



OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PRODUK DAN SEKALIGUS PELESTARIAN SENI BUDAYA SUNDA PAGUYUBAN RANGGON UYUT DI DESA CIKERUH JATINANGOR

Oleh

Cucu Hodijah¹, Hasti Pramesti Kusnara²

^{1,2}Institut Manajemen Wiyata Indonesia

E-mail: ¹cucu_hodijah@imwi.ac.id

Article History:

Received: 06-12-2022

Revised: 16-12-2022

Accepted: 20-01-2023

Keywords:

Digital Marketing, Flayer

Digital, Memasarkan Produk

Abstract: Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat adalah merupakan pelaksanaan dari pengamalan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni budaya secara langsung kepada masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan. Kegiatan yang dilakukan untuk memberikan ketrampilan dalam optimalisasi digital marketing dan pembuatan flayer digital kepada Paguyuban Kesenian Sunda Ranggong Uyut. Kegiatan diawali dengan pemberian edukasi dan juga pelatihan pembuatan flayer digital. Hasil dari kegiatan pengabdian ini pemilik Paguyuban Kesenian Ranggong Uyut memahami bagaimana cara mengoptimalkan Digital Marketing dan menggunakan flayer digital untuk memasarkan produknya sekaligus melestarikan kebudayaan khususnya kebudayaan Sunda.

PENDAHULUAN

Salah satu dari kekayaan Indonesia adalah keragaman seni dan budayanya. Masing-masing daerah memiliki kesenian dan kebudayaan yang berbeda-beda serta merupakan ciri khas dari daerah tersebut. Begitu juga dengan Jawa Barat atau yang lebih dikenal dengan tanah sunda, memiliki kesenian dan kebudayaan tersendiri.

Suku sunda yang ada di Jawa Barat merupakan suku kedua terbesar di Indonesia, tentu saja memiliki begitu banyak jenis kesenian dan kebudayaan yang khas serta unik. Beberapa contoh kesenian yang ada di Jawa Barat seperti rampak gendang, calung, pencak silat, kuda lumping, cianjuran, kacapi suling, kuda renggong, sintren lengser, tari jaipong, degung, angklung, sisingaan dan masih banyak lagi yang lainnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari opendata Propinsi Jawa Barat Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa diketahui data ketersediaan kelompok seni adat dan budaya berdasarkan desa/kelurahan di Provinsi Jawa Barat 2021 seperti yang terlihat dalam Tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. Daftar Kabupaten/Kota Yang Memiliki Kelompok Seni

Sumber : Data yang diolah

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah Kelompok Seni
1	Kabupaten Garut	357



No.	Kabupaten/Kota	Jumlah Kelompok Seni
2	Kabupaten Cirebon	335
3	Kabupaten Sukabumi	317
4	Kabupaten Bogor	314
5	Kabupaten Kuningan	301
6	Kabupaten Majalengka	286
7	Kabupaten Cianjur	279
8	Kabupaten Tasikmalaya	264
9	Kabupaten Bandung	260
10	Kabupaten Sumedang	252
11	Kabupaten Indramayu	239
12	Kabupaten Ciamis	225
13	Kabupaten Subang	210
14	Kabupaten Karawang	176
15	Kabupaten Bandung Barat	156
16	Kabupaten Bekasi	127
17	Kabupaten Purwakarta	124
18	Kabupaten Pangandaran	80
19	Kota Banjar	16

Dari tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa ada 19 kabupaten/kota yang memiliki kelompok seni dari sekitar 27 kabupaten/kota yang ada di Jawa Barat. Namun saat ini, kesenian sunda tersebut eksistensinya mulai tersaingi oleh kebudayaan yang masuk dari luar negeri dan disukai juga oleh generasi muda yang seharusnya menjadi generasi penerus warisan bangsa termasuk keseniannya.

Salah satu paguyuban yang secara konsisten melestarikan kesenian sunda adalah "Paguyuban Ranggon Uyut" yang berlokasi di kampung Ciawi Desa Cikeruh Jatinangor Kabupaten Sumedang. Paguyuban Ranggon Uyut tersebut tidak hanya mengusung kesenian tradisionial sunda, akan tetapi sudah dimodifikasi dengan kesenian modern agar dapat diminati oleh seluruh kalangan.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat, dan menembus berbagai segi kehidupan manusia, dimana perkembangan teknologi tersebut menjanjikan kemudahan bagi penggunaannya untuk dapat menjangkau tujuannya dengan memanfaatkan media digital atau online. Hal ini tentu saja tidak terlepas dari ditemukannya internet yang dapat digunakan dalam segala aspek kehidupan dengan jangkauan luas serta tidak membutuhkan waktu yang begitu lama. Kotler dkk dalam Sholihin (2019) menyebutkan bahwa kemajuan teknologi informasi membawa perubahan signifikan terhadap perilaku konsumen, sejak awal tahun 2000 teknologi informasi sendiri telah memasuki pasar utama dan terus dikembangkan lebih jauh menjadi apa yang disebut *new wave technology*. Begitu juga dengan Paguyuban Ranggon Uyut, sebagai salah satu paguyuban seni sunda yang memiliki tujuan utama melestarikan kebudayaan sunda terutama untuk mengenalkan



budaya sunda kepada generasi muda khususnya generasi muda yang ada di tatar sunda hingga generasi muda tidak malu atau gengsi untuk minimal menikmati kesenian sunda tersebut, maka harus mengikuti perkembangan teknologi informasi.

Untuk dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat maka penggunaan digital marketing merupakan media yang sangat tepat untuk saat ini, terutama karena generasi muda saat ini yang banyak sekali menggunakan media sosial seperti facebook, Instagram, youtube dan lain-lain. Menurut Sanjaya dan Tarigan (2009) Digital Marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, website, email, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial.

Berdasarkan hal tersebut maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan berfokus kepada membantu “Paguyuban Ranggon Uyut” yang dipimpin oleh Bapak Yusuf Wahyudin dalam ikut melestarikan kesenian dan budaya khususnya budaya sunda. Paguyuban Ranggon Uyut merupakan paguyuban atau kelompok seni sunda, akan tetapi sudah digabung dengan kesenian modern seperti dangdut dan pop agar kesenian sunda ini tidak hanya diminati oleh generasi tua, akan tetapi juga target sasaran utamanya adalah generasi muda sehingga kesenian dan kebudayaan Sunda bisa tetap eksis atau lestari.

Saat ini Paguyuban Ranggon Uyut sudah menggunakan beberapa media sosial seperti facebook, Instagram dan youtube, akan tetapi tingkat penjualan/pentasnya masih belum terlalu signifikan masih seputaran Kabupaten Bandung dan Sumedang. Apabila dilihat dari kualitas masing-masing seniman sudah termasuk berkualitas baik karena beberapa seniman ditunjang dengan pendidikan kesenian. Menyadari hal itu, untuk menyelesaikan hal tersebut perlu dilakukan edukasi dalam bentuk penyuluhan mengenai strategi optimalisasi digital marketing sebagai media pemasaran produk kesenian, mulai dari membuat iklan yang menarik, konten yang berkualitas sampai kepada pembuatan flyer digital.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan dua tahapan yaitu dengan melakukan edukasi dalam bentuk penyuluhan dan pelatihan kepada pemilik Paguyuban Ranggon Uyut. Sebelum dilakukan penyuluhan dan pelatihan Tim PKM melakukan beberapa kegiatan agar hasilnya maksimal diantaranya:

1. Observasi dengan melakukan survey lapangan dan wawancara dengan pengelola paguyuban Ranggon Uyut, tujuannya untuk mengetahui kondisi secara langsung objek yang akan mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat. Selain itu kegiatan wawancara dilakukan untuk mengetahui berbagai permasalahan yang dihadapi, rencana pelatihan, waktu dan lokasi pelaksanaan serta materi yang akan disampaikan.
2. Koordinasi dengan pengelola paguyuban Ranggon Uyut untuk menggali informasi terkait keterampilan yang akan dikembangkan dalam pengabdian yang akan dilaksanakan.
3. Melakukan analisa terkait data yang akan disajikan disesuaikan dengan kebutuhan terkait dengan permasalahan-permasalahan yang dihadapi paguyuban Ranggon Uyut.

Rencananya penyuluhan akan dilakukan dengan memberikan materi terkait optimalisasi digital marketing yaitu pengetahuan mengenai bagaimana mengoptimalkan digital marketing ditambah pengetahuan dasar digital marketing secara umum, dimulai dari



pengertian, manfaat, jenis, strategi, contoh-contoh dan cara memanfaatkan social media marketing sebagai media pemasaran serta bagaimana mengoptimalkannya. Setelah edukasi diberikan, kemudian dilakukan pelatihan bagaimana memaksimalkan atau mengoptimalisasi social media marketing melalui pembuatan flayer digital sebagai bahan promosi di media sosial, yang nantinya bisa digunakan di berbagai media sosial.



Gambar 1. Pemilik Paguyuban Ranggon Uyut

HASIL

Pemanfaatan Digital Marketing sebagai media untuk menyebarkan informasi, mengenalkan atau memasarkan jasa berupa kesenian tradisional secara online yaitu kelompok kesenian atau Paguyuban Ranggon Uyut dilaksanakan selama 1 hari yaitu pada tanggal 18 Desember 2022. Kegiatan edukasi dan pelatihan mengenai optimalisasi digital marketing dilakukan agar pelaku usaha memahami bagaimana mengoptimalkan konsep pemasaran digital dengan baik sehingga dapat diimplementasikan kepada usahanya dan pemasaran produk kesenian yang dilakukan kedepan nanti dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat tanpa adanya batasan jarak ataupun waktu dan dapat meningkatkan jadwal manggung, yang secara tidak langsung juga melestarikan kesenian sunda tradisional.

Dari Survey pendahuluan didapatkan informasi sebagai berikut :

1. Paguyuban Ranggon Uyut sudah lama terbentuk, namun baru didaftarkan secara resmi pada tahun 2018.
2. Pemilik Ranggon Uyut sudah menggunakan media social, awalnya facebook kemudian menggunakan instragram juga, namun baru sekedar untuk mendokumentasikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan belum untuk memasarkan



- produk keseniannya
3. Pemilik Ranggong Uyut belum mengetahui bagaimana menggunakan flyer digital untuk memasarkan produknya
 4. Pemilik Ranggong Uyut belum mampu memahami sepenuhnya cara memasarkan produknya secara digital.
 5. Paguyuban Ranggong Uyut sering dikunjungi oleh banyak pemain sinetron “Preman Pensiuan” akan tetapi keberadaannya belum dioptimalkan secara maksimal untuk meningkatkan penjualan produknya.



Gambar 2. Kegiatan Survey Langsung Untuk Menggali Informasi

Langkah selanjutnya adalah dilakukan tahap edukasi dengan melakukan penyuluhan langsung kepada pemilik Paguyuban Ranggong Uyut, yaitu terkait pentingnya pengoptimalisasian digital marketing sebagai media pemasaran produk khususnya produk kesenian yang didalamnya berisi materi-materi optimalisasi digital marketing. Saat itu juga dimunculkan gagasan pengembangan marketing berbasis e – commerce melalui digital marketing dengan menggunakan aplikasi instagram, facebook dan whatsapp bisnis sebagai media promosi produk.

Selanjutnya adalah memberikan pelatihan kepada pemilik Paguyuban Ranggong Uyut dalam menggunakan social media marketing baik itu facebook ataupun instagram dan membantu pembuatan flyer digital sebagai bahan promosi di media sosial, Melalui optimalisasi Facebook dan Instagram ini diharapkan Paguyuban Ranggong Uyut akan dapat lebih mudah memasarkan produknya dan menjangkau lebih banyak lagi konsumen potensial tanpa adanya batasan tempat dan waktu. Dengan adanya flyer digital yang dibuat akan memudahkan pemilik Paguyuban Ranggong Uyut dalam mempromosikan produknya karena berisikan informasi detail produk termasuk harga dan lain sebagainya



Gambar 2. Kegiatan Edukasi Penyuluhan Kepada Pemilik Paguyuban Ranggong Uyut



Sesi terakhir dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah melihat pemilik Paguyuban Ranggong Uyut dapat mengimplementasikan apa yang telah kami sampaikan yaitu bagaimana mengoptimalkan digital marketing melalui social media marketing yang sudah mulai digunakan sebagai media pemasaran produk dan pemilik sudah secara aktif memasarkan produknya dan dapat membuat flyer digital.



KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Paguyuban Ranggong Uyut ini dapat disimpulkan berhasil. Pemilik Paguyuban Ranggong Uyut kini mengetahui bagaimana mengoptimalkan Digital Marketing dan dengan pelatihan pemilik dapat mengaplikasikan bagaimana membuat flyer digital untuk memasarkan produk keseniannya.

Dengan demikian, hal ini berarti bahwa kegiatan edukasi dan pelatihan yang dilakukan dapat diterima dengan baik oleh pemilik Paguyuban Ranggong Uyut. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat dijadikan solusi dalam meningkatkan pemasaran produk sehingga dapat memperoleh keuntungan yang optimal bagi pemilik usaha serta diharapkan dapat aktif dan konsisten untuk mempromosikan produknya di social media dan bisa menggunakan platform digital lainnya sehingga dapat menjangkau masyarakat luas dan memperoleh dampak yang positif bagi keberlangsungan usahanya, terutama dalam melestarikan kebudayaan khususnya budaya Sunda.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Sholihin, Riadhus, 2019, Digital Marketing di Era 4.0, Yogyakarta : Quadrant
- [2] Sanjaya, R. Josua Tarigan. (2009). Creative Digital Marketing Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif Dan Berdaya Hasil Gemilang. Jakarta: PT Alex Media Komputindo .
- [3] Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, ..., daftar ketersediaan kelompok seni adat dan budaya berdasarkan desa/kelurahan di Provinsi Jawa Barat, <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/daftar-ketersediaan-kelompok-seni-adat-dan-budaya-berdasarkan-desakelurahan-di-jawa-barat>