

## Maintenance Media Sosial Teater Wayang Indonesia

**Ercik Imanuel, S.Ds., M.Ds. <sup>1</sup>, Arnold, S.E., M.M. <sup>2</sup>, Muhammad  
Awaludin Saputra, Kamilah Citra Oktavia**

<sup>1</sup> Ercik Imanuel, S.Ds., M.Ds. , Desain Media, Politeknik Bina Madani  
(Penulis 1)

<sup>2</sup> Arnold, S.E., M.M. , Manajemen Pemasaran International, Politeknik Bina  
Madani (Penulis 2)

Diterima : 17/01/2022

Revisi : 31/01/2022

Diterbitkan : 07/02/2022

**Abstrak.** *New Normal Era*, fase Pandemi Covid 19 kini telah memasuki era baru, berdampingan dengan kehidupan Alam Semesta dengan kebiasaan baru *berprokes*. Momentum *New Normal* ini menjadi harapan tepat bagi semua sektor termasuk *TWI (Teater Wayang Indonesia)*, untuk *bangkit bergiat kembali*. Dengan pertunjukan "Ngesti Pandowo Is Back", menjadi sebuah titik balik *TWI (Teater Wayang Indonesia)*, setelah kita semua dilanda oleh Covid 19 media sosial adalah platform yang efektif untuk memberi tahu penggemar wayang tentang pembatalan atau penundaan pertunjukan. penyelenggara acara dapat menggunakan postingan dan cerita di media sosial mereka untuk memberikan pembaruan terbaru dan memberikan pengembalian uang atau opsi tiket pengganti kepada penggemar.

**Kata kunci:** Seni Pertunjukan, Pertunjukan, Covid 19.

**Abstract.** *New Normal Era*, the Covid 19 Pandemic phase has now entered a new era, side by side with the life of the Universe with new habits of working. This *New Normal* momentum is the right hope for all sectors, including *TWI (Indonesian Wayang Theatre)*, to get up and running again. With the show "Ngesti Pandowo Is Back", being a turning point for *TWI (Teater Wayang Indonesia)*, after we have all been hit by Covid 19, social media is an effective platform to notify wayang fans about cancellations or postponements of shows. Event organizers can use their social media posts and stories to provide the latest updates and provide fans with refunds or replacement ticket options.

**Keywords:** Performing Arts, Performance, Covid 19.

**Correspondence author:** Name, E-mail, City, and Country



This work is licensed under a CC-BY-NC

## Pendahuluan

Di Indonesia, pengguna internet mencapai 204,7 juta jiwa dan 191,4 juta jiwa diantaranya pengguna aktif media sosial. Internet dan media menjadi salah satu kebutuhan bagi manusia, dikarenakan banyak informasi-informasi yang tersedia. Bahkan media saat ini dijadikan sebagai penggerak perekonomian dan media yang paling sering di gunakan adalah Instragram, Youtube, Facebook, Tik Tok dan lain-lain. Sebagai penggerak perekonomian, media juga memiliki peluang bisnis yang sangat baik, jadi banyak orang yang memanfaatkan media sebagai alat pemasaran.

Setiap jenis media sosial memiliki pasarnya masing-masing dan memiliki fungsi yang beragam. Saat ini media sosial di gunakan tidak hanya sebagai kebutuhan hiburan saja, namun juga dimanfaatkan dalam mencapai sebuah peluang besar dalam dunia bisnis. Angka tersebut menunjukkan bahwa jangkauan iklan instagram sama dengan 35,7% dari total jumlah jiwa di Indonesia dan 48,4% pengguna internet lokal pada awal tahun. 52,3% audiens iklan dari instagram di Indonesia adalah perempuan dan 47,7% laki-laki. Pada awal tahun 2022 sumber daya periklanan google mengalami pembaruna yang menunjukkan jika 139 juta penduduk di Indonesia adalah pengguna Youtube, dan angka ini menunjukkan jika pengguna youtube di Indonesia pada tahun 2022 setara dengan 50% jumlah populasi di Indonesia.

Dari 139 juta jiwa pengguna Youtube 46,9% diantaranya adalah perempuan dan sedangkan 53,1% laki-laki. Sedangkan Tiktok adalah salah satu aplikasi yang memiliki kemajuan yang sangat pesat, dengan memiliki 92,07% audiens yang memiliki umur 18 tahun ke atas. Media sosial merupakan alat yang digunakan setiap individu dan kelompok untuk membuat suatu konten, dan dapat membagikannya kepada setiap individu lainnya maupun kelompok lainnya (Holly,2013).

Begitupun menurut Holly (2013) media sosial tidak hanya sekedar tempat untuk bertukarnya informasi dengan keluarga maupun teman saja, melainkan pada zaman ini, media sosial telah berkembang menjadi media yang dimana para pelanggan dapat mengenali serta mempelajari lebih lanjut tentang perusahaan yang mereka sukai (Shanker, 2011). Sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan suatu *platform*, dimana terjadinya proses pertukaran informasi dengan individu dan kelompok lainnya, serta media sosial juga dapat dimanfaatkan oleh para pelanggan untuk lebih memahami perusahaan-perusahaan yang mereka inginkan.

*Advertising* merupakan salah satu bagian dari *social media marketing*, sehingga pertunjukan Ngesti Pandowo Is back perlu melakukan kegiatan *advertising* untuk

meningkatkan *brand awareness* Teater Wayang Indonesia , adapun penerapan *advertising* dilakukan melalui media sosial instgram dengan menggunakan fitur *instagram ads (advertising)*. *Instagram advertising* bisa membantu suatu merek dalam meningkatkan dan membangun *brand awareness*, dikarenakan *instagram advertising* dapat menjangkau lebih banyak orang dengan minat yang berbeda maupun dengan minat yang sama dan dapat menargetkan penonton dengan relevansi-relevansi yang sesuai (Business Instagram.com, 2015).

### **Metode Pelaksanaan**

Metode pelaksanaan yang akan ditetapkan dalam program kemitraan masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

1. Pembuatan akun media social : Memastikan konten yang dibagikan relevan dan menarik bagi audiens.
2. Melengkapi Informasi akun : Perbarui informasi profil, gambar, dan deskripsi akun secara berkala.
3. Pembuatan rencana konten : Menetapkan jadwal rutin untuk melakukan maintenance, misalnya seminggu sekali atau sebulan sekali, tergantung pada ukuran dan kompleksitas media social.
4. Pembuatan Konten media social : Pembuatan konten media sosial memerlukan perencanaan, kreativitas, dan pemahaman tentang audiens yang dituju. Pembuatan konten media sosial adalah proses yang berkesinambungan dan melibatkan pengujian, eksperimen, dan adaptasi.
5. Posting konten
6. Analisa akun media social : Evaluasi hasil dari tindakan maintenance yang telah di lakukan. Gunakan data dan wawasan yang didapat untuk meningkatkan strategi media sosial ke depannya.

## Hasil dan Pembahasan

### A. Hasil

Pada Pelaksanaan maintenance media sosial teater wayang Indonesia dan pemanfaatan ADS, Dibuatkan beberapa konten dalam bentuk foto, grafis, dan video.



Gambar 5.1  
Dokumentasi Kegiatan  
(Sumber, Dokumentasi Pribadi)

Dalam maintenance media social Teater Wayang Indonesia konten yang dibuatkan berupa grafis, teaser video serta foto-foto pertunjukan yang pernah dilakukan.



Gambar 5.2  
Konten Grafis  
(Sumber, Dokumen Pribadi)



Gambar 5.3  
Konten Foto  
(Sumber, Dokumen Pribadi)

## B. Luaran yang dicapai

Luaran dari Pengabdian Masyarakat ini adalah berupa dokumentasi dalam bentuk Foto dan Video. Serta Dokumentasi tersebut nantinya menjadi sebuah Arsip TWI (Teater Wayang Indonesia) dan menjadi bahan publikasi pertunjukan yang selanjutnya. Pengabdian masyarakat dapat membantu meningkatkan dukungan dan pemberdayaan bagi seniman wayang. Dengan mempromosikan pertunjukan mereka, menginformasikan tentang proyek mereka, dan mendokumentasikan prestasi mereka, pengabdian masyarakat dapat

membantu meningkatkan penghargaan dan pengakuan terhadap seniman wayang.

## **SIMPULAN**

### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan dari pengabdian masyarakat untuk maintenance media sosial pertunjukan adalah bahwa penggunaan media sosial secara efektif dapat memberikan manfaat besar bagi pertunjukan wayang. Dengan strategi yang tepat, pengabdian masyarakat dapat meningkatkan kehadiran online pertunjukan, keterlibatan penggemar, penyebaran informasi yang efektif, dan peningkatan kesadaran budaya. Selain itu, pengabdian masyarakat juga dapat memberdayakan seniman wayang, meningkatkan jangkauan pertunjukan, meningkatkan pendapatan dan peluang bisnis, serta memfasilitasi kolaborasi dan jaringan dalam industri pertunjukan wayang. Dengan Instagram Ads, dapat memanfaatkan fitur segmentasi target audience yang lebih spesifik. Hal ini memungkinkan promosi teater wayang Indonesia hanya ditampilkan kepada audiens yang berpotensi tertarik dan relevan dengan pertunjukan tersebut.

### **B. Saran**

(1) Harus mengadakan pelatihan dan workshop kepada tim Teater Wayang Indonesia mengenai penggunaan Instagram Ads. Berikan pemahaman tentang cara membuat iklan yang efektif, menggunakan fitur segmentasi audiens, dan menganalisis data kinerja iklan.

(2) Membantu tim Teater Wayang Indonesia dalam menyusun rencana konten strategis untuk media sosial, termasuk Instagram. Bantu mereka untuk mengidentifikasi topik, tema, dan jadwal posting yang konsisten dan menarik untuk penggemar.

## **Ucapan Terima Kasih**

Terimakasih kepada jajaran Teater Wayang Inddonesia yang telah mempercayai dan turut andil penuh dalam pengabdian masyarakat ini. Setelah itu terimakasih kepada Direktur Politeknik Bina Madani dan jajaran staf Politeknik Bina Madani telah turut membantu dan mensukseskan pengabdian masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA