

ABSTRAK

Gambus adalah alat musik yang berasal dari Timur Tengah yang dimainkan dengan cara dipetik seperti alat musik gitar. Gambus memiliki bentuk hampir sama di setiap daerahnya, terbuat dari kayu dan yang membedakannya ukuran serta jumlah dawai. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran musik gambus as-syabab dalam meningkatkan minat masyarakat sebagai identitas budaya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan teori bauran pemasaran 7P. Hasil penelitian dengan menunjukkan teori bauran pemasaran 7P menunjukkan bahwa Grup Gambus As-Syabab telah melakukan buaran pemasaran sebagai alat pemasaran yang baik untuk mengendalikan dan mempengaruhi respon pasar, dengan menggunakan faktor-faktor yang berada di bauran pemasaran.

Kata Kunci: Kesenian Gambus, Alat Musik, Pemasaran, Gambus As-Syabab

ABSTRACT

Gambus is a musical instrument originating from the Middle East which is played by plucking like a guitar. Gambus has almost the same shape in every area, is made of wood and the difference is the size and number of strings. The purpose of this study is to find out how the marketing strategy of as-syabab gambus music in increasing public interest as a cultural identity. The type of research used in this study is qualitative using the 7P marketing mix theory. The results of the study by showing the 7P marketing mix theory show that the Gambus As-Syabab Group has carried out marketing mix as a good marketing tool to control and influence market response, using the factors that are in the marketing mix.

Keywords: Gambus Art, Musical Instruments, Marketing, Gambus As-Syabab