

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 membahas 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 gerakannya 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 Norratri. (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 menamatkan 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 menunjukkan 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

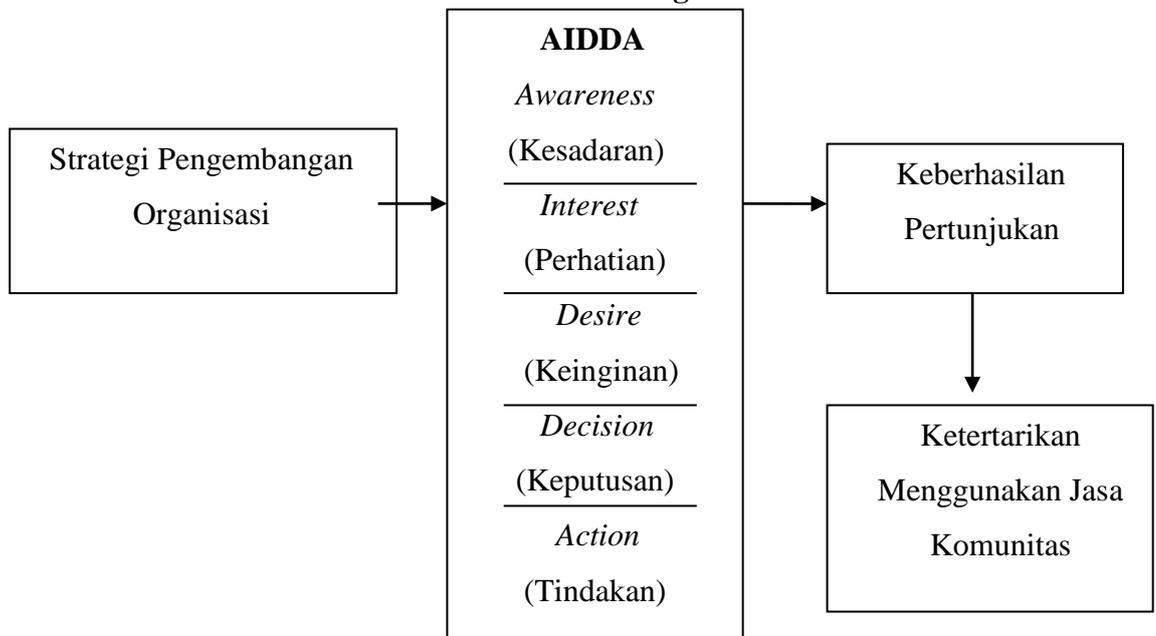
ketertarikan mereka untuk bergabung dalam komunitas Palembang *Mime Club* (PMC).

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 pemofukasan, 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 menuntuk 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 penelitan dan di lengkapi dengan saran bagi penulis serta pembaca.