

## PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA MELAKUKAN BRANDING BAGI SANGGAR SENI SEKAR PANDAN CIREBON

<sup>1</sup>Yudha Pradhana\*, <sup>2</sup>Adi Prakosa, <sup>3</sup>Fadhly Akbar Rizkiansyah  
Universitas Nasional

\*Email: yudha.pradhana@civitas.unas.ac.id

\*Corresponding author: Yudha Pradhana

### ABSTRAK

Sanggar Seni Sekar Pandan merupakan salah satu sanggar yang sampai saat ini masih mempertahankan keaslian Tari Topeng Cirebon. Namun kurangnya pemahaman masyarakat khususnya pengelola Sanggar Seni Sekar Pandan terhadap media sosial membuat namanya tidak terlalu terdengar keluar wilayah Cirebon. Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat diharapkan dapat memberikan kontribusi mengenai pentingnya branding dan juga pemanfaatan media sosial dalam hal membangun branding. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan edukasi kepada masyarakat khususnya pengelola Sanggar Seni Sekar Pandan bagaimana memanfaatkan media sosial dalam hal melakukan branding agar nama Sanggar Seni Sekar Pandan dapat terdengar setidaknya keluar wilayah Cirebon. Selain itu kegiatan ini diharapkan dapat memberikan edukasi mengenai literasi media sosial. Hasil yang didapatkan dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini di antaranya pengelola dari Sanggar Seni Sekar Pandan menyadari bahwa mereka kurang memaksimalkan media sosial dalam melakukan branding sanggar serta kurangnya pemahaman dari pengelola dalam memanfaatkan media sosial walaupun pengelola sanggar pada dasarnya memiliki akun media sosial, di antaranya Youtube dan Instagram. Kesimpulan dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah pihak pengelola dari Sanggar Seni Sekar Pandan diharapkan akan lebih memaksimalkan media sosial dalam melakukan branding sehingga nama dari Sanggar Seni Sekar Pandan akan lebih terdengar ketimbang saat ini, baik secara regional yaitu wilayah Cirebon dan sekitarnya, nasional maupun internasional..

**Kata Kunci: Branding, Sekar Pandan, Media Sosial, Cirebon, Instagram**

### ABTRACT

*The Sekar Pandan Art Studio is one of the studios that until now still maintains the authenticity of the Cirebon Mask Dance. However, the lack of understanding of the community, especially the management of the Sekar Pandan Art Studio towards social media, has made his name not too heard outside the Cirebon area. Through Community Service activities, it is hoped that it can contribute to the importance of branding and also the use of social media in terms of building branding. The purpose of this activity is to provide education to the public, especially the management of the Sekar Pandan Art Studio, how to utilize social media in terms of branding so that the name Sekar Pandan Art Studio can be heard at least outside the Cirebon area. In addition, this activity is expected to provide education about social media literacy. The results obtained from this Community Service include the managers of the Sekar Pandan Art Studio realizing that they are not maximizing social media in carrying out studio branding and a lack of understanding from managers in utilizing social media even though studio managers basically have social media accounts, including Youtube and Instagram. The conclusion of this Community Service is that the management of the Sekar Pandan Art Studio will maximize social media in carrying out branding so that the name of the Sekar Pandan Art Studio will be more heard than at present, both regionally, namely the Cirebon region and its surroundings, nationally and internationally.*

**Keywords: Branding, Sekar Pandan, Social Media, Cirebon, Instagram**

## 1. PENDAHULUAN

Kebudayaan diperoleh dengan cara belajar, bukan secara biologis. Karena dari hasil pengetahuan manusia sebagai makhluk sosial tertuang dalam kebudayaan, yang berarti pengetahuan tidak diperoleh melalui warisan genetik yang ada di dalam tubuh manusia, melainkan diperoleh lewat kedudukan manusia sebagai makhluk sosial. Hal ini berarti, kebudayaan diperoleh melalui proses belajar dari lingkungannya. Kemudian, dari hasil belajar, manusia dapat memperoleh, mengembangkan maupun

mengurangi berbagai macam pengetahuan dan pengalamannya. Hal tersebut didasari oleh tingkat pengetahuan setiap individu sebagai pendukung dari kebudayaan. Selain itu, kebudayaan ada yang menyebutkan sebagai learned behavior, yaitu perilaku yang diperoleh melalui proses belajar, atau perilaku yang dipelajari. (Normina, 2017)

Menurut Koentjaraningrat, kebudayaan adalah keseluruhan sistem, gagasan, tindakan, dan hasil kerja manusia dalam kehidupan masyarakat dengan tujuan agar manusia dapat belajar. (Sumarto, 2019) Sementara itu, Selo Soemardjan dan Soelean Soemardi merumuskan bahwa kebudayaan merupakan karya, rasa, dan cipta yang diperoleh oleh masyarakat. (Rosana, 2017) Lebih dari itu, menurut C. Kluckhohn kebudayaan, di dunia terdiri dari tujuh unsur yaitu bahasa, sistem mata pencaharian, teknologi, ilmu pengetahuan, organisasi sosial, religi dan seni. (Yusliyanto, 2019)

Seni termasuk dalam unsur kebudayaan universal. Sebab seni bersifat umum, diperuntukkan bagi semua orang maupun masyarakat, karena setiap individu memiliki persepsi sendiri, yang berarti sebuah seni pasti ada yang menyukai maupun tidak menyukai. Seni juga dapat berkembang sepanjang waktu, karena seni melebur dalam kehidupan masyarakat dan tidak dapat terpisahkan dari jaman terdahulu hingga sekarang. Selain itu, setiap negara memiliki kesenian yang berbeda-beda dengan ciri khasnya tersendiri, seperti negara Indonesia mempunyai kesenian yang sangat beranekaragam, hal tersebut ditandai dengan beragamnya suku dan ras yang terdapat di Indonesia serta kesenian daerah yang masih ada sampai saat ini.

Jawa sebagai salah satu suku yang reatif besar di Indonesia yang memiliki bermacam-macam kesenian, sehingga dapat dinikmati sampai sekarang. Misalnya seni musik, masyarakat suku Jawa mempunyai alat musik tradisional berupa gamelan, seni yang khusus mempelajari cara memainkan gamelan disebut dengan seni karawitan. Kemudian adanya seni wayang, salah satu jenis seni pertunjukkan yang digemari oleh masyarakat luas, jenis wayang yang populer di dalam kehidupan masyarakat Jawa yaitu wayang kulit dan wayang orang.

Di Kota Cirebon, Jawa Barat, terdapat satu sanggar seni yang eksis di tengah lingkungan masyarakat dengan berlatar belakang keraton, yakni Sanggar Seni Sekar Pandan. Sanggar Seni Sekar Pandan bergerak di bidang kesenian yakni seni tari, seni musik, seni rupa atau lukis, seni drama atau theater. Sanggar ini dipimpin oleh Elang Herry Komarahadi. Sanggar seni Sekar Pandan ini mengajarkan tari-tarian khas Cirebon seperti Tari Topeng.

Tari Topeng merupakan salah satu pertunjukkan yang telah lama terkenal di kalangan masyarakat. Jenis kesenian ini, sering digunakan dalam pagelaran maupun pertunjukkan di lingkungan kerajaan pada zaman Raja Majapahit, yaitu Hayam Wuruk, tarian ini sudah dikenal. Bentuk pertunjukkan semula hanya ditarikan para raja. Dalam Negarakertagama dan Pararaton, raja menari menggunakan topeng atau kedok terbuat dari emas dengan penonton perempuan, di lingkungan kaum perempuan istana Majapahit. Kemudian Tari Topeng mengalami kemunduran, dan muncul kembali ketika adanya kerajaan-kerajaan Islam, tari topeng ini dijadikan sebagai salah satu cara media penyebaran agama Islam di daerah Cirebon pada masa pemerintahan Sunan Gunung Jati.

Ketika Cirebon sebagai pusat penyebaran Islam, Sunan Gunung Jati untuk menyiarkan agama Islam melalui kesenian tari topeng dengan beberapa upaya. Yaitu, bekerja sama dengan Sunan Kali Jaga dan puteranya yakni pangeran Penggung beserta beberapa Wali sebagai penggerak mengangkat kembali seni tari Topeng dijadikan sebagai media proses dalam penyebaran agama Islam. Kemudian, Metode yang digunakan dalam penyebaran agama Islam dengan cara ngamen atau bebarang, keliling dari satu tempat ketempat lain yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat lewat gerakan dan alunan gamelan. Selain itu, Sunan Gunung Jati menerapkan syarat dalam pertunjukkan tari topeng yaitu dengan membaca dua kalimat syahadat sebelum menonton dan mempelajari tari topeng. Dengan strategi seperti ini, masyarakat banyak yang tertarik. (Hamidah, 2011)

Seiring kemajuan teknologi, seharusnya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat terutama dalam melestarikan budaya-budaya lokal yang sangat sarat akan sejarah dan nilai luhur. Namun masih banyaknya masyarakat yang belum terlalu memahami kemajuan teknologi terutama dalam hal perkembangan media sosial untuk dapat memperkenalkan budaya lokal membuatnya sulit bersaing dengan budaya modern yang makin digandrungi terutama untuk generasi muda.

Penting bagi budaya lokal terutama Sanggar Seni Sekar Pandan Cirebon dalam melakukan *branding* di media sosial agar nama besar dan kelestarian budaya tari terutama tari topeng dapat bertahan dan juga dapat semakin dikenal keluar wilayah Cirebon, nasional, bahkan bisa dikenal di dunia internasional.

Atas dasar tersebut, pelatihan pemanfaatan media sosial dalam upaya melakukan *branding* bagi Sanggar Seni Sekar Pandan Cirebon untuk diajukan sebagai salah satu kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh staf pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional.

Pandemi Covid 19 yang melanda dunia khususnya Indonesia yang memberikan dampak terhadap kesehatan dan ekonomi, ternyata juga berdampak terhadap pelestarian budaya. Sanggar Seni Sekar Pandan juga merasakan akibat dari musibah tersebut, adanya *physical distancing* yang diterapkan pemerintah membuat sanggar kesulitan dalam berkegiatan. Kurangnya pemahaman para pengelola dari Sanggar Seni Sekar Pandan mengenai media sosial, menjadi permasalahan tersendiri bagi sanggar untuk bertahan di tengah persaingan. Pasca pandemi menjadi titik awal semua sektor termasuk budaya dalam bertahan hidup dengan menggunakan media sosial. Hal tersebut menjadi penyebab Sanggar Seni Sekar Pandan kesulitan dalam menunjukkan kembali eksistensinya, karena media sosial seharusnya menjadi cara atau wadah dalam berpromosi sedangkan pengelola sanggar kurang memahami hal tersebut.

Pemahaman mengenai pentingnya media sosial saat ini dalam melakukan kegiatan *branding* kembali nama dari Sanggar Seni Sekar Pandan sangat diperlukan bagi para pengelola sanggar. Pemaparan materi serta pelatihan bagaimana cara memanfaatkan media sosial menjadi metode yang tepat dari pengabdian kepada masyarakat ini agar Sanggar Seni Sekar Pandan dapat kembali menunjukkan eksistensinya tidak hanya di Cirebon, tetapi juga dalam kancah nasional dan internasional.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam rangka memberikan pemahaman mengenai pentingnya memanfaatkan media sosial agar dapat melakukan *branding* kembali Sanggar Seni Sekar Pandan perlu dilakukan, agar pengelola sanggar dapat kembali mengibarkan nama mereka tidak hanya di kota Cirebon tetapi juga nasional maupun internasional seperti saat sebelum pandemi Covid 19 melanda dunia.

Bahkan ternyata para pengelola sanggar memang sejatinya masih kurang dalam memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada, terutama dalam hal berpromosi dan melakukan *branding* di media sosial, sehingga perlu adanya kegiatan ini agar sanggar yang menjadi kebanggaan kota Cirebon ini kembali dikenal dan dapat bersaing di tengah gempuran banyaknya sanggar serupa lainnya.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pemahaman serta mendorong para pengelola Sanggar Seni Sekar Pandan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi khususnya media sosial dalam melakukan *branding* nama sanggar agar dapat kembali terdengar tidak hanya di Cirebon saja, tetapi nasional dan juga internasional, di samping untuk memastikan agar sanggar ini masih tetap bertahan pasca pandemi Covid 19, sehingga diharapkan kegiatan ini menghasilkan :

1. Pemahaman yang baik bagi pengelola sanggar mengenai pentingnya *branding* di media sosial.
2. Memanfaatkan media sosial dalam mempublikasi kegiatan-kegiatan dari sanggar agar diketahui banyak orang.
3. Melestarikan budaya khas Cirebon serta memastikan agar sanggar tetap bertahan di tengah persaingan sanggar budaya di Indonesia.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan mengenai pemahaman *branding* serta bagaimana memanfaatkan media sosial dalam upaya mempromosikan Sanggar Seni Sekar Pandan, dilakukan dengan cara tatap muka dan diselenggarakan pada bulan Mei 2023.

### 2.1 Waktu dan Lokasi Pengabdian kepada Masyarakat

Pengabdian kepada masyarakat ini akan diselenggarakan di Sanggar Seni Sekar Pandan, Cirebon, Jawa Barat. Dilakukan pada hari Selasa, 9 Mei 2023, mulai pukul 09.00 WIB hingga 12.00 WIB.

Pelaksana dari kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial terhadap pengelola dari Sanggar Seni Sekar Pandan ini merupakan para dosen dan mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, di antaranya :

1. Yudha Pradhana, S.Ikom., M.Si
2. Drs. Adi Prakosa, M.Si
3. Fadhly Akbar Rizkiansyah

## **2.2 Bahan dan Alat/Instrumen Pengabdian kepada Masyarakat**

Bahan dan instrumen untuk mendukung kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Banner
2. Materi
3. Mic
4. Sound System
5. Alat tulis
6. Soal Pre Test
7. Soal Post Test

## **2.3 Cara Kerja**

Materi disampaikan kepada target sasaran yaitu para pengelola dari Sanggar Seni Sekar Pandan setelah pemateri memberikan pertanyaan pada soal Pre-Test mengenai branding dan pemanfaatan media sosial karena sebagai nantinya pengelola sanggar harus dapat memahami pentingnya sebuah branding bagi keberlangsungan sanggar serta bagaimana cara memanfaatkan media sosial dalam melakukan branding tersebut. Materi yang akan diberikan adalah materi yang sesuai dengan branding dan pemanfaatan media sosial dalam format Power Point. Materi disampaikan secara langsung di hadapan para pengelola dan setelah itu memberikan pelatihan bagaimana menggunakan media sosial di akun dari pengelola Sanggar Seni Sekar Pandan untuk melihat hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini.

Setelah penyampaian materi, dilanjutkan dengan Post-Test yang berguna untuk mengetahui seberapa dalam target sasaran yaitu pengelola sanggar dalam menyerap materi yang telah dipaparkan. Selain materi, pemateri meminta para pengelola sanggar untuk kemudian membuat postingan di media sosial mengenai Sanggar Seni Sekar Pandan dengan mengikuti arahan dan masukan dari apa yang sudah dipaparkan sebelumnya.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Hasil**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh dosen merupakan bagian dari kewajiban tugas dari seorang dosen yaitu memenuhi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang terdiri dari Pengajaran, Penelitian serta Pengabdian Kepada Masyarakat. Sebelum kegiatan pemberian pemahaman mengenai branding di media sosial berlangsung, peserta diminta mengisi beberapa pertanyaan pre-test untuk mengetahui wawasan dari pengelola Sanggar Seni Sekar Pandan terhadap branding serta apa yang dipahami dalam menggunakan media sosial.

Hasil dari Pre-Test terlihat bahwa pengelola dari Sanggar Seni Sekar Pandan tidak begitu memahami arti dari branding dan bagaimana caranya melakukan branding di media sosial. Hal tersebut yang menjadi alasan mengapa Sanggar Seni Sekar Pandan sulit untuk mengembangkan nama besar dari sanggar ini untuk terdengar keluar dari Cirebon terutama setelah wabah pandemi Covid-19 melanda. Pengelola Sanggar Seni Sekar Pandan yang didominasi oleh para orang tua yang “gagap” akan teknologi serta masih kurangnya peran pemuda disana yang berminat pada tari tradisional khususnya dalam

pengembangan sanggar membuat Sanggar Seni Sekar Pandan mengalami kesulitan melakukan branding khususnya di media sosial.

Kedatangan tim Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional mendapatkan respon yang sangat positif terlihat dari persiapan yang dilakukan sanggar dalam menyambut serta terlihat warga sekitar yang juga turut hadir dan menyaksikan kegiatan yang dilakukan tim PKM. Pihak dari Sanggar Seni Sekar Pandan juga menyambut kedatangan tim PKM dengan tarian khas dari Cirebon, yaitu tari topeng.



Gambar 1. Pertunjukan Tari Topeng khas Cirebon

Pengabdian Kepada Masyarakat dibuka oleh sambutan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional sekaligus tim dari PKM, bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si, yang mana pada isi dari sambutannya menjelaskan maksud dan tujuan dari tim datang dan bersilaturahmi ke Sanggar Seni Sekar Pandan serta harapan yang dapat tercapai setelah kegiatan dari PKM ini.



Gambar 2. Sambutan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional

Kemudian dilanjutkan dengan sambutan oleh ketua Sanggar Seni Sekar Pandan, Cirebon. Pihak dari pengelola sanggar sangat mengapresiasi dan menyambut kedatangan dari tim PKM Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, pihak sanggar antusias untuk menerima pengetahuan dan pengalaman yang akan diberikan oleh tim PKM.



Gambar 3. Sambutan Ketua Pengurus dan Pengelola Sanggar Seni Sekar Pandan

Materi disampaikan oleh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, Yudha Pradhana, S.Ikom., M.Si mengenai pentingnya sebuah *brand* bagi seseorang, suatu produk, tempat, organisasi, bahkan negara sekalipun. Dalam pemaparan materi tersebut dijelaskan bahwa melakukan *brand* adalah sebagai identitas diri untuk membedakan antar sesama baik personal atau manusia, produk, dan juga tempat. Melakukan *branding* juga memiliki banyak fungsi, di antaranya sebagai pembeda di antara banyaknya pesaing yang serupa, sebagai sebuah langkah promosi dan daya tarik, membangun citra, jaminan kualitas, dan prestise suatu nama, serta sebagai pengendali pasar dan sasaran dari *brand* tersebut.



Gambar 4. Penyampaian Materi *Branding*

Materi yang disampaikan tidak hanya mengenai *branding* dan fungsinya saja, tetapi juga bagaimana strategi dalam melakukan *branding* di media sosial. Hal tersebut menjadi fokus pemateri PKM bahwa Sanggar Seni Sekar Pandan ini sejatinya sudah sangat terkenal di kota Cirebon, Jawa Barat, dan menjadi Sanggar Seni yang sudah berusia 30 tahun sejak 1992 didirikan. Namun akibat pandemi Covid-19, segala aspek kehidupan terkena dampak dari wabah ini, termasuk seni yang mana pada akhirnya juga berdampak terhadap Sanggar Seni Sekar Pandan.



Gambar 5. Penyampaian Materi *Branding*(2)

Strategi yang diberikan oleh pemateri dalam melakukan *branding* di antaranya dengan membuat logo yang sesuai dengan fokus dari produk atau tempat tersebut, jika Sanggar Seni Sekar Pandan fokus terhadap hal-hal yang berbau seni terutama tari, maka logo yang dibuat haruslah berhubungan dengan seni. Kemudian ada pesan dari *brand*, maksudnya adalah terdapat pesan yang ingin disampaikan Sanggar Seni Sekar Pandan memiliki pesan bahwa seni tari merupakan salah satu budaya yang perlu dilestarikan terutama bagi budaya di Cirebon. Lalu dari pesan yang ada, langkah selanjutnya adalah melakukan soft campaign dengan berbagai cara agar pesan tersebut terdengar, dan pemateri kali ini memberikan cara bahwa campaign tersebut bisa dilakukan di media sosial.

Strategi terakhir yang diberikan pemateri adalah konsisten. Para pengurus dan pengelola Sanggar Seni Sekar Pandan harus secara konsisten dalam melakukan *branding*, terutama pasca dari wabah pandemi Covid-19. Hal tersebut sangat penting agar sanggar ini dapat bangkit dari “mati suri” selama hampir 2 tahun Covid-19 menyerang, dan media sosial menjadi wadah yang tepat dalam melakukan *branding* tersebut sehingga Sanggar Seni Sekar Pandan tidak hanya kembali bangkit dan menggaungkan namanya di kota Cirebon tetapi juga dapat menggepakan sayap mereka ke luar Cirebon bahkan agar kembali terdengar hingga ke luar Indonesia.

Setelah pemaparan materi, kegiatan PKM dilanjutkan dengan simulasi kegiatan bagi para pengurus dan pengelola Sanggar Seni Sekar Pandan perihal melakukan *branding* dengan menggunakan media sosial. Kegiatan ini dipandu oleh mahasiswa, Fadhly Akbar Rizkiansyah, yang merupakan Gen Z, yang mana generasi ini sangat memahami dan menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari mereka. Simulasi dilakukan mengingat kebanyakan pengurus dan pengelola sanggar lebih banyak dipegang oleh generasi sebelum Gen Z, di antaranya

Gen Y dan bahkan Gen Baby Boomer yang justru kehidupan sehari-harinya tidaklah terpaku pada media sosial, sehingga mereka masih sangat gagap terhadap teknologi, terutama dalam menggunakan Instagram. Dalam kesempatan ini, Fadhly memberikan arahan bagaimana menggunakan Instagram dan bagaimana cara memuat postingan yang baik sehingga dapat memberikan dampak dan respon dari masyarakat pengguna media sosial khususnya Instagram.



Gambar 6. Kegiatan Simulasi *Branding*

Kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial dalam melakukan *branding* ditutup dengan pengisian *Post Test* dimana dari hasil *Post Test* dapat terlihat ada peningkatan pengetahuan peserta pelatihan yang mana sebelumnya tidak memahami pengertian *branding* dan pentingnya *branding* bagi suatu produk atau tempat seperti Sanggar Seni Sekar Pandan, namun setelah melakukan pelatihan seluruh pengurus dan pengelola memahami bahwa *branding* itu penting bagi sanggar mereka dan bagaimana strategi mereka nantinya dalam melakukan *branding* di media sosial.

Kegiatan PKM tidak hanya berjalan satu arah, penyampaian serta sharing ilmu dan pengetahuan tidak hanya dilakukan dari tim PKM kepada para pengurus dan pengelola Sanggar Seni Sekar Pandan saja tetapi juga dari pihak sanggar kepada tim PKM. Perwakilan dari pengurus dan pengelola sanggar mengajarkan tim PKM bagaimana melakukan beberapa gerakan dari tari khas Cirebon, tim PKM dengan sangat antusias mengikuti apa yang diajarkan oleh pengurus sekaligus pelatih tari dari sanggar.



Gambar 7. Tim PKM Belajar Tari Khas Cirebon

Kegiatan PKM ditutup dengan sesi foto bersama antara tim PKM Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dengan para pengurus dan pengelola dari Sanggar Seni Sekar Pandan.



Gambar 8. Foto Bersama

### 3.2 Pembahasan

Hasil dari kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial dalam melakukan *branding* bagi Sanggar Seni Sekar Pandan berjalan dengan baik dan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil yang diharapkan dari kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial dalam melakukan *branding* ini adalah meningkatkan pemahaman penting melakukan *branding* dan bagaimana cara melakukannya di media sosial.

Pelatihan pemanfaatan media sosial ini juga dapat membantu para pengurus dan pengelola sanggar melakukan strategi dalam melakukan *branding* di media sosial, bagaimana mereka mengatur postingan, serta bagaimana mereka memanfaatkan algoritma media sosial dalam menarik perhatian warganet. Hal tersebut terlihat dari kegiatan simulasi menggunakan media sosial dalam melakukan postingan mengenai sanggar.

Selain itu, pelatihan pemanfaatan media sosial dalam melakukan *branding* juga dapat membantu pengurus dan pengelola sanggar untuk mengembangkan pengetahuan mereka mengenai media sosial, yang mana terlihat bahwa sebagian besar pengurus dan pengelola sanggar masih terbilang gagap akan teknologi karena didominasi oleh Gen Y dan Gen Baby Boomers. Namun terlihat dari simulasi tersebut, antusias yang sangat luar biasa dari para pengurus dan pengelola sanggar untuk memahami bagaimana memanfaatkan media sosial mereka dalam upaya melakukan *branding* dari sanggar.

Dengan demikian, hasil dari kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial dalam upaya melakukan *branding* ini sangat berharga bagi peserta yaitu para pengurus dan pengelola sanggar, terutama bagi mereka yang memang dalam kesehariannya masih sangat jauh dalam penggunaan media sosial. Kegiatan PKM terhadap para pengurus dan pengelola sanggar dapat memberikan hasil yang sangat baik dan positif. Beberapa hasil yang diharapkan dari kegiatan ini di antaranya.

1. Memahami betapa pentingnya suatu *brand* pada produk, organisasi, atau tempat: Peserta pelatihan diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mereka bahwa *brand* itu merupakan suatu hal yang penting bagi organisasi atau sebuah sanggar seperti Sanggar Seni Sekar Pandan sebagai identitas diri yang membedakan sanggar ini dengan sanggar lainnya di Cirebon dan di Indonesia.
2. Meningkatkan pemahaman bahwa media sosial menjadi wadah penting bagi kehidupan saat ini terutama dalam hal *branding*: Pelatihan pemanfaatan media sosial ini dapat memberikan dan meningkatkan pemahaman para pengurus dan pengelola bahwa media sosial diharapkan sudah menjadi bagian dalam kehidupan mereka sehari-hari terutama dalam upaya melakukan *branding* sanggar agar terdengar kembali di Cirebon, nasional, bahkan skala internasional.
3. Meningkatkan kemampuan bagaimana melakukan strategi *branding* di media sosial: Kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial ini juga dapat membantu pengurus dan pengelola sanggar dalam menyusun strategi bagaimana mereka dapat membuat postingan yang menarik warganet mengenai sanggar, bagaimana nama Sanggar Seni Sekar Pandan diingat tidak hanya di Cirebon, tetapi juga skala nasional dan internasional karena media sosial menjadi wadah dan cara masyarakat saat ini bertahan hingga saat ini setelah tertimpa wabah pandemi Covid-19 selama kurang lebih 2 tahun ke belakang.

Dengan demikian, kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial dalam upaya melakukan *branding* bagi Sanggar Seni Sekar Pandan dapat memberikan banyak manfaat bagi pengurus dan pengelola sanggar, terutama dalam meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan media sosial untuk kepentingan *branding* sanggar.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan pemanfaatan media sosial yang diselenggarakan untuk dapat memberikan pemahaman dan meningkatkan kemampuan dalam upaya melakukan *branding* bagi para pengurus dan pengelola Sanggar Seni Sekar Pandan terselenggara sebagaimana yang diharapkan dan sesuai dengan target dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

Pemahaman mengenai brand serta melakukan *branding* tidak saja berguna bagi para pengurus dan pengelola secara pribadi tetapi juga berguna bagi membangun kembali nama Sanggar Seni Sekar Pandan yang sudah berdiri selama 30 tahun lamanya tetapi sempat “mati suri” akibat dihantam Pandemi Covid-19 yang beberapa tahun belakangan ini sanggar seakan terseok-seok untuk dapat sekedar bertahan. Di awal para pengurus dan pengelola tidak begitu memahami arti dan manfaat dari brand serta bagaimana melakukan *branding* bagi sanggar, tetapi pada akhirnya materi yang disampaikan oleh tim PKM dapat memberikan pencerahan bagi mereka bahwa brand dan kegiatan *branding* sangatlah penting bagi sanggar.

Strategi bagaimana melakukan branding di media sosial juga turut dipaparkan agar para pengurus dan pengelola memahami dan nantinya diaplikasikan di dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam misi membangun kembali brand sanggar yang sempat terpuruk. Kembali lagi bahwa media sosial saat ini menjadi cara dan juga wadah masyarakat dalam melakukan branding baik itu secara personal, organisasi, tempat, bahkan negara terlebih ketika pandemi menyerang yang mana social distancing mengakibatkan masyarakat tidak bisa bertemu langsung dan memanfaatkan media sosial dalam mencari tau segala informasi yang ada.

Dampak positif yang didapat oleh tim PKM adalah rasa puas dan bangga karena apa yang telah ditargetkan di awal, berhasil dan tepat sasaran. Terlihat dari sangat antusiasnya para pengurus dan pengelola dalam mengikuti kegiatan PKM dari awal hingga akhir, serta bagaimana tim PKM disambut dengan begitu hangat oleh pihak sanggar.

Kegiatan PKM yang telah terselenggara diharapkan dapat terus diaplikasikan secara bertahap sehingga bisa diteruskan kepada pengurus dan pengelola selanjutnya, sehingga nama besar dari Sanggar Seni Sekar Pandan tetap tergaung tidak hanya di Cirebon saja, tetapi di Indonesia bahkan dunia.

Kegiatan ini juga diharapkan dapat kembali membangkitkan minat masyarakat dalam menyukai seni khas lokal yang mana menjadi budaya dan identitas negara, khususnya bagi para warga Cirebon dalam mencintai budaya mereka sendiri, di antaranya seni tari yang menjadi fokus dari Sanggar Seni Sekar Pandan.

## REFERENSI

- Hamidah, D. N. 2011. Pengaruh Tarekat Pada Topeng Cirebon. *Kampung Jurnal*, 12 (2), 41-59.
- Normina. 2014. Pendidikan dalam Kebudayaan. *Ittihad Jurnal Kopertais Wilayah XI Kalimantan*, 15 (28), 17-28.
- Rosana, E. 2017. Budaya, Pemahaman dan Penerapannya "Aspek Sistem Religi, Bahasa, Pengetahuan, Sosial, Kesenian dan Teknologi". *Jurnal Studi Lintas Agama*, 12 (1), 16-30.
- Sumarto. 2019. Budaya, Pemahaman dan Penerapannya "Aspek Sistem Religi, Bahasa, Pengetahuan, Sosial, Kesenian dan Teknologi". *Jurnal Literasiologi*, 1 (2), 144-159.
- Yusliyanto, A. 2019. Budaya Lokal Masyarakat Batak dalam Novel Menolak Ayah Karya Ashadi Siregar (Kajian Antropologi Sastra Clyde Kluckhohn). *Bapala*, 6 (1), 1-14.