

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seni teater di Indonesia berkembang pada saat sebelum masa kerajaan Hindu Buddha. Teater tradisional saat itu adalah sebagian kecil dari upacara adat istiadat dan ritual keagamaan dalam cara kehidupan umat manusia pada waktu itu. Unsur-unsur teater tersebut mendirikan suatu pementasan, dimana didalamnya terdapat pesan yang ingin dikomunikasikan pelakornya yang lahir dari spontanitas rakyat dalam masyarakat lingkungannya (Sumber : <http://encyclopedia.jakarta-tourism.go.id/post/teater--seni-pertunjukan?lang=id> di akses pada 21 September pukul 20:00 WIB)

Komunikasi dipergunakan untuk perantara komunikasi yang digunakan dalam seni teater. Kata berasal dari bahasa Yunani Kuno yaitu Theatron artinya tempat menyaksikan atau dapat didefinisikan sebagai tempat dimana pemeran mementaskan lakon dan orang lain sebagai penontonnya. Kaitan teater dengan seni drama berkaitan kuat dengan teater yang menggunakan teks, naskah dan lakon yang berkaitan dengan karya sastra itu sendiri.

Dunia panggung seni pertunjukan teater merupakan oasis pikiran dan pengetahuan yang dikreasi oleh pelaku teater dan kehadirannya disaksikan oleh publik. Dengan demikian, pertunjukanteater menjadi media komunikasi yang dalam prosesnya membutuhkan penafsiran dan interpretasi, baik oleh pelaku

maupun publiknya dengan mempertimbangkan konteks-konteks yang memungkinkan praktik-praktik komunikasi seni pertunjukan teater itu terjadi.

Fenomena saat ini, masyarakat tidak terlalu merespon positif tentang hiburan seni teater panggung, minat masyarakat untuk menonton tidak seperti beberapa tahun yang lalu, teater pernah mencapai era kejayaannya di Indonesia pada tahun 1974 khususnya di Palembang Sumatra Selatan. Saat ini masyarakat lebih menyukai tontonan yang menggunakan media, terutama teknologi dibandingkan tontonan hiburan langsung seperti teater, drama, wayang dll.

Hal tersebut diatas erat kaitannya dengan proses promosi dari sebuah karya teater. Dahulu, promosi cukup dengan menggunakan poster, iklan koran, spanduk dan brochure yang dibagikan ditempat-tempat keramaian. Saat ini, diperlukan strategi komunikasi promosi yang persuasif dan lebih disenangi dalam bentuk digital sehingga mudah diakses melalui teknologi yang dekat dengan calon penontonnya, yaitu media sosial.

Media sosial adalah salah satu cara yang digunakan untuk promosi yang sangat efektif, karena materi promosi yang di publish atau di upload bisa dilihat oleh siapa saja, bahkan semua orang di dunia bisa melihat Sehingga jangkauan promosi sangat luas. Data yang dikeluarkan oleh AC nilsen pada tahun 2013 pengguna internet di indonesia mencapai 71,9 juta pengguna. Sebanyak 41 juta diantaranya mengakses menggunakan *smartphone* dan 70 juta mengakses social media seperti *Facebook*, *Twitter*, *Path*, *Instagram*, *LinkedIn*, dan *Google+* Dari jumlah yang cukup banyak tersebut rasanya promosi melalui media sosial

menjadi cara yang tepat. (Sumber : m.cnnindonesia.com Di akses pada 21 september pukul 20:00)

Untuk melerstarikan teater sebagai salah seni dan budaya di suatu daerah khususnya di Palembang, salah satu teater yang masih produktif dalam menampilkan karya-karya yang mengangkat cerita rakyat palembang adalah teater gembok. Teater ini telah berupaya menggunakan teknik komunikasi persuasif melalui media sosial sehingga kiranya dapat dilihat lebih dalam terkait strateginya agara teater lain juga dapat melakukan hal tersebut.

Sebagaimana latar belakang diatas, maka akan sangat penting diadakan penelitian untuk mengetahui **”Kegiatan Promosi Teater Gembok Melalui Media Sosial Instagram Dalam Menarik Minat Menonton Masyarakat Kota Palembang ”** dari judul diatas maka dapat diketahui apa yang membuat calon penonton tertarik dan apa saja yang harus dikembangkan Teater Gembok untuk menarik minat penonton.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah ‘Bagaimana Kegiatan Promosi Teater Gembok Melalui Media Sosial Instagram Dalam Menarik Minat Menonton Masyarakat Kota Palembang?’”

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk Mengetahui Kegiatan Promosi Teater Gembok Melalui Media Sosial Instagram Dalam Menarik Minat Menonton Masyarakat Kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bisa meningkatkan uraian-uraian yang bersifat teoritis pada komunikasi khususnya Mengetahui Kegiatan Promosi Teater Gembok Melalui Media Sosial Instagram Menarik Minat Menonton Masyarakat Kota Palembang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini untuk menambah wawasan tentang Kegiatan Promosi Teater Gembok Melalui Media Sosial Instagram Dalam Menarik Minat Menonton Masyarakat Kota Palembang Selain itu penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lain dalam meneliti hal yang sama.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Agar lebih fokus dalam pembatasan skripsi ini, maka pembahasan hanya dibatasi pada teater gembok dalam hal Mengetahui Kegiatan Promosi Teater Gembok Melalui Media Sosial Instagram Dalam Menarik Minat Menonton Masyarakat Kota Palembang. Penelitian akan menggunakan sampel salah satu pertunjukan yaitu pada pertunjukan “Lentera” yang dilakukan pada tanggal 22-23 Februari 2020.