

STRATEGI KOMUNIKASI SANGGAR LATAH TUAH PEKANBARU DALAM MENARIK MINAT ANGGOTA PECINTA SENI

Oleh : Adita Puji Ardiyanta

Ardiyanta93@gmail.com

Pembimbing : Evawani Elysa Lubis, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H. R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru
28293- Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Sanggar Latah Tuah is one of the art communities that has existed and survived long enough until this day, and one of the things that play a role in this is the communication and strategy that is carried out. Therefore, this study aims to find out the communication strategies carried out by Sanggar Latah Tuah in attracting members of art lovers, by identifying the formulation, implementation, and evaluation carried out on a predetermined strategy.

The method used in this research is a qualitative method that is descriptive and data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation studies. Data were obtained from interviews with four research informants, namely the general chairman, graphic design, and members of Sanggar Latah Tuah.

Broadly speaking, the strategy is carried out through three stages: first, the formulation of strategies. This stage is a step that must be taken in planning communication. Second, strategy implementation. In this stage the process of implementing the strategy runs and the use of information systems and linking resources with the performance of the community or organization. And third, strategy evaluation. This stage is to measure the extent to which the strategy has been achieved. Based on the research results obtained show that the communication strategy carried out by Sanggar Latah Tuah is through a direct approach through the activities carried out by Sanggar Latah Tuah and through social media by disseminating information relating to each activity that will be carried out. From the results of this study, the researchers concluded that the communication strategy carried out by Sanggar Latah Tuah in attracting members of art lovers had been fully carried out and was quite effective, even though it had not been perfectly structured in accordance with the theory of communication strategies this could be seen from the increasing number of members. and the existence of Latah Tuah itself which is able to survive long enough in the arts.

Keyword : strategy, communication, community, interest, art

Pendahuluan

Komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sesudah menerima pesan serta memahami sejauh kemampuannya, penerima pesan menyampaikan pesan itu kepadanya. Selama tidak ada gangguan atau *noise*, komunikasi akan berjalan lancar dan efektif (Hardjana, 2003: 11).

Menurut Ralph Ross, kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas merujuk pada kelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap.

Perkembangan komunitas atau lembaga kesenian di Indonesia semakin hari semakin bertumbuh dan sangat beragam, tapi tujuannya tidak jauh berbeda, yaitu untuk mencapai suatu tujuan tertentu masing-masing komunitas atau lembaga tersebut.

Terbentuknya suatu lembaga kesenian yang tetap eksis dan berkembang tidak serta merta berjalan begitu saja tanpa adanya suatu metode yang jitu (strategi) untuk menarik minat para pelaku dan pecinta seni. Strategi komunikasi merupakan cara yang dilakukan oleh Sanggar Latah Tuah dalam rangka untuk menarik minat pada pecinta seni di Pekanbaru agar tertarik bergabung untuk lebih mengenal dan mendalami kesenian.

Secara legal formal, Sanggar Latah Tuah adalah Unit Kegiatan Mahasiswa UIN Suska Riau yang merupakan sebuah sarana atau wadah untuk menghimpun mereka yang tertarik dengan berbagai macam seni seperti seni musik, seni tari, seni peran dan berbagai macam bidang seni lainnya serta sebagai wadah berbagi

ilmu dan pengetahuan dalam bidang seni terus melakukan upaya-upaya kreatif untuk menggali berbagai macam kemungkinan dalam proses penciptaan karya seni untuk menarik minat para pecinta seni.

Berada di kota Pekanbaru yang terdapat banyak komunitas atau lembaga seni dan budaya dengan beragam potensi yang dimiliki seperti UKM Batra, Teater Matan, Sanggar Selembayung, serta Rumah Sunting turut memposisikan Sanggar Latah Tuah dalam situasi yang sarat akan persaingan kreatif antar komunitas atau lembaga tersebut. Di tengah banyaknya lembaga atau komunitas seni dan budaya yang tidak berafiliasi ke institusi pendidikan, partai politik, atau organisasi kemasyarakatan lain, tidak menyurutkan Sanggar Latah Tuah –yang berafiliasi dengan UIN Suska Riau– untuk terus berkarya secara maksimal, memproduksi dan menyuguhkan karya yang berkualitas, baik dari tinjauan estetis maupun artistik demi mengembangkan seni, pun demikian halnya dalam urusan menarik minat para pecinta seni. Sanggar Latah Tuah tidak henti merumuskan dan melaksanakan strategi komunikasi yang jitu, tak lain agar dapat semakin diketahui dan diakui keberadaannya yang pada akhirnya semakin meningkatkan minat para pecinta seni untuk bergabung dengan Latah Tuah. Untuk itu Sanggar Latah Tuah harus pintar dan mempunyai pemikiran yang kreatif dalam menyusun strategi komunikasi untuk menghadapi persaingan tersebut.

Di wilayah kota Pekanbaru Sanggar Latah Tuah merupakan komunitas seni yang sangat diperhitungkan, selalu berinovasi terhadap karya dan konsisten menjaga kualitas dalam berproses membuat karya-karya seninya selalu ditunggu dan

selalu berhasil menarik minat para pecinta seni, hal ini terbukti dari bagaimana Sanggar Latah Tuah tidak pernah kehabisan anggota dan mampu tetap bertahan selama lebih dari dua dekade komunitas ini berdiri, bahkan pada tiga gelombang pendaftaran terakhir yang dibuka komunitas ini berhasil menarik 500 hingga 800 pendaftar, ini merupakan jumlah pendaftar terbanyak dalam lima tahun terakhir berdasarkan data yang dikelola oleh pengurus Sanggar Latah Tuah . Tak hanya sebatas “jago kandang” Sanggar Latah Tuah juga mampu menunjukkan prestasinya ditingkat Nasional maupun Internasional.

Peningkatan yang dicapai jelas jauh lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya. Evaluasi atas proses-proses yang telah dilalui sebelumnya menjadikan Sanggar Latah Tuah lebih siap dalam menghadapi persaingan yang ada. Evaluasi yang dilakukan tersebut meliputi evaluasi internal dan eksternal Sanggar Latah Tuah. Evaluasi Internal meliputi evaluasi kinerja tim, pengurus, dan anggota Sanggar Latah Tuah, serta evaluasi eksternal yang meliputi perkembangan teknologi, ekonomi, politik, dan kultural. Respon dan penanganan yang cepat dan tepat atas evaluasi-evaluasi tersebut berdampak pada meningkatnya peminat yang ingin menjadi anggota dan tawaran untuk mengikuti ajang-ajang yang diselenggarakan pemerintah atau swasta.

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Setiap komunitas atau lembaga memiliki strategi komunikasi yang berbeda-beda dalam mencapai tujuannya, tergantung pada kebiasaan dari komunitas atau lembaga itu sendiri. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana

operasionalnya secara taktis dilakukan, dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda-beda sewaktu-waktu, tergantung pada situasi dan kondisi. Bisa dikatakan, dalam menentukan sebuah langkah, sangat diperlukan strategi komunikasi sebelumnya agar pesan dapat tersampaikan secara efektif hingga tercapainya tujuan secara umum (Effendy, 2004: 29).

Studi ini bertujuan untuk melihat dan mempelajari bagaimana strategi komunikasi yang telah dilakukan oleh Sanggar Latah Tuah untuk menarik minat para pecinta seni.

Identifikasi Masalah

1. Bagaimana perumusan strategi komunikasi yang digunakan Sanggar Latah Tuah (SLT) Pekanbaru dalam menarik minat anggota pecinta seni?
2. Bagaimana implementasi strategi komunikasi yang digunakan Sanggar Latah Tuah (SLT) Pekanbaru dalam menarik minat anggota pecinta seni?
3. Bagaimana evaluasi strategi komunikasi yang digunakan Sanggar Latah Tuah (SLT) Pekanbaru dalam menarik minat anggota pecinta seni?

Tujuan Masalah

1. Mengetahui perumusan strategi komunikasi yang digunakan Sanggar Latah Tuah (SLT) Pekanbaru dalam menarik minat anggota pecinta seni.
2. Menganalisis implementasi strategi komunikasi yang di gunakan Sanggar Latah Tuah (SLT) Pekanbaru dalam menarik minat anggota pecinta seni.
3. Menganalisis evaluasi strategi komunikasi yang di gunakan Sanggar Latah Tuah (SLT) Pekanbaru dalam menarik minat anggota pecinta seni.

Manfaat Penelitian

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat berguna serta dapat memberi sumbangan pemikiran dalam upaya pengembangan dan pengetahuan

ilmu komunikasi pada umumnya dan pada khususnya dalam kajian strategi komunikasi. Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.

2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi referensi bagi Sanggar Latah Tuah Pekanbaru dalam melakukan strategi komunikasi secara efektif, khususnya dalam menarik minat anggota pecinta seni di kota Pekanbaru.

Tinjauan Pustaka

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan keseluruhan perencanaan, taktik dan cara yang dipergunakan oleh kelompok atau organisasi untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Arni, 2004 : 65-66).

Menurut R. Wayne Peace, Brend D. Petterson dan M. Dallas Burnet dalam buku *Techniques for Effective Communication*, seperti yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy, tujuan sentral strategi komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

- a. *To secure understanding* : memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterima, andaikan sudah dapat dimengerti dan diterima, maka penerimanya itu harus dibina.
- b. *To establish acceptance* : setelah komunikan mengerti dan menerima pesan, maka harus dilakukan pembinaan sesuai pesan yang telah diterima.
- c. *To motivation action* : setelah dilakukan pembinaan terhadap penerimaan pesan maka selanjutnya kegiatan harus dimotivasikan.

Ketiga tujuan strategi komunikasi tersebut sangat berkaitan erat karena tujuan-tujuan tersebut harus saling memastikan bahwa tujuan lainnya telah tercapai.

Fungsi Strategi Komunikasi

- a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran komunikasi untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b. Menjembatani, maksudnya suatu program yang berasal dari suatu produk kebudayaan lain yang dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan sendiri sangat tergantung bagaimana strategi mengemas informasi itu dalam dikomunikasikannya, akibat kemudahan diperolehnya dan dioperasionalkannya media yang begitu ampuh, yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya (Effendy, 2003 : 300).

Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

1. Mengenal Khalayak

Fajar dalam bukunya menjelaskan bahwa dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif sehingga antara komunikator dan komunikan bukan hanya terjadi saling hubungan tetapi juga saling mempengaruhi (2009, 184). Selanjutnya dijelaskan bahwa yang harus dilakukan pada tahap mengenal khalayak ini meliputi beberapa hal, yaitu:

- a. Kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak yang terdiri dari:
 - 1) Pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan.
 - 2) Kemampuan menerima pesan lewat media yang digunakan.
 - 3) Pengetahuan tentang perbendaharaan kata yang digunakan

- b. Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma kelompok dan masyarakat yang ada. Hal ini berhubungan dengan bagaimana komunikator memberi perhatian lebih pada bagaimana cara memilih khalayak yang mempunyai kepentingan yang sama dengan komunitas
- c. Situasi di mana khalayak itu berada.

2. Menyusun Pesan

Dalam masalah ini, Wilbur Schramm mengajukan syarat-syarat berhasilnya suatu pesan tersebut sebagai berikut:

- a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran komunikasi yang dituju.
- b. Pesan haruslah menggunakan tanda atau simbol-simbol yang didasarkan pada pengalaman yang sama antar sumber dan sasaran serta dapat dimengerti keduanya, sehingga kedua pengertian itu dapat saling bertemu.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi dari sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok, dimana kesadaran pada saat itu digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.

Pesan yang akan disampaikan oleh komunikator harus benar-benar direncanakan sebaik mungkin, sehingga pada akhirnya pesan yang disampaikan akan mendorong seseorang untuk berbuat atau mengambil tindakan berdasarkan pesan yang mereka terima.

3. Menetapkan Metode

Metode penyampaian berdasarkan aspek yang pertama yakni metode penyampaian semata-mata melihat

komunikasi itu dari segi pelaksanaannya dengan melepaskan perhatian dari isi pesan yang disampaikan. Sedangkan yang kedua, yaitu melihat komunikasi itu dari segi bentuk pernyataan atau bentuk pesan dan maksud yang dikandungnya.

Dalam metode penyampaian atau mempengaruhi pesan menurut aspek pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk metode, yaitu sebagai berikut:

a. *Redundancy (Repetition)*

Metode *redudancy* atau *repetition* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan mengulang-ulang pesan kepada khalayak. Dengan metode ini banyak manfaat yang dapat ditarik. Manfaat itu antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu, karena berkontras dengan pesan yang tidak diulang-ulang sehingga ia akan lebih banyak mengikat perhatian khalayak.

b. *Canalizing*

Untuk mempengaruhi khalayak dengan metode ini haruslah terlebih dahulu mengerti tentang kerangka referensi dan lapangan pengalaman dari khalayak sasaran dan kemudian menyusun pesan dan metode komunikasi yang sesuai dengan itu. Hal tersebut dimaksudkan agar khalayak tersebut pada tahap permulaan dapat menerima pesan yang disampaikan kepadanya. Sedangkan dalam metode menurut bentuk isinya ada beberapa metode yang dikenal yakni diantaranya:

a) Informatif

Bentuk pesan yang bersifat informatif yaitu suatu bentuk isi pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan cara memberikan penerangan.

b) Persuasif

Persuasif berarti mempengaruhi dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikirannya, maupun terutama perasaannya.

c) Edukatif

Metode edukatif dapat dikatakan sebagai salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan, dapat diwujudkan dalam bentuk pesan yang berisi: pendapat-pendapat, fakta-fakta dan pengalaman-pengalaman.

4. Penggunaan Media

Sebagaimana dalam menyusun pesan dari suatu komunikasi yang ingin dilancarkan, kita harus selektif dalam arti menyesuaikan keadaan dan kondisi khalayak. Pemilihan media komunikasi pun harus demikian adanya, karena untuk mencapai sasaran komunikasi harus dapat memilih secara tepat media komunikasi apa yang akan digunakan, tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang ingin disampaikan, dan teknik yang akan digunakan.

Media merupakan alat yang dapat digunakan sebagai penyalur ide atau pesan dari seorang komunikator kepada khalayak atau komunikan. Media dalam hal ini lebih menekankan pada faktor hubungannya dengan situasi sosial psikologis (Fajar, 2009:204).

5. Peranan Komunikator

Komunikator merupakan unsur yang paling dominan dalam keseluruhan proses komunikasi untuk mencapai efektivitas, yaitu mereka yang menyusun dan melontarkan pesan atau pernyataan umum kepada khalayak (Fajar, 2009: 213).

Pada intinya komunikator merupakan orang yang mempunyai kepemimpinan, sehingga mampu menggerakkan dan mempengaruhi orang banyak.

Singkatnya, keseluruhan langkah dalam proses strategi komunikasi diatas meliputi :

1. Perencanaan / persiapan
 - a. Melakukan penelitian, orientasi, dan pendugaan
 - b. Menyusun perencanaan dan strategi

c. Penelitian yang dilakukan oleh komunikator untuk mengetahui khalayak, yaitu menemukan data tentang lapangan pengalaman dan kerangka referensi yang meliputi antara lain yaitu:

- 1) Pendidikan, agama, bahasa, adat kebiasaan, norma-norma, dan usia.
- 2) Pekerjaan (pokok/ sampingan), jumlah anak/tanggungan dan kekayaan
- 3) Hubungan sosial, pengalaman perjalanan, sumber informasi dan kawan akrab.
- 4) Pengaruh sosial, jabatan/kedudukan dan sebagainya.
- 5) Pengetahuan, sikap dan praktik khalayak tentang pesan-pesan yang akan disampaikan.

Dari data tersebut baru disusun strategi yang meliputi tema, materi, dan metode, serta bentuk komunikasi dan media yang digunakan.

2. Pelaksanaan

Hal ini berkaitan dengan bagaimana berlangsungnya kegiatan strategi komunikasi yang dilakukan.

3. Evaluasi

Evaluasi terdiri dari penilaian terhadap jalannya program komunikasi selama komunikasi dan sesudah komunikasi berlangsung.

Minat

Minat adalah sikap jiwa seseorang termasuk ketiga fungsi jiwanya, yaitu kognisi, konasi, afeksi yang tertuju pada sesuatu dan dalam hubungan ini unsur perasaan yang terkuat seseorang tertuju pada suatu objek sebenarnya dimulai dengan adanya minat terhadap hal tersebut (Ahmadi, 2003 : 151). Definisi dari minat sendiri adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, mempunyai atau menaruh minat (memperhatikan, menginginkan, menyukai) atau ingin (akan) terhadap sesuatu (KBBI 2002 : 558). Adapun yang

dimaksud dengan minat menurut psikologi adalah suatu kecenderungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus (Sabri 1996 : 84).

Crow dan Crow dalam Kusuma 2007 : 18 menyatakan bahwa minat muncul ditandai dengan :

- a. Adanya dorongan motivasi yang intens atau cukup kuat terhadap sesuatu yang biasanya untuk memenuhi dorongan kebutuhan yang muncul pada diri individu.
- b. Disertai dengan timbulnya suatu ketertarikan atau perhatian pada diri individu terhadap sesuatu yang berkaitan dengan kebutuhan pada diri individu.
- c. Adanya keinginan atau kegairahan pada diri individu.
- d. Adanya kesenangan atas sesuatu.
- e. Munculnya suatu aktivitas yang berkaitan dengan pemenuhan dorongan atas sesuatu kebutuhan pada diri individu.

Seni

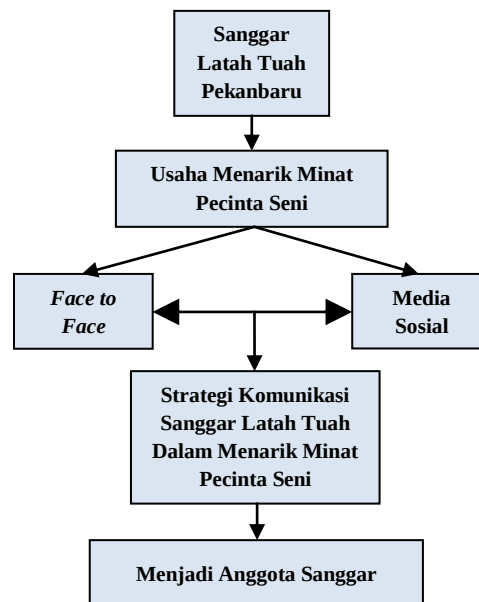
Seni adalah segala yang berkaitan dengan karya cipta yang dihasilkan oleh unsur rasa. Seni merupakan proses dari manusia, dan oleh karena itu merupakan sinonim dari ilmu. Seni bisa dilihat dalam intisari ekspresi dari kreativitas manusia.

Seni memiliki berbagai pengertian tergantung dengan konsep atau pandangan yang mendasari sebuah teori atau kajian mengenai seni itu sendiri. Menurut Sumanto (2006 : 5) seni dapat diartikan sebagai hasil atau proses kerja dan gagasan manusia yang melibatkan kemampuan terampil, kreatif, kepekaan indera, kepekaan hati dan pikiran untuk menghasilkan suatu karya yang memiliki kesan indah, selaras, bernilai seni, dan lainnya.

Menurut pendapat di atas diketahui bahwa seni merupakan hasil karya manusia dengan melibatkan jiwa dan perasaan serta kreativitas yang

dimilikinya. Hasil karya seni tersebut merupakan wujud ekspresi sang seniman yang kemudian diterapkan pada berbagai media yang mendukung dalam teknik dan prosesnya. Seni tidak hanya melibatkan manusia sebagai objeknya sebagaimana dikemukakan oleh Plato dalam Sumanto (2006 : 6) bahwa: “Seni adalah hasil tiruan alam (*Ars Imitatur Naturam*)”. Pandangan ini menganggap bahwa suatu karya seni merupakan tiruan objek atau benda yang ada di alam atau karya yang sudah ada sebelumnya. Nilai keindahan pada suatu karya seni didasarkan pada kesan keindahan yang sudah ada di alam.

Kerangka Pemikiran



Dengan peta kerangka berfikir di atas, rumusan permasalahan pada penelitian ini didasarkan pada fakta bahwa setiap komunitas memiliki strategi tersendiri sebagai usaha yang memang digunakan untuk menarik anggota baru. Sanggar Latah tuah memiliki beberapa kegiatan yang dapat dihadiri oleh siapapun secara terbuka. Disamping itu, setiap anggota bahkan pemimpinnya sendiri juga memiliki kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan kelompok atau sanggar itu sendiri.

Dalam penyampaian maksud dan tujuan komunitas, Latah Tuah menekankan pada komunikasi secara langsung dan melalui media yang sesuai dengan sistem sosial dan budaya yang sedang berkembang. Faktor keterampilan, sikap, pengetahuan, kebudayaan, dan sistem sosial dari sumber atau orang yang mengirim pesan merupakan faktor penting dalam menentukan isi pesan, perlakuan atau *treatment* dan penyandian pesan. Faktor-faktor ini juga berpengaruh kepada penerima pesan dalam menginterpretasikan isi pesan yang dikirimkan.

Peneliti tertarik akan strategi komunikasi mereka, apakah ada hal-hal baru yang lebih menarik selain pesan-pesannya itu sendiri sehingga mampu bertahan hingga lebih dari dua dekade dan mampu melakukan peremajaan anggota dalam tubuh komunitas setiap tahunnya untuk ikut bergabung dalam komunitas mereka.

Metode Penelitian

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe deskriptif kualitatif, dimana peneliti mendeskripsikan atau mengkonstruksi wawancara mendalam terhadap subjek penelitian.

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), data dalam penelitian ini berasal dari naskah wawancara, foto, recorder, dan internet.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di sekretariat Sanggar Latah Tuah, bertempat di Jalan HR. Soebrantas No. 155 KM. 15, kompleks Gedung Pusat Kegiatan Mahasiswa UIN SUSKA Riau, Pekanbaru.

Penelitian ini dilaksanakan pada periode waktu Februari-Juli 2018

dengan perkiraan waktu penelitian sebagai berikut :

- a. Tahap persiapan : Februari – April 2018
- b. Tahap pengumpulan data: April – Mei 2018
- c. Tahap pengolahan data : Mei – Juni 2018
- d. Tahap pelaporan : Juli 2018

Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek penelitian

Subjek penelitian menurut Arikunto merupakan sesuatu yang sangat penting kedudukannya dalam penelitian, subjek penelitian harus ditata sebelum peneliti siap untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda, hal atau orang (Arikunto, 2007 : 152).

Pengambilan subjek didasarkan pada metode *purposive sampling*, dimana subjek pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam informan dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa informan berdasarkan pada karakteristik yang telah ditentukan (Ruslan, 2010 : 157). Subjek penelitian dalam penelitian ini berjumlah empat informan, yaitu pihak yang terlibat dalam kepengurusan ataupun keanggotaan Sanggar Latah Tuah Pekanbaru dengan kriteria sebagai berikut:

1. Pengurus atau Pernah menjadi pengurus Sanggar Latah Tuah UIN SUSKA Riau dalam periode waktu tiga tahun terakhir,
2. Anggota Sanggar Latah Tuah UIN SUSKA Riau minimal selama tiga tahun,
3. Pernah terlibat dalam kegiatan strategi komunikasi yang dilakukan Sanggar Latah Tuah UIN SUSKA Riau.

Alasan pemilihan narasumber tersebut karena mereka lebih berkompeten untuk memberikan informasi mengenai kegiatan

komunikasi yang dilakukan oleh Sanggar Latah Tuah UIN SUSKA Riau. Penentuan informan dipilih berdasarkan kemampuan dari informan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.

Dibawah ini merupakan nama-nama informan dalam penelitian ini :

1. Muhammad Rezza Akmal
2. Fytra Maulana
3. Abii
4. Mila Fadhila Rahmi

b. Objek penelitian

Arikunto (2010: 29) mengemukakan pengertian objek penelitian sebagai variabel penelitian, yaitu sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian. Objek penelitian merupakan titik yang menjadi perhatian dari suatu penelitian. Titik perhatian tersebut berupa substansi atau materi yang diteliti atau dipecahkan permasalahannya menggunakan teori yang bersangkutan. Yang menjadi objek penelitian pada penelitian ini adalah dokumen pribadi, literatur yang berhubungan, serta hasil dokumentasi yang didapatkan peneliti selama meneliti Sanggar Latah Tuah UIN SUSKA Riau.

Jenis dan Sumber Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber data, yang dikumpulkan secara khusus, yang berhubungan dengan permasalahan penelitian (Cooper & Emory, 1995 dalam Ruslan, 2006 : 138). Data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan peneliti, baik itu opini, hasil observasi, kegiatan atau hasil pengujian. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang didapatkan berdasarkan hasil wawancara dengan empat informan. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari hasil pengamatan peneliti sendiri sebagai instrumen

penelitian dan didukung oleh hasil wawancara peneliti dengan subjek penelitian.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari sumber asli atau pertama. Data sekunder umumnya bersumber dari bahan bacaan atau dokumentasi seperti surat-surat pribadi, buku harian, notulen rapat, dokumen resmi dari instansi pemerintah, surat kabar, majalah dan naskah hasil penelitian (Ruslan, 2006: 138).

Pada penelitian ini, data sekunder peneliti ambil dari arsip berupa beberapa literatur, catatan, ataupun dokumentasi yang dimiliki oleh Sanggar Latah Tuah dan orang-orang yang terlibat dalam Sanggar Latah Tuah yang sesuai dan berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Dalam observasi ini peneliti mengamati strategi komunikasi yang dilakukan oleh Sanggar Latah Tuah tersebut, peneliti juga ikut berkomunikasi dan membangun hubungan komunikasi yang baik dengan informan. Adapun bentuk observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi non-partisipan, observasi non-partisipan adalah jenis metode observasi yang dimana seorang peneliti hanya sebagai "penonton" saja, dan tidak terjun sebagai "pemain" seperti dalam observasi partisipan (Ardianto, 2011 : 180).

b. Wawancara

Dalam hal ini peneliti melaksanakan wawancara secara langsung dengan beberapa orang yang terlibat di dalam Sanggar Latah Tuah sehingga kemudian diharapkan memberikan informasi dan data-data yang peneliti butuhkan.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan upaya untuk memperdalam data-data yang berhubungan dengan penelitian yang berasal dari majalah, artikel, *company profile* dan lain-lain. Setiap data yang telah terkumpul akan digunakan sebagai bahan penunjang didalam penelitian (Sugiyono, 2012 : 240).

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2008 : 89).

Teknik Keabsahan Data

Sesuai dengan pendekatan yang digunakan yaitu deskriptif, maka dalam menganalisis data yang berhasil dikumpulkan tidak digunakan uji statistik melainkan non-statistik. Triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi. Kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data mengenai berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan, dengan kata lain penulis dapat *me-recheck* temuannya dengan cara membandingkannya dengan berbagai sumber, metode atau teori.

Hasil dan Pembahasan

Strategi Komunikasi Sanggar Latah Tuah Pekanbaru Dalam Menarik Minat Anggota Pecinta Seni

Dalam teori strategi komunikasi, tahapan-tahapan yang berlangsung

berupa tahap perencanaan, implementasi dan evaluasi. Secara garis besar disimpulkan bahwa pada dasarnya Sanggar Latah Tuah belum menggunakan strategi komunikasi secara terstruktur dan terencana serta terprogram dengan baik yang sesuai dengan strategi komunikasi. Hal tersebut dapat dijelaskan melalui beberapa hasil analisa yang dilakukan penulis dengan responden.

1. Khalayak

Dalam hal ini, Sanggar Latah Tuah sepertinya belum melakukan seluruh proses tersebut. Hal tersebut terlihat dari pemilihan khalayak yang tidak dipatok dengan syarat atau kriteria tertentu, selain itu tanpa syarat lain yang penuh dengan pertimbangan dan sebagainya. Langkah tersebut tentunya sedikit banyak bisa saja akan menjadi penghalang atau hambatan dalam suksesnya perencanaan kegiatan yang telah diciptakan.

2. Pemilihan Kegiatan

Dilihat dari segi kegiatan yang dibentuk oleh Latah Tuah, Kegiatan-kegiatan yang dipilih oleh Sanggar Latah Tuah sebagai agenda mereka merupakan kegiatan yang mampu menonjolkan kelebihan Sanggar Latah Tuah itu sendiri sehingga sangat memungkinkan bagi mereka untuk mampu menarik minat masyarakat atau komunikannya, selain itu juga merupakan pilihan agenda yang rata-rata di dalam kegiatan tersebut mencakup khalayak dengan jumlah yang tidak sedikit. Artinya, acara-acara yang dijadikan sebagai agenda kegiatan rutin oleh Latah Tuah merupakan acara yang selalu dihadiri oleh jumlah orang lebih dari dua. Sehingga pemilihan acara tersebut dikategorikan pemilihan acara yang menggunakan sistem komunikasi dua arah. Di mana dalam setiap acara mereka memungkinkan

untuk terjadi interaksi antara narasumber dengan peserta.

3. Penetapan metode

Metode penyampaian pesan juga merupakan salah satu faktor pendukung keberhasilan tersampainya pesan dengan baik kepada khalayak. Penggunaan metode penyampaian pesan yang baik dan efektif akan menciptakan penerimaan pesan yang baik pula, serta mengurangi resiko kejenuhan khalayak dengan prosesnya. Latah Tuah dalam hal menyampaikan pesan, khususnya dalam kegiatan yang berkaitan dengan seni yaitu menggunakan metode penyampaian pesan dua arah. Dimana Latah Tuah menyampaikan pesan kepada peserta dan ada interaksi di dalamnya berupa tanya jawab antar peserta dengan penyampai pesan.

4. Penggunaan Media

Media menjadi faktor pendukung dalam proses penyampaian pesan. Latah Tuah memilih media internet sebagai alat komunikasi utama mereka kepada khalayak. Pemilihan media baru tersebut menjadi pilihan yang cukup bagus digunakan sebagai alat komunikasi kepada khalayak luas. Sanggar Latah Tuah mengakui, bahwa penggunaan media internet sudah cukup membantu mereka dalam menyampaikan pesan mereka kepada khalayak. Alasan lain yang mereka gunakan mengapa mereka memilih media internet karena rata-rata atau mayoritas khalayak sasaran Latah Tuah yaitu anak-anak muda yang menggunakan internet sebagai alat komunikasi yang paling digemari dan paling banyak digunakan. Sehingga dengan harapan penggunaan media internet, khalayak sasaran akan lebih cepat mendapatkan informasi-informasi terbaru berkaitan dengan Sanggar Latah Tuah.

Secara khusus, kaitannya dengan menarik minat anggota pecinta seni,

media internet yang dipilih oleh Latah Tuah dapat dikatakan cukup efektif dalam hal menyampaikan informasi, karena sebagian besar anggota yang mendaftar mengakui bahwa mereka mendapat informasi mengenai Sanggar Latah Tuah melalui media internet selain informasi yang didapat dari kegiatan PBAK.

5. Peranan Komunikator

Suatu pesan akan diterima dengan baik apabila penyampai pesan merupakan orang yang dapat dipercaya akan pengetahuannya terhadap apa yang di sampaikan. Artinya, penyampai pesan agar pesan tersebut efektif adalah orang yang mempunyai kredibilitas, dan mengetahui dengan pasti seluk beluk pesan yang disampaikan.

Dalam penelitian ini, penyampai pesan dalam kegiatan *workshop* seni ataupun kegiatan Sanggar Latah Tuah lainnya harus merupakan orang yang ahli dalam hal seni misalnya saja untuk *workshop* seni Teater harus orang yang mengerti atau paham mengenai Teater. Dengan begitu orang akan menerimanya dengan baik tentang informasi yang disampaikan. Pada faktanya dalam kegiatan penyampaian pesan, Sanggar Latah Tuah mampu menghadirkan orang-orang yang cukup berkompeten dalam setiap kegiatan yang mereka laksanakan salah satunya Pembina Sanggar Latah Tuah itu sendiri yakni Bapak Drs. Ahmad Darmawi, M.Ag atau yang biasa disapa dengan sebutan Ayah Ade. Beliau merupakan salah satu orang yang bisa dikatakan cukup senior dibidang seni.

Efektifitas Komunikasi Dalam Menciptakan Perubahan Minat Menjadi Anggota

Efektifitas komunikasi dapat diukur melalui tingkat keberhasilan informasi mengubah tingkah laku manusia. Seperti halnya Sanggar Latah Tuah, komunikasi mereka dapat

dikatakan efektif apabila seluruh kegiatan mereka mampu mendorong orang untuk mencintai seni dan mulai muncul keinginan untuk bergabung dengan komunitas seni. Sebagai contoh, Sanggar Latah Tuah mempunyai suatu tujuan yaitu mengembangkan seni, oleh karena itu, efektifitas komunikasi mereka diukur melalui banyaknya orang yang belum tertarik pada kesenian kemudian mulai mendalami seni. Bagi orang yang telah berkecimpung dalam dunia seni, efektifitas tersebut diukur dengan semakin gencarnya seniman tersebut untuk terus berkarya.

Sebagai sebuah komunitas yang mempelopori seni dan kebudayaan daerah, Sanggar Latah Tuah mampu membuktikan kepada khalayak bahwa mereka memiliki kualitas dan kompeten untuk menjadi salah satu *icon* kesenian dan budaya di Indonesia.

Pada intinya, komunikasi yang dilangsungkan oleh Sanggar Latah Tuah cukup berhasil, karena orang-orang yang lebih intens mendapat terpaan informasi tentang seni maupun kesenian lebih loyal terhadap kesenian, sedangkan yang sedikit mendapat informasi tentang Sanggar Latah Tuah, cenderung masih sekedar menjadi penonton atau penikmat seni saja.

Hasil Pembahasan Menurut Tujuan Sentral Strategi Komunikasi

Tercapai atau tidaknya tujuan sentral strategi komunikasi oleh Sanggar Latah Tuah Pekanbaru dapat dilihat berdasarkan beberapa hal berikut ini:

1. *To secure understanding*

Dalam kaitannya hal tersebut, *to secure understanding* merupakan pengertian bahwa seseorang yang melakukan proses strategi komunikasi harus memastikan bahwa komunikan atau khalayaknya mengerti akan pesan yang diterima melalui komunikator.

Latah Tuah dapat dikatakan berhasil dalam tujuan *to secure understanding* ini, salah satunya hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya khalayak yang menjadi mengerti tentang kisah kerajaan Siak Sri Inderapura dari hasil menyaksikan karya pertunjukan yang ditampilkan oleh Latah Tuah. Pada intinya, dapat dikatakan bahwa pesan dan informasi yang disampaikan mampu dimengerti dan dipahami oleh banyak orang yang kemudian disampaikan lagi kepada khalayak lain yang sekiranya membutuhkan pengetahuan mengenai hal tersebut. Sehingga pada akhirnya pesan atau informasi yang disampaikan oleh Sanggar Latah Tuah dimengerti oleh khalayak meskipun melalui media yang bukan berasal langsung dari Latah Tuah.

2. *To establish acceptance*

Pengertian salah satu tujuan sentral strategi komunikasi *to establish acceptance* yaitu mengadakan pembinaan setelah mengetahui dan menerima pesan yang diterima oleh komunikan dari komunikator. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, Sanggar Latah Tuah telah melaksanakan salah satu tujuan ini. Kegiatan latihan rutin dan diskusi merupakan salah satu bentuk pembinaan mereka kepada anggota dan penonton tentang kesenian yang mereka tampilkan. Setelah masyarakat mengetahui akan keberadaan Sanggar Latah Tuah dan jenis karya seni yang diciptakannya serta bergabung menjadi anggota, maka kegiatan latihan rutin tersebut berfungsi agar anggota lebih mengenal dan lebih paham tentang bagaimana cara Sanggar Latah Tuah menciptakan suatu karya seni tersebut.

3. *To motivate action*

Tujuan terakhir ini dapat dikatakan berhasil, karena berdasarkan penelitian, saat ini sudah cukup banyak

anggota Latah Tuah yang semakin tertarik dan termotivasi dengan kesenian yang menjadi kelebihan Sanggar Latah Tuah itu sendiri. Selain itu dari sisi eksternal Latah Tuah, semakin banyak sanggar atau komunitas seni lain yang mulai mengikuti jejak Sanggar latah Tuah dalam menciptakan karya seninya. Yakni melibatkan unsur-unsur sejarah dan kebudayaan masing-masing daerah.

Penutup

Simpulan

1. Tahapan awal yang dilakukan oleh Sanggar Latah Tuah untuk melaksanakan strategi komunikasi dalam menarik minat pecinta seni adalah perumusan strategi, dalam hal ini sudah cukup mencakup aspek internal maupun eksternal, yaitu menentukan dan memahami sasaran komunikasi,. Cara yang dilakukan adalah pendekatan diri dan membaaur dengan para calon anggota. Selanjutnya penyusunan pesan. Sanggar Latah Tuah menggunakan penyajian pesan yang bersifat menarik perhatian khalayak dan menggunakan tanda-tanda yang disesuaikan dengan kerangka acuan khalayak dan juga menentukan metode yang akan digunakan dengan cara informatif, persuasif dan edukatif. Metode ini dirasa dapat membantu dalam kegiatan menarik minat pecinta seni.
2. Implementasi strategi komunikasi Sanggar Latah Tuah dalam menarik minat pecinta seni tertuang dalam beberapa program-program kegiatan yaitu eksplorasi seni, kemah seni, pameran seni, mengadakan pertunjukan seni, mengikuti dan mengadakan workshop seni dan budaya, serta mengikuti serta mengadakan festival atau ajang-ajang kesenian. beberapa kegiatan berjalan dengan lancar dan mendapat

respon baik dari khalayak, hal ini dikarenakan dalam program kegiatan tersebut, Sanggar Latah Tuah selalu berusaha berinteraksi dengan khalayak dan juga dengan terlaksananya kegiatan tersebut memperlihatkan bahwa kesenian tidak menghalangi proses hubungan antar pribadi masyarakat, sehingga dapat meminimalisir asumsi negatif yang melekat pada diri seniman.

3. Dalam tahap evaluasi strategi komunikasi, ada sedikit faktor yang menghambat kegiatan komunikasi yang dilakukan. Dari sisi internal Latah Tuah sendiri, evaluasi yang harus diperbaiki yaitu masalah keterbatasan waktu dan sumber daya manusia yang ada. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Sanggar Latah Tuah dapat terbilang cukup baik, dapat dilihat dari komentar yang menanggapi dengan baik dan antusias ingin mengikuti kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan tersebut. Meskipun tetap ada beberapa masukan dari pengikut akun instagram ataupun masyarakat yang pernah mengikuti kegiatan seni yang dilakukan oleh Sanggar Latah Tuah tersebut.

Saran

1. Seharusnya Sanggar Latah Tuah menambah jumlah pengurus didalam organisasi, agar setiap *jobdesk* ada yang mengatur dengan baik. Sehingga seluruh program kegiatan yang direncanakan oleh Sanggar Latah Tuah dapat terlaksana dengan lancar.
2. Perlu adanya jaringan yang sangat kuat (donatur) untuk program-program kegiatan, agar proses pengembangan seni dan peningkatan jumlah anggota terus berjalan sesuai dengan rencana.
3. Program kegiatan yang telah dilakukan oleh Sanggar Latah Tuah

seperti mengadakan pertunjukan seni agar tetap rutin dilaksanakan. Mengingat kegiatan ini sukses dan mendapat respon yang sangat baik dari masyarakat.

Daftar Pustaka

Buku :

- Ahmadi, Abu dan Supriyono. 2003. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Alisuf Sabri. 1996. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya
- Arikunto, Suharsimi 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, M. Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong. 2009. *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____, 2000. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Elvinaro, Ardianto. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kusuma, Aryuda Perdana. 2007. *Pengaruh Desain Sampul Muka Majalah Kawanku Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada SMA Stelladuce I Yogyakarta)*, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran", Yogyakarta
- Kotler, Philip & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Pradana Media Group.
- Marhanei, Fajar. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik Edisi Pertama*. Yogyakarta : Graha Ilmu

- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. 2004. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. 2000. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumanto. 2006. *Pengembangan Kreativitas Seni Rupa Anak TK*. Jakarta: Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Direktorat Pendidikan Tenaga Kependidikan Dan Tenaga Perguruan Tinggi.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika

Sumber Lain :

- <http://digilib.uin-suka.ac.id/4195/>
(diakses pada 21 Juni 2018)
- <http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=2741>
(diakses pada 28 April 2018)
- <http://kampuskomunikasi.blogspot.com/2008/06/strategi-komunikasi.html>
(diakses pada 15 juni 2018)
- <http://eprints.umm.ac.id/24917/> (diakses pada 21 Juni 2018)
- <http://repository.fisip-untirta.ac.id/341/>
(diakses pada 21 Juni 2018)