih sering beranggapan bahwa pantomim adalah badut seperti yang sering ada di acara anak-anak. Tetapi ada masyarakat yang sering melihat aksi pantomim tetapi tidak sadar bahwa yang di saksikannya adalah sebuah pantomim. Seperti yang di katakan Tina :

“Saya pernah melihat sekerumunan orang yang sedang menyaksikan sebuah atraksi tetapi saya tidak tahu itu atraksi apa, mereka hanya bergerak dengan diiringi musik tetapi mereka tidak berbicara, setelah saya bertanya kepada orang-orang yang ikut menyaksikan mereka berkata bahwa itu adalah pantomim. Saya baru tahu kalo di kota Palembang terdapat sebuah komunitas pantomim yang begitu menghibur”²⁷

Berbeda dengan tanggapan Amy salah satu masyarakat kota Palembang yang juga ikut menyaksikan penampilan pantomim bersama dengan Tina menyatakan bahwa :

²⁷ Tina, Penonton Pantomim, Wawancara Tanggal 22 September 2019

“Sudah tau apa itu pantomim karena dulu waktu masih sekolah pernah menonton kartun di televisi kartun Charlie Caplin, dimana pada tokoh kartun tersebut tidak menggunakan suara sama sekali di setiap penampilannya. Tapi saya juga baru tau kalau sebenarnya di pantomim sekarang sudah ada komunitasnya”²⁸

Berdasarkan pengakuan Tina dan Amy tadi berarti memang masih ada masyarakat yang belum mengetahui tentang keberadaan komunitas pantomim di kota Palembang ini. Dengan begitu maka komunitas Palembang *Mime Club* (PMC) harus dengan giat memikirkan rencana ataupun strategi agar komunitas mereka dapat diketahui oleh semua masyarakat kota Palembang dan berharap masyarakat kota Palembang ingin ikut berpartisipasi dalam menjadi bagian dari tim komunitas pantomim di Palembang.

Ketika melakukan kegiatan, Komunitas Palembang *Mime Club* (PMC) menerapkan strategi yang lebih fokus kepada kegiatan pengiklanan ataupun pengenalan, namun PMC juga berusaha untuk memaksimalkan keaktifan para anggota guna untuk menarik perhatian para penonton. Selain itu, berdasarkan data yang di peroleh oleh peneliti seperti yang diungkapkan oleh Wak Dolah bahwa : “*Membuat pementasan, mengundang lewat poster-poster, serta ikut kegiatan gabungan yang berkaitan dengan seni atau sosial, membuat cerita yang menarik dan lucu agar penonton tertarik dengan penampilan pantomim*”²⁹

Pernyataan diatas merupakan suatu strategi yang dilukan oleh PMC untuk menarik perhatian para penonton, sesuai dengan minat penonton yang menyukai sesuatu yang baru dan unik. Pantomim sudah berubah bentuk ada

²⁸ Amy, Masyarakat , Wawancara Tanggal 22 September 2019

²⁹ Wak Dolah, Ketua Komunitas PMC, Wawancara Tanggal 22 September 2019.

pantomim murni atau tanpa suara tapi sekarang ada jenis semi kata ada suara dan tidak terlalu banyak hanya suara desah, suara *ndrutu*, ada juga bermain memvisualkan lagu dan parodi musik.



Gambar 5 : Iklan komunitas PMC Tampil Gabungan
(Sumber : Arsip Komunitas PMC)

Pementasan gabungan adalah salah satu cara bagi Palembang *Mime Club* untuk menarik masyarakat khususnya masyarakat yang berada di kota Palembang, salah satu contoh pementasan gabungan adalah pementasan yang dilakukan oleh tim teater kosong sembilan, pada saat mereka mengadakan pementasan teater, disini PMC memanfaatkan hal ini sebagai sarana untuk menjadikan tempat perkenalan pantomim.

Pada pertunjukan saat itu PMC menampilkan Pantomim dengan tema yang berbeda yakni memberikan pertunjukan pantomim dengan tema “tips pertama kali kencan”. Poster atau gambar pemberitahuan pementasan

gabungan ini membuat masyarakat kota Palembang menjadi tertarik sehingga datang dan menyaksikan pertunjukan dari pementasan gabungan.



Gambar 6 : Iklan Pembukaan Anggota Baru Komunitas PMC
(Sumber : Arsip Komunitas PMC)

Bedasarkan kedua gambar diatas, yang mana gambar pertama menjelaskan tentang pemberitahuan akan diadakannya pementasan Pantomim melalui poster dan melalui gabungan dari kelompok teater Kosong Sembilan, pada hari minggu 22 September berlokasi di Graha Budaya Jakabaring Palembang. dengan mengikuti atau bergabung dalam pementasan ini maka PMC dapat dengan mudah untuk memperkenalkan kesenian Pantomim di kota Palembang. Sedangkan pada gambar ke dua terdapat poster atau pemberitahuan untuk pembukaan anggota baru bagi masyarakat kota Palembang yang berminat untuk bergabung bersama tim Komunitas PMC.

B. Teori AIDDA Pada Komunitas Palembang *Mime Club*

Perkenalan dengan tahapan ini adalah penentu akan sebuah keberhasilan sebuah iklan, dan meningkatkan minat serta perhatian. Tahapan AIDDA diperhatikan oleh para konsumen yang melihat.

1. *Awerness* (Kesadaran)

Kesadaran dalam memperkenalkan atau mengiklankan suatu seni yang baru di kota Palembang memang harus diperhatikan lebih, karena dengan kesadaran yang dimiliki maka dapat menimbulkan apakah seni yang di kenalkan di kota Palembang akan bertahan lama atau hanya dikenal untuk sesaat.

Komunitas Palembang *Mime Club* (PMC) merupakan salah satu komunitas yang menawarkan kesenian baru di kota Palembang, yaitu kesenian Pantomim. Tentu pada saat membentuk komunitas tersebut haruslah dipikirkan dengan baik agar semuanya berjalan dengan lancar. Saat membentuk sebuah komunitas pasti memiliki alasan kenapa komunitas tersebut dibentuk PMC sendiri dibentuk dengan alakadarnya dan dengan fasilitas yang seadanya pada saat pertama kali dibentuk.

“karena kami sadar bahwa tidak ada yang ingin membentuk, mengurus serta mengembangkan kesenian di kota Palembang, kebanyakan hanya kesenian-kesenian yang memang sudah banyak dikenal oleh masyarakat, maka dari itu kami berupaya membentuk sebuah komunitas pantomim, suatu kesenian yang baru di mata masyarakat kota Palembang”³⁰

³⁰ Wak Dolah, Ketua Komunitas PMC, Wawancara Tanggal 22 September 2019.

Pernyataan diatas dapat dikatakan bahwa minimnya kesadaran masyarakat akan sebuah seni yang baru, karena seperti yang di katakan wak dolah pendiri PMC bahwa dikota palembang tidak ada yang ingin mengurus, serta membentuk kesenian pantomim di kota palembang.



Gambar 7 : Akun Instagram komunitas PMC (Sumber dokumentasi PMC)

Akun Instagram yang digunakan PMC sebagai sarana untuk memperkenalkan pantomim kepada masyarakat seluruh dunia yang mempunyai daya akses instagram, lewat Instagram PMC dapat menyadari kesalah, kekurangan, dan kelebihan mereka melalui kritik dan saran para masyarakat di akun Instagram mereka.



Gambar 8 : Akun Instagram *Wak Dolah*
(Sumber: Data Pribadi *Wak Dolah*)

Selain akun Instagram Komunitas PMC yang dijadikan sebagai media sosial untuk pemberitahuan seputar jadwal dan pertunjukan pantomim para *Mimer*, akun Instagram Pribadi ketua komunitas PMC yang di beri nama “*Wong Gerot*” juga dijadikan sebagai akun media sosial yang memberikan info seputar kegiatan para anggota PMC baik sekedar hanya latihan biasa ataupun pementasan besar.

Para anggota komunitas juga harus memiliki tingkat kesadaran untuk apa mereka bergabung di komunitas tersebut dan sejauh mana mereka mampu untuk bertahan di komunitas yang mereka ikuti. “*Pantomim adalah seni yang berbeda, dimana kita menyampaikan pesan melalui gerak dan juga memang pantomim adalah passion yang ada di dalam diri saya*”³¹

³¹ Hairul Saleh, Anggota Senior PMC, Wawancara tanggal 22 September 2019.

Menurut Hairul Saleh yang telah belajar pantomim sejak 2013 pantomim merupakan seni yang berbeda, bahkan dapat dikatakan bahwa pantomim memang sudah menjiwa di dalam dirinya. Beda halnya dengan para anggota-anggota pantomim yang baru akan belajar berpantomim, yang masih membutuhkan pelatihan khusus.

Masyarakat kota Palembang belum terlalu memahami apa itu pantomim setelah mengetahui dan melihat adanya komunitas pantomim di kota Palembang, para masyarakat Palembang yang memiliki anak, menginginkan anak mereka untuk mengetahui juga apa itu pantomim. Maka dari itu tak heran bahwa komunitas Palembang *Mime Club* sering mengadakan dan memberikan pengetahuan-pengetahuan seputar dasar pantomim pada anak-anak. *“saya awalnya tidak begitu tahu apa itu pantomim pada saat saya ke sudirman saya melihat sekerumunan orang menggunakan pakaian garis-garis dan dan make up putih, ternyata itu pantomim dan anak saya tertarik dengan pantomim, kemudian saya langsung mengizinkan anak saya untuk belajar pantomim”*³²

Saat ini Wak Dolah selaku ketua komunitas PMC sering mengisi atau memberikan pelatihan-pelatihan khusus pada anak-anak untuk belajar pantomim.

³² Mila, Penonton, Wawancara Tanggal 26 September 2019.



Gambar 9 : Latihan gerak kaki bersama anak-anak di RRI Palembang tahun 2019
(Sumber : Dokumentasi PMC)

Tujuan dari memberikan pembelajaran pantomim pada anak-anak adalah untuk mengembangkan tingkat imajinasi, yang mana sebenarnya imajinasi adalah bagian dari dunia anak-anak yang tanpa sadar mulai hilang karena adanya pengaruh dari sinetron, *Game*, *Gadget* serta media lainnya. Anak-anak masa kini secara tidak langsung dipaksa mengimajinasikan apa yang di lihat, dan di dengar dari pilihan media. Kekurangan imajinasi membuat anak menjadi antisosial, kurangnya kesadaran terhadap sekitar.

Selain sebagai hiburan pantomim bagi anak-anak dapat melatih kepercayaan diri, membentuk kembali mental karakter pada anak. Dari pantomim anak-anak dapat beradaptasi apa yang mereka lihat dan pelajari dapat mengenal maca-macam ekspresi seperti senang, sedih, marah, kesal dan lain-lain. Semua itu di visualkan dengan ekspresi dan imajinasi di dalam diri anak-anak.³³

³³ Wak Dolah, Ketua Komunitas PMC, Wawancara Tanggal 22 September 2019.

2. *Interest* (Perhatian)

Adanya perhatian ditimbulkan dari apa yang telah ditawarkan baik itu sesuatu yang baru yang belum pernah dilihat sebelumnya, yang menarik perhatian lebih. Karena manfaat dan juga kemasan yang menarik membuat konsumen menjadi timbul rasa minat untuk memiliki barang tersebut. Dalam pantomim tentu saja sering mengundang perhatian para penonton di setiap penampilannya.



Gambar 10 : Pertunjukan PMC di *Street* Jalan Sudirman Palembang 2019
(Sumber : Dokumentasi PMC)

Para pelakon pantomim selalu berpenampilan semenarik mungkin dan menampilkan aksi-aksi yang memukau masyarakat agar menjadi pusat perhatian saat penampilan mereka. Dengan menggunakan pakaian yang mencolok hitam putih garis-garis serta ber *Make Up* berwarna putih di seluruh bagian wajah. Seperti yang di katakan oleh Hairul Saleh anggota senior pantomim bahwa :

“Saat melakukan *street* di jalan sudirman usahakan kita menampilkan sesuatu yang menarik lalu memberika aktrasi-aktrasi yang mengejutkan, contohnya tiba-tiba datang dan terus berperan seakan-akan sedang menangkap hewan, maka orang-disekita akan berpikir apa yg sedang di

lakukan oleh kita dan akhirnya penonton tertuju dengan aksi yang akan di tampilkan”³⁴

Dengan mengadakan event dan atraksi di jalan sudirman dan pertunjukan di Graha Budaya Jakabaring merupakan suatu cara untuk memperkenalkan pantomim kepada masyarakat, agar masyarakat mengetahui tentang kesenian pantomim di kota Palembang melalui komunitas pantomim pertama di kota Palembang.

Material penyampaian perhatian dalam hal ini adalah dengan adanya gagasan, yaitu tema ataupun peran yang akan dikenalkan oleh komunitas PMC. Pesan, sesuatu yang dapat dipetik dari perkenalan dan penyampaian pada pertunjukan pantomim. Media, media yang digunakan adalah sarana bagi para anggota komunitas PMC untuk lebih memperkenalkan dan menunjukan ke eksistensi dari komunitas mereka. Respon, masyarakat yang menyaksikan dan memberikan reaksi pemahaman mengenai pesan dalam perkenalan pantomim mereka dapat di terima oleh masyarakat kota Palembang.

Timbal balik, yang diberikan dari respon masyarakat dikembalikan oleh komunitas PMC dengan cara semakin memperdalam dan mempertinggi peran yang di tampilkan, sehingga masyarakat akan tetap tertari dan paham lebih jauh mengenai pantomim. Gangguan, hambatan bagi komunitas PMC yang membuat kuranya kelancara saat proses perkenalan ataupun pertunjukan pantomim, dimana pertunjukan pantomim yang dilakukan sering kali tampil diluar ruangan ataupun terbuka yang tidak dapat di prediksi akan cuaca saat itu. Yang dapat mengakibatkan teganggunya jadwal hingga pertunjukan pantomim

³⁴ Hairul Saleh, Anggota Senior PMC, Wawancara tanggal 22 September 2019.

menjadi di batalkan. Terdapat unsur-unsur seni teater yang dapat menarik perhatian para penonton yaitu :

a. Tubuh Manusia

Tubuh manusia merupakan unsur utama pada seni teater. Hilangnya unsur ini akan menghilangkan terbentuknya sebuah pertunjukan teater. yang dimaksud unsur tubuh manusia adalah kedudukan seseorang sebagai pemain, pelakon, atau aktor.

b. Gerak

Gerak adalah gerak tubuh, gerak suara, gerak bunyi maupun gerak rupa. Gerak menduduki posisi sebagai unsur penunjang sebuah pementasan teater.

c. Suara

Suara sebagai unsur penunjang teater adalah kata, ucapan pemeran, intonasi, logat, tekanan suara, pengucapan dan sebagainya. Suara yang dinamis akan menentukan tujuan dalam pementasan informasi kepada penonton. Dapat kita bayangkan bagaimana kita menariknya sebuah pementasan teater apabila disuguhkan dengan suara yang datar.

d. Bunyi

Unsur bunyi dalam teater adalah bunyi benda, efek, musik ataupun bunyi instrumen lainnya sebuah pementasan akan nampak hidup bila memiliki unsur bunyi. Hal ini dapat kita buktikan ketika suatu saat kita sedang menikmati sebuah pementasan teater kemudian tiba-tiba sistem

pengeras suara mati. Tidak ada suara dan tak ada bunyi maka pementasan akan terasa hampa.³⁵

e. Rupa

Rupa dalam teater adalah pencahayaan, rias, kostum, dekorasi dan properti. Pencahayaan dan dekorasi akan menjelaskan situasi jalinan cerita, kostum akan menjelaskan karakter peran, dekorasi dan properti akan menjelaskan tempat peristiwa cerita. Hal-hal tersebut sangat penting di dalam pembentukan isi cerita secara keseluruhan

Setiap kostum akan mewakili watak psikologis peran yang akan dilakoninya. Contoh penggunaan unsur rupa ialah pementasan wayang orang atau ketoprak tradisional. Dalam wayang orang ataupun ketoprak masing-masing peran (tokoh) memiliki jenis riasan dan kostum yang berbeda menggambarkan karakter yang diperankan.

f. Lakon

Lakon adalah cerita, narasi, atau kisah. Lakon merupakan unsur penjalin, artinya bahwa seluruh unsur yang ada dijalin dalam suatu ikatan, langkah-langkah, episode-episode sehingga menjadi satu kesatuan dalam sebuah pementasan. Unsur-unsur yang semula berdiri sendiri-sendiri tersebut dirajut menjadi suatu komposisi dalam sebuah cerita. Dalam sebuah teater boneka (wayang) pembacaan cerita pendek ataupun pembacaan puisi menjadi sangat penting. Dalam pementasan lain mungkin narasi menjadi unsur yang penting. Tanpa

³⁵ Yoyok, Siswandi. (2006). *Pendidikan Seni Budaya*, Jakarta: Yudistira Ghalia Indonesia, h.90

unsur lakon, unsur-unsur yang lainnya akan berdiri sendiri-sendiri dan tak akan terbentuk (terjalin) dalam sebuah pementasan.



Gambar 11 : Contoh Ekspresi, Pakaian, dan *Make Up* Pantomim
(Sumber : Dokumentasi PMC)

Pantomim lebih berfokus pada ekspresi, gerak serta dandanan yang hampir menyerupai badut, tetapi mereka bukanlah badut yang hanya sekedar menghibur saja, melainkan pantomim sebagai suatu seni yang memberikan banyak arahan serta pembelajaran yang di berikan dengan penampilan-penampilan yang memukau. Seperti pada gambar di atas menunjukkan beberapa ekspresi yang di tunjukan oleh para *mime* atau pelakon pantomim , dengan menggunakan pakaian khas pantomim dan *Make Up* putih di wajah.

3. *Desire* (Keinginan)

Pada tahapan ini berkeinginan memiliki akan timbul setelah adanya pertimbangan antara manfaat dan kegunaan barang tersebut. Penyuluh akan berupaya memberikan penawaran-penawaran yang bersifat kejiwaan agar lebih mempersuasifkan pelanggan sehingga mereka akan berkeinginan untuk

memiliki barang tersebut. Setiap komunitas pasti menginginkan dikenal oleh banyak masyarakat serta menginginkan anggota baru yang tertarik dan ingin bergabung kedalam komunitas tersebut.



Gambar 12 : Antusias Masyarakat Kota Palembang Menyaksikan komunitas PMC di RRI pada tahun 2017
(Sumber: Dokumentasi PMC)

Komunitas PMC tak menghalangi siapapun yang berkeinginan untuk bergabung atau hanya sekedar ingin berlatih bersama, seperti yang di katakan oleh Wak Dolah bahwa : *“Kami membuka bagi siapapun yang berkeinginan untuk bergabung, mereka akan mendapatkan pelatihan dasar selama sebulan atau dua bulan, barulah mereka bisa di ikutsertakan dalam pementasan”*³⁶

Masyarakat kota Palembang tidak seluruhnya memiliki keinginan bergabung, karena beberapa hal, ada yang hanya sekedar ingin tahu dan aja juga yang hanya sekedar melihat atau menjadi penonton pertunjukan pantomim. Tetapi berbeda dengan Ica, salah satu anggota PMC yang belajar pantomim karena penasaran dengan aksi pantomim, Ica mengatakan bahwa :

³⁶ Wak Dolah, Ketua Komunitas PMC, Wawancara Tanggal 22 September 2019.

“Awalnya saya hip hop dancer, terus nggak sengaja kebuka video Brandon feat om Septian Dwicahyo di youtube. Lumayan keren ketika digabungin dengan hip hop dance, akhirnya dari situ saya belajar pantomim otodidak.”³⁷

Dari pernyataan di atas dapat di simpulkan bahwa keinginan merupakan kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian dan berkeanjutan ke posisi hasrat (*Desire*) dalam memberikan sesuatu kegiatan yang diharapkan. *“Kami sangat senang kalau ada masyarakat kota Palembang atau kota manapun yang berminat menyewa ataupun menggunakan jasa kami serta yang ingin bergabung bersama kami, karena semain banyak semakin seru dan tambah asik untuk latihan bersama”³⁸*

Pernyataan Hairul Saleh sebagai anggota senior yang telah lama bergabung dalam komunitas PMC juga sangat membuka atau dengan senang hati saat adanya masyarakat yang ingin ikut dalam komunitas yang sama dengannya.

Teater Teriix berkeinginan mengundang PMC dalam acara pementasannya, maka diadakannya lah pementasan gabungan dengan PMC, hal ini dimanfaatkan bagi PMC untuk memperkenalkan pantomim di kalangan siswa sekolah, yang mana teater teriix merupakan grup teater sekolah.

4. *Decision* (keputusan)

Jika timbul rasa keinginan saja belumlah cukup bagi para penyuluh karena harus di tambah dengan langkah selanjutnya yaitu dengan adanya keputusan yang di pilih oleh konsumen tersebut setelah melihat dan memiliki minat.

³⁷ Ica, Anggota Komunitas PMC, wawancara Tanggal 26 September 2019.

³⁸ Hairul Saleh, Anggota Senior PMC, Wawancara tanggal 22 September 2019.

Adanya keputusan dalam kasus ini secara pribadi dilakukan oleh para calon penikmat pantomim. Hal ini terjadi saat adanya proses akan sebuah kesadaran dan perhatian dengan penampilan pantomim. Maka tumbulah rasa keinginan untuk menggunakan jasa ataupun bergabung dan memutuskan untuk mengikuti pantomim.

Pengambilan keputusan disini secara tunggal dilakukan oleh calon peminat pantomim. Tentu saja hal itu terjadi setelah proses kesadaran akan manfaat, perhatian terhadap penampilan, pertunjukan serta aksi-aksi yang ditawarkan sehingga ada minat untuk bergabung dan mengambil keputusan untuk mengikuti pantomim. Perilaku konsumen mempengaruhi keputusan dalam pembelian yang pada awalnya mempengaruhi tahapan-tahapan dari keputusan pembelian dan respon konsumen terhadap iklan.³⁹ Tahapan-tahapan dari perilaku konsumen adalah:

- a. Tahapan untuk merasakan adanya kebutuhan dan keinginan
- b. Usaha untuk mendapatkan produk, harga, dan saluran distribusi
- c. Pengonsumsian, penggunaan, dan pengevaluasian produk setelah digunakan
- d. Tindakan pasca pembelian yang berupa perasaan puas atau tidak puas.

Beberapa perspektif mengenai individu yang berperilaku dalam mengambil keputusan seperti apa yang telah mereka lakukan yaitu :

³⁹ Diah Syafita Johar, et al. (2015). *Pengaruh AIDA Terhadap Efektifitas Iklan Online*, Universitas Brawijaya Malang, Vol.26 No.1

a. Pandangan Ekonomi

Pada bidang ekonomi teoritis, dimana dunia digambarkan sebagai persaingan yang sempurna, pelanggan sering diberikan tanda sebagai pengambil sebuah keputusan yang masuk akal. Berperilaku masuk akal dapat diterjemahkan dalam pandangan ekonomi dimana seorang calon pelanggan paham mengenai cadangan barang yang ada. Dapat memahami cadangan dengan cepat dan tepat dari berbagai sudut untung rugi.⁴⁰

b. Pandangan Pasif

Berbeda dengan pandangan sebelumnya. Pandangan pasif ini tergambar pelanggan adalah orang yang pada awalnya patuh terhadap layanan pribadi, disertai usaha iklan oleh pemasar. Pelanggan yang masuk akal pada saat pengambilan keputusan.

c. Pandangan Kognitif

Sebagai pemecah dalam permasalahan didalam cara berpikir adalah gambaran dari pandangan kognitif. Pelanggan selalu disebut makhluk individu aktif dalam menerima dan mencari sebuah alternatif barang dan jasa untuk kebutuhan.

d. Pandangan emosional

Hubungan perasaan dan emosional adalah bagian dari kejiwaan yang membuat pandangannya sendiri seperti kecemasan, rasa sayang, dan

⁴⁰ Mihart, (2012), *Impact Of Integrated Marketing Communication On Consumer Behaviour: Effects On Consumer Decision-Making Proses*, Vol 4, No.2

juga rasa gembira. Hati pelanggan pada saat melihat iklan tertentu maupun barang tertentu.

Mihart mengatakan “*The Experiential perspective argues that in certain instances consumers make purchases in order to create feelings, experiences, and emotions rather than to solve problems*” dijelaskan pada pernyataan itu beberapa kasus ada yang lebih menonjol saat adanya keputusan tidak menyelesaikan masalah, tapi untuk terjadinya emosi dan pengalaman di dalam diri.⁴¹

5. *Action* (Tindakan)

Action atau tindakan adalah tahapan terpenting untuk pemasok iklan, dimana sang pemasar bisa dengan mudah mempelajari akan adanya dampak yang di berikan pasar kepada khalayak. Menarik sebuah perhatian bagi para komunikator dapat membangkitkan adanya minat dari khalayak serta terwujudnya rasa keinginan dari diri mereka saat melakukan sesuatu. Contohnya pada saat mereka akan memilih dan menikmati layanan yang di tunjukan.

Setelah melalui berbagai proses dari kesadaran, perhatian, keinginan serta keputusan maka timbulah proses akhir yaitu tindakan, dimana setiap masyarakat kota Palembang yang sedari awal memutuskan untuk mengundang dan menggunakan jasa PMC di dalam acara mereka.

Action atau tindakan ialah perilaku yang dibuat oleh para masyarakat kota Palembang dalam bentuk aksi, misalnya mengikuti latihan, mengikuti

⁴¹ Ibid, Mihart, (2012)

pementasan, menghadiri sebuah undangan serta ikut event galang dana dan berani akan tingkat kepercayaan diri yang mendalam. Model ini sebenarnya sudah lama dan beberapa pakar sudah mencoba melakukan modifikasi, namun model dasarnya tetap digunakan, selain karena sederhana juga lebih mudah di aplikasikan pada hal-hal yang bersifat praktis.⁴²

Terbentuknya komunitas bertujuan untuk membantu dan menghasilkan sesuatu dengan visi dan misi serta dapat mengimplementasikannya dengan kehidupan ataupun aktivitas-aktivitas yang mendukung lainnya agar tercapainya semua keinginan dalam visi dan misi. PMC sendiri untuk mewujudkan visi dan misinya melakukan berbagai kegiatan yang berpotensi pantomim dapat dikenal di kalangan masyarakat kota Palembang.

Hampir seluruh kegiatan dan acara yang berhubungan dengan sosial dan hiburan PMC memiliki kegiatan rutin setiap 1-2 bulan sekali, yaitu pementasan Pantomim yang di sertai dengan pementasan teater. Hingga saat ini PMC telah melakukan banyak kegiatan yang bersifat sosial. Selain tema sosial PMC juga mengusung kegiatan-kegiatan yang menghibur.

PMC sering menjadi tamu atau biasa disebut *Ngejob* yang berbayar untuk acara-acara yang besar, seperti *launching* produk, mengiklankan produk dengan dandanan pantomim, serta mengisi acara hajatan yang menginginkan hiburan pantomim. Hal inilah yang bisa di manfaatkan oleh tim PMC untuk cara mereka memperkenalkan pantomim pada masyarakat. Dengan adanya

⁴² Op.cit, Hafied Cangara. (2014).

jadwal yang berurutan tiap bulan ataupun tiap tahun, PMC bisa dengan mudah untyk memperkenalkan pantomim mereka.

Jadwal Kegiatan Komunitas PMC

Tanggal	Kegiatan	Lokasi
17 Agustus 2016	Tour tampil pantomim	12 Kecamatan Kota Palembang
20 November 2016	Parade Pantomim dan workshop	Graha Budaya Jakabaring Kota Palembang
4 Maret 2017	Peringatan hari kanker anak internasional	Palembang Icon Mall
22 Maret 2017	Hari Pantomim Sedunia dan lauching pendestrian atau trotoar Sudirman Kota Palembang	Pendestrian Sudirman Kota Palembang
17 Agustus 2017	Tujuh belasan bersama Seluruh Komunitas yang ada di Kota Palembang	Graha Pena Sumeks Palembang
11 April 2018	Panggoeng oetama #SatoeNegeri	Palembang Icon
13 Mei 2018	karnaval sambut Asian Games	Jalanan Kota Palembang
23 Agustus 2018	Sumsel Expo	Kota Palembang
1 September 2018	Ekspresi Seniman Jalanan	De Burry kafe Palembang
4 November 2018	Festival Pesona Lokal	Benteng Kuto Besak Palembang
1 Februari 2019	Jumat Malam bersama PMC	La Café Coffe
18 April 2019	Dempo Camp Festival 2019	Pagaralam, Sumsel
29 Mei 2019	Moedig Gital bersama Bank Sumsel Babel	Stasiun LRT Djka
23 Juni 2019	Ketimbang Ngemis Palembang Anniversary 4 th	Kambang Iwak Palembang
30 Juni 2019	Streat Art Expo Pagaralam	Pagaralam Sumsel
1 Juli 2019	Streat Art Expo Pagaralam	Pagaralam Sumsel
19 Juli 2019	Jambi Parkour Community	Jambi Sumsel

27 Juli 2019	Satu Tahun LRT bersama Bank Sumsel Babel	Palembang Icon Mall
17 Agustus 2019	HUT Kemerdekaan RI	Paembang Indah Mall
8 September 2019	Pekan Pustaka Palembang II	Museum Mahmud Badaruddin II
22 September 2019	Pentas Teater 09 Kudeta	Graha Budaya Jakabaring Palembang
28 September 2019	Pentas Teater Teriix	Graha Budaya Jakabaring Palembang

Tabel 1 : Jadwal Kegiatan Komunitas Palembang *Mime Club*
(Sumber : Arsip PMC)

Setelah berkeinginan dan memutuskan untuk mengundang PMC dalam acara serta menyaksikan pertunjukan pantomim. Masyarakat akan di ajarkan untuk mengetahui teknik-teknik penciptaan pantomim, yaitu :

1. Tubuh

- a. Isolasi tubuh, dimana para pelakon pantomim benar-benar memperhitungkan gerak tubuh mereka. Tahapan awal dalam pantomim yang perlu diperhatikan dalam eksplorasi tubuh adalah kepala, leher, dada, kaki, lengan tangan dan wajah.
- b. Koordinasi tubuh penguasaan pada saat mengkombinasikan antara beberapa gerakan pada tahapan isolasi tubuh, seperti keseimbangan dan lekuk tubuh, gerak mengalir, teknik jatuh kemudian penggabungan antara gerak atas bawah.

2. Ilusi

- a. Tekanan , teknik memberi kekuatan saat tahapan pembentuk objek dalam pantomim.

- b. Immobilitas gerak, sebuah tekanan ketidak berdayaan tubuh setelah adanya ketidak fungsian dalam organ tubuh. Pada pantomim immobilitas digunakan sebagai efek dan ekspresi tubuh dalam membentuk sebuah objek seperti patung.
 - c. Titik henti dalam gerak menjadikan titik utama dalam pembentukan objek. Dibutuhkan kekuatan dan ketahanan pada bagian tubuh. Latihan ini berpola dilakukan dengan cara mengencangkan dan mendorong tubuh kemudian kemudian menggerakkan dan menghentikannya secara tiba-tiba.
 - d. Teknik otot sebanding teknik yang digunakan saat memberikan takaran beban pada benda atau objek yang ingin di akhiri.
 - e. Manipulasi Objek menghadirkan dan menirukan objek dari bentuk nyata ke bentuk imajinasi.
 - f. Konsistensi yang digunakan dalam mempertahankan bentuk mulai dari jarak, berat, hambatan, pada gerak dan objek agar tetap konsisten dengan bentuk awalnya.
3. Menciptakan dunia
- a. Penciptaan subjek bentuk dan gaya tubuh mempengaruhi makna yang akan disampaikan pada penonton, contohnya posisi tubuh yang condong kedepan dengan disertai ekspresi tubuh meminta pernyataan dengan marah.
 - b. Penciptaan situasi membutuhkan eksplorasi dan daya kreatifitas seorang pantomim dalam menceritakan sebuah adegan naskah

dengan menggunakan gerak dan ekspresi. Dengan membiasakan membuat sebuah cerita pendek yang saling berhubungan dengan naskah pada setiap awal proses masuk ke inti adegan.

- c. Penggunaan imajinasi pada tahapan ini para pantomim dituntut untuk menciptakan sebuah ruang, situasi serta motivasi gerak menggunakan imajinasi. Dengan cara improvisasi, untuk melatih ketangkasaannya dalam membawakan cerita dengan teknik tubuh yang telah dikuasai. Pada tahapan ini dibutuhkan keterampilan serta penguasaan ide dan gagasan dalam naskah.

Pada pantomim tahapan yang paling penting adalah eksplorasi, terdapat beberapa macam yang perlu di perhatikan sebelum melakukan eksplorasi yaitu pemanasan, peregangan, serta pelepasan. Eksplorasi didalam bagian ilusi guna untuk melatih bagian tubuh agar dapat adanya efek yang memperlihatkan *kedetailan* sebuah objek dan ekspresi. Pada tahap ini sangat di buruhkan latihan yang rutin arag mendapatkan sebuah karya yang maksimal.⁴³

⁴³ Wak Dolah, Ketua Komunitas PMC, Wawancara Tanggal 22 September 2019.



Gambar 13 : Proses Latihan Tubuh di RRI Palembang pada tahun 2019
(Sumber : Dokumentasi PMC)

Pada gambar diatas adalah gambar yang menunjukkan mengenai latihan olah tubuh dan kekuatan imajinasi. Latihan imajinasi bertujuan agar para *Mimer* memahami peran imajinasi di dalam berkomunikasi pada publik. Mampu menggunakan ekspresi wajah dan gestur tubuhnya secara optimal, dan dapat meltih kemampuan daya ingat, berkonestrasi dalam melakukan pengamatan secara detail.

Berkarya dan kreatif dalam berpantomim menciptakan sebuah karya seni (pertunjukan) dengan bebas, bertujuan tanpa memikirkan benar atau salah, baik atau buruk, indah atau jelek, *Mimer* adan dilatih untuk mengembangkan daya ciptanya melalui kesenian, hal ini akan membantu mengembangkan jiwa keindahan para *Mimer*. Mereka dapat merasakan kenikmatan yang luar biasa, baik kepuasan batin, kelegaan jiwa yang tidak diungkapkan dengan apapun melalui hasil karya seni ciptaan mereka sendiri.

Untuk menciptakan kesenian atau pertunjukan yang baik, makam para *Mimer* harus memahami teknik cerita yang akan di sampaikan. Berawal dari menulis dan menceritakan apa yang akan disampaikan kepada penonton, menentukan tema. Lalu memahami teknik keluar masuk panggung mengatur pergerakan kekiri atau kekanan. Melihat sisi *bloking*, *bloking* merupakan aturan posisi pemain di suatu pertunjukan. Sisi *bloking* diarahkan saat berjalannya pertunjukan, biasanya para *Mimer* sering menyadari sendiri apakah posisi mereka menutupi para penonton atau malah menutupi pemain lainnya.

Paham akan tempo permainan. Yang dimaksud tempo permainan adalah pengaturan gerak yang begitu cepat ataupun begitu lambat di dalam sebuah adegan. Tempo permainan ini berguna supaya pertunjuka yang di tampilkan tidak *Flat*, atau monoton, gerakan yang lambat, pelan, yang disebut *Slowmotion* dalam pantomim akan di peragakan dengan ekspresi yang santai. Sedangkan gerakan cepat para *Mimer* akan memperagakannya dengan ekspresi yang serius dan terburu-buru.

Pengiringan musik, pada saat melakukan gerakan pantomim para *Mimer* harus menyesuaikan dengan irama musik yang di dengar, contohnya saat musik berbunyi seakan-akan sedang membuka pintu maka gerkan pantomim harus cepat dan seiring dengan suara bukaan pintu jangan sampai tertinggal dengan gerakan.⁴⁴

Mereka akan mampu kreatif dalam menciptakan karya seni walaupun terhalang berbagai hal keterbatasan, dengan berpikir kreatif apapun yang

⁴⁴ Wak Dolah, Ketua Komunitas PMC, Wawancara Tanggal 22 September 2019.

dilihat orang lain tidak berguna, bagi mereka bisa dipergunakan untuk dikaryakan sebagai sebuah karya seni yang hidup sepanjang masa.⁴⁵

Pada penelitian ini strategi pengembangan organisasi dan teori AIDDA sangat seimbang dimana strategi pengembangan organisasi berperan sebagai tahapan awal untuk memperkenalkan kesenian pantomim di masyarakat kota Palembang. Sedangkan teori AIDDA sebagai tahapan cara untuk penyuluhan dari komunitas Palembang *Mime Club* untuk memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang.

Konsep AIDDA ini adalah konsep psikologis dari diri khalayak. Berdasarkan konsep AIDDA sifatnya linear dan banyak digunakan dalam kegiatan penyuluhan dan pemasaran komersial.

Pada teori tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam komunikasi yang efektif, terlebih dahulu komunikator harus berusaha membangkitkan kesadaran komunikan dalam hal ini adalah penonton, hingga dapat memunculkan perhatian disusul dengan adanya sebuah keinginan agar terjadi sebuah keputusan dan tindakan terhadap apa yang di komunikasikan tersebut.

Proses pertahanan komunikasi ini merupakan prosedur mencapai efek yang dikehendaki. Proses tersebut terkandung tujuan bahwa komunikasi dimulai melalui pembangkitan perhatian. Hubungan antara penyampaian pesan harus timbul daya tarik. Pada dirinya harus ada faktor yang menarik perhatian sebagai si penyampa pesan.

⁴⁵ Komunitas Pantomim Indonesia, *Modul Pelatihan Seni Pertunjukan Pantomim @Indomime*

Seorang penyampai pesan memiliki kemampuan dalam melakukan perubahan pendapat, sikap dan juga tingkah laku komunikasi dengan mekanisme perhatian jika pihak penerima pesan merasa si penyai pesan ikut serta dengan dirinya, dapat dikatakan pihak penerima merasakan adanya persamaan antara si penyampai pesan dan dirinya. Akhirnya si penerima bersedia menjalankan apa yang di perintahkan oleh si penyampai pesan.⁴⁶ Penyapai pesan berusaha memiliki sikap yang menyamakan diri dengan si penerima dapat menimbulkan rasa simpati si penyampai pesan pada penerima.

Awal mulainya komunikasi membangkitkan perhatian adalah awal suksesnya komunikasi. Apabila hal tersebut terjalan haruslah diimbangi dengan upaya adanya rasa minat yang berupa rasa tinggi dari perhatian. Minat merupakan kelanjutan dari rasa perhatian yang titik tolak ukur bagi adanya hasrat melalui sebuah kegiatan yang di harapkan oleh si penyampai pesan. Tetapi hasrat belumlah cukup untuk si penyampai pesan membuat adanya keputusan, dimana keputusan untuk melakukannya kegiatan yang diharapkan.

⁴⁶ Yetty, Yudi. (2017), *Komunikasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik*, Deepublish, h.79

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan mengenai strategi komunikasi pemasaran komunitas Palembang *Mime Club* (PMC) dalam memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang. maka dapat disimpulkan sesuai dengan rumusan masalah yang telah di buat oleh peneliti.

Cara Komunitas Palembang *Mime Club* memperkenalkan kesenian pantomim di kota Palembang dengan cara menggunakan strategi pengembangan organisasi terlebih dahulu dimana strategi pengembangan organisasi ini berguna untuk meningkatkan dan memperkenalkan terlebih dahulu tentang inti dari Komunitas Palembang *Mime Club*, mempersolid, serta memperkuat kepercayaan masyarakat menggunakan strategi pengembangan organisasi.

Setelah terbentuknya strategi pengembangan organisasi maka mulailah Komunitas Palembang *Mime Club* menggunakan teori AIDDA yang mana teori ini menjelaskan mengenai kesadaran dari pihak pendiri komunitas, serta kesadaran dari masyarakat sendiri, perhatian dari masyarakat tentang aktraksi pantomim, keinginan dari masyarakat untuk mengenal dan menggunakan jasa pantomim, keputusan dari pihak komunitas untuk tetap memperkenalkan kesenian pantomim. Aksi atau tindakan yang dilakukan oleh komunitas untuk lebih mengenal dan mendalami kesenian pantomim dengan mengadakan event-event tiap bulan dan tahunnya serta ditemukannya bahwa kesadaran

masyarakat mengenai kesenianantomim masih kurang di kalangan masyarakat kota Palembang dengan adanya komunitas Palembang *Mime Club* dapat membantu pengetahuan masyarakat mengenai kesenian pantomim di kota Palembang.

B. Saran

Komunitas Palembang *Mime Club* (PMC), sangat perlu untuk mempertahankan serta meningkatkan strategi komunikasi pemasaran yang telah di lakukan selama ini supaya dapat lebih banyak lagi anggota-anggota baru yang akan bergabung dalam komunitas Palembang *Mime Club* (PMC). Serta ketua dan anggota Palembang *Mime Club* harus lebih berkomunikasi secara intens, agar tetap bisa bertahan lama dalam mengembangkan kesenian pantomim di kota Palembang, atau bahkan di kota lainnya.

Penelitian ini diharapkan dapat membangun komunikasi antara masyarakat yang berminat atau tertarik terhadap kesenian pantomim. Bagi peneliti selanjutnya, agar meneliti strategi komunikasi pemasaran yang lebih luas lagi sampai hasil yang di peroleh lebih maksimal dan bermanfaat bagi komunitas ataupun perusahaan yang akan di teliti.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdurachman Oemi, (1995). *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Adisaputro , (2010). *Manajemen Pemasaran: Analisis Untuk Perancang Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen
- Aubert Charles, (1970). *The Art Of Pantomime*. New York: Benjamin Bloom Inc
- Cangara Hafied, (2014). *Perencanaan &strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Fandi, Tjiptono, (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Haroen Dewi, (2014). *Personal Branding*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Hermawan Agus, (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono Rachmat, (2006). *Teknik Prakris Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media
- Norratri, (2014). *Seri Toko Dunia 81-Chaplin*. Jakarta: Elex Media Komutindo
- Mulyana Dedy,(2005). *Ilmu Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya cet 9
- Mustofa, Zainal. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Graha Ilmu
- Morisan, (2010). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Penanda media Group
- Nurhadi Zikri Fachrul,(2015). *Teori-Teori Komunikasi dalam perspektif penelitian kualitatif*, Bogor: GhaliaIndonesia
- Norratri, (2014). *Seri Toko Dunia 81-Charlie Chaplin*, Jakarta:Elex Media Komutindo
- Pransa Doni, (2017). *Perilaku Konsumen*, Bandung: Alfabeta
- Prasetyo Bambang, et.al, (2018). *Komunikasi Pemasaran Tepadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*.Universitas Brawijaya Press

Siswandi, Yoyok , (2006). *Pendidikan Seni Budaya*. Jakart : Yudistira Ghalia Indonesia

Wayan, Nufuan, (2018). *Teori dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: Tim UB Perss

Wood. T Julia, (2013). *Komunikasi, Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba

Yudi, Yeti. (2017). *Komunikasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik*, Deepublish

B. Internet

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, KBB.

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komunitas>. diakses pada 8 Agustus 2019

Detik News, 25 September 2013, di akses pada 21 April 2019 pukul 10.31 WIB

Detik News, 20 desember 2018, di akses 22 april 2019 pukul 13:06 WIB

Komunita.ID, 11 Juli 2017, di akses pada 22 April 2019 pukul 13.20 WIB

Satrawacana, 4 juni 2017, di akses paada 5 Oktober 2019 pukul 14.30 WIB

C. Skripsi

Budi Nova Restu, (1998). *Teknik Pantomim Sena A. Utoyo dan Jamek Supardi*

Dalam Studi Perbandingan, Insstitut Seni Indonesia Yogyarata.

D. Jurnal

Diah Syafita Jihar, et al (2015). *Pengaruh AIDA Terhadap Efektifitas Iklan Online*. Univesitas Brawijaya Malang, Vol.26 No.1

Mihart, (2012). *Impact Of Integrated Marketing Communication On Consumer Behaviour: Efects On Consumer Decision-Making Proses*, Vol 4, No.2