

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini, penulis menjelaskan mengenai metode perancangan yang dipakai serta hasil dan analisis data yang dilakukan selama penelitian terhadap objek penelitian yang dipilih yaitu Sanggar Angklung Gandhi. Dengan menggunakan metode tertentu dalam penelitian ini, diharapkan dapat mengatasi masalah yang terdapat dalam objek penelitian. Beberapa metode perancangan yang digunakan diantaranya sebagai berikut:

#### **3.1. Metode Penelitian**

##### **3.1.1 Jenis Pendekatan**

Jenis pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah instrumen kunci [16]. Menurut Nazir metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun peristiwa masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta yang diteliti [17]. Metode kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini karena mencakup hasil dari wawancara, dokumentasi dan observasi pada objek lapangan yang bertujuan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan bagi penelitian ini kemudian dijabarkan secara deskriptif.

##### **3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian**

Pengertian subjek dan objek penelitian menurut Sugiyono adalah subjek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan [18]. Objek dari penelitian ini yaitu ditentukan berdasarkan titik permasalahan atau persoalan yang ingin diteliti dari Sanggar Angklung Gandhi untuk dijadikan sebuah media promosi video iklan. Sedangkan subjek dari

penelitian ini adalah pihak pengelola dari Sanggar Angklung Gandhi yaitu bapak Agus Sugandhi sebagai informan penelitian.

### **3.1.3 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan untuk menyusun Perancangan Video Iklan Sanggar Angklung Gandhi Sebagai Media Promosi ini berasal dari sumber data primer dan sekunder. Sumber primer merupakan data dari pihak yang langsung bersangkutan ataupun dari wawancara dan observasi terhadap subjek penelitian terpilih, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan Sanggar Angklung Gandhi. Sedangkan data sekunder adalah data yang berasal dari sumber data yang telah dipublikasikan ke umum seperti jurnal atau penelitian terdahulu.

### **3.1.4 Informan Penelitian**

Informan adalah orang diwawancarai, dimintai informasi oleh pewawancara, yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian [19]. Informan dalam penelitian ini adalah bapak Agus Sugandhi selaku pemilik dan pengelola dari Sanggar Angklung Gandhi. Informan penelitian dipilih berdasarkan pada kapasitas subjek penelitian yang dinilai mampu memberikan informasi yang berguna untuk penulis secara menyeluruh.

### **3.1.5 Teknik Pengumpulan Data**

Pengertian teknik pengumpulan data menurut Riduwan adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data [18]. Berikut merupakan beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam perancangan ini:

#### **a. Metode Observasi**

Metode observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melalui suatu pengamatan atau meninjau dengan cermat dan langsung di lokasi penelitian yang bertujuan untuk memahami sebuah

permasalahan terhadap objek penelitian, yang dibutuhkan dalam informasi penelitian. Dalam observasi ini, penulis melakukan pengamatan secara langsung terhadap kondisi lingkungan dan permasalahan yang terdapat pada Sanggar Angklung Gandhi.

**b. Metode Wawancara**

Wawancara atau *interview* merupakan metode ketika peneliti dan subjek bertemu dalam satu situasi tertentu dalam proses mendapatkan informasi bagi keperluan data primer [20]. Wawancara berguna untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan fakta, kepercayaan, keinginan, perasaan dan sebagainya yang diperlukan untuk memenuhi tujuan penelitian. Wawancara adalah proses yang sangat penting dalam melaksanakan suatu penelitian, khususnya dalam penelitian kualitatif [20]. Jenis metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wawancara Terstruktur. Wawancara terstruktur ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Pada wawancara terstruktur ini, narasumber diberi pertanyaan yang sebelumnya sudah disiapkan dan kemudian pengumpul data mencatatnya.

**c. Metode Dokumentasi**

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data-data seperti foto saat wawancara dengan narasumber, tulisan dan karya-karya dari seseorang yang digunakan dalam penelitian ini, yang bertujuan untuk melengkapi data-data tambahan pada penelitian. Metode dokumentasi digunakan oleh penulis sebagai pelengkap dari penggunaan metode wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif. Metode ini digunakan dengan melakukan pemotretan gambar visual untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam Perancangan Video Iklan Sanggar Angklung Gandhi Sebagai Media Promosi.

### 3.1.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan sebuah cara atau teknik yang dilakukan untuk mendapatkan sebuah data menjadi informasi yang lebih mudah dipahami. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT. Menurut Rangkuti, analisa SWOT adalah pengidentifikasian data mengenai beberapa faktor tertentu secara sistematis guna menentukan strategi perusahaan [21]. Analisis SWOT terdiri dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman), yang digunakan untuk melakukan evaluasi bagi penulis, didalam melakukan studi komparasi dengan perusahaan lain yang sejenis. Sehingga hasil dari evaluasi yang dilakukan dapat menemukan USP (*Unique Selling Point*) dan *positioning* dari perusahaan yang sedang diteliti, yaitu Sanggar Angklung Gandhi.

## 3.2. Identifikasi Data

### 3.2.1 Profil Sanggar Angklung Gandhi

#### a. Data Profil

Alamat :Jl. Protokol, Dusun I, Karangnanas, Kec. Sokaraja,  
Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53181

No. Telepon :085842584957



Gambar 3. 1 Lokasi Sanggar Angklung Gandhi  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

**b. Sejarah**

Sanggar Angklung Gandhi adalah tempat memproduksi alat musik tradisional yang terbuat dari bahan baku bambu, yang sudah memulai produksinya dari tahun 2002 sampai sekarang, kemudian mulai menyandang sebutan “Sanggar” semenjak tahun 2015. Tidak hanya memproduksi angklung, sanggar ini juga memproduksi alat tradisional lainnya seperti gambang, calung, kenthongan, perkusi dan lain-lain.

**c. Proses Pembuatan Alat Musik**

Terdapat beberapa tahap yang perlu dilakukan, agar produk produk alat musik tradisional memiliki kualitas yang bagus. Bahan baku bambu yang dipilih harus berdasarkan bambu yang sudah tua. Bahan baku bambu ini didapatkan melalui pemesanan tempat penjualan bambu yang menjual secara perorangan, berada di sekitar wilayah Sanggar Angklung Gandhi, sehingga bambu yang dipakai merupakan bambu lokal. Pemesanan bambu biasanya dilakukan dari bulan Januari-Juni. Setelah melakukan proses pemilihan bambu, kemudian melakukan proses pengeringan bambu dengan cara didiamkan selama 6 bulan, supaya bambu menjadi kering dan tidak mengandung air. Proses pengeringan bambu harus dilakukan selama musim kemarau supaya tidak mudah lapuk. Setelah melakukan proses pengeringan selama 6 bulan, bambu siap dibuat menjadi alat musik.



*Gambar 3. 2 Lokasi proses pengeringan bambu.*  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Bambu yang telah siap kemudian dipotong dan dibentuk menjadi alat musik tradisional yang diinginkan. Pada proses produksi alat musik angklung, terdapat proses pemotongan lekukan pada bambu, bertujuan untuk menyesuaikan atau *mensetting* bunyi nada yang akan keluar pada tabung bambu. Pada proses penyesuaian nada, dibantu dengan sebuah alat musik yaitu *key board* hal ini bertujuan supaya suara nada yang dihasilkan dari tabung bambu, dapat tepat atau sesuai dengan bunyi nada yang ingin dikeluarkan.



Gambar 3. 3 Proses pemotongan lekukan angklung  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi



Gambar 3. 4 Alat musik keyboard sebagai patokan bunyi nada  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Setelah nada yang dihasilkan sudah sesuai, kemudian dilakukan proses penghalusan menggunakan ampelas. Bambu yang sudah halus, kemudian dirangkai menjadi alat musik angklung dan yang terakhir melakukan proses *finishing* dengan mengoles pernis, bertujuan untuk meningkatkan estetika dan melindungi bambu yang dilapisinya. Setelah melakukan serangkaian tahapan produksi tersebut, kemudian angklung siap dikirimkan atau dijual.

**d. Anggota Grup Musik SAG**

Selain bergerak di bidang produksi alat musik tradisional, sanggar ini juga memiliki bidang *entertainment* yaitu pemain grup musik Sanggar Angklung Gandhi (SAG) dan telah dibentuk dari tahun 2010-an, yang turut menghadiri atau diundang dalam acara-acara tertentu baik yang berada di daerah Banyumas seperti Cilacap dan Purbalingga, hingga sampai keluar kota seperti Semarang dan Temanggung, serta telah meraih beberapa prestasi/penghargaan dengan berpartisipasi dalam acara tersebut.



*Gambar 3. 5 Penghargaan Grup Musik SAG*  
Sumber Gambar: Dokumentai Pribadi



Gambar 3. 6 Logo Grup Musik SAG  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi

Saat melakukan *perform*/berpentas terdapat 10-30 anggota yang memiliki peran masing-masing, dalam memainkan alat musik, adapun peranan dan instrumen yang digunakan dalam berpentas yaitu, terdiri dari melodi memainkan alat musik angklung, *rhythm*/irama memainkan alat musik gambang, *bass* memainkan alat musik dendem, perkusi memainkan alat musik tripok, bedug memainkan alat musik bedug cello dan sisa anggota yang lainnya memainkan alat musik kenthongan.



Gambar 3. 7 Peralatan Grup Musik SAG  
Sumber Gambar: Dokumentasi Pribadi



### e. Pemasaran Sanggar Angklung Gandhi

Jam operasional pemesanan pada Sanggar Angklung Gandhi, tidak memiliki batasan waktu atau 24 jam, karena konsumen atau pembelinya kebanyakan melalui *online* di media sosial dan menemukan informasi dari sanggar tersebut melalui pencarian di *internet* atau *Google*. Upaya promosi yang dilakukan pada Sanggar Angklung Gandhi diantaranya yaitu, menggunakan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *WhatsApp* serta mendaftarkan lokasi sanggar di *Google Maps*. Menurut keterangan pak Gandhi, calon pembeli paling sering menemukan sanggarnya melalui Pencarian di *Google*, menghubungi *WhatsApp* dan *Facebook*. Akan tetapi, untuk sekarang semua media sosial yang dimiliki oleh Sanggar Angklung Gandhi ini, sudah tidak aktif *memposting* atau tidak *up to date*.



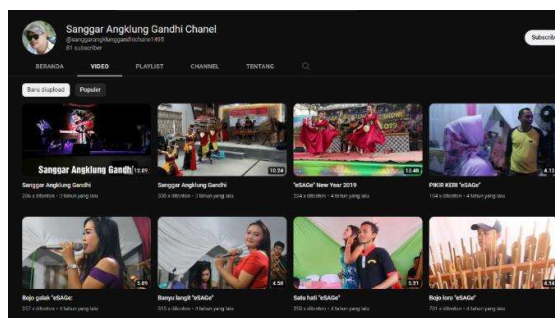
Gambar 3. 8 Google Maps Sanggar Angklung Gandhi  
Sumber Gambar: Tangkapan layar Google Maps Sanggar Angklung Gandhi

Media sosial *Facebook* Sanggar Angklung Gandhi ini merupakan akun pribadi yang dikelola sendiri oleh pak Gandhi. Akun *Facebook* ini memiliki 4,9 ribu teman dan diikuti oleh lebih dari 170 orang. Isi konten yang terdapat didalamnya meliputi aktivitas yang terdapat di lingkungan sanggar, seperti video saat sedang melakukan latihan, video saat sedang *perform*/berpentas proses penjualan alat musik tradisional dan lain-lain.



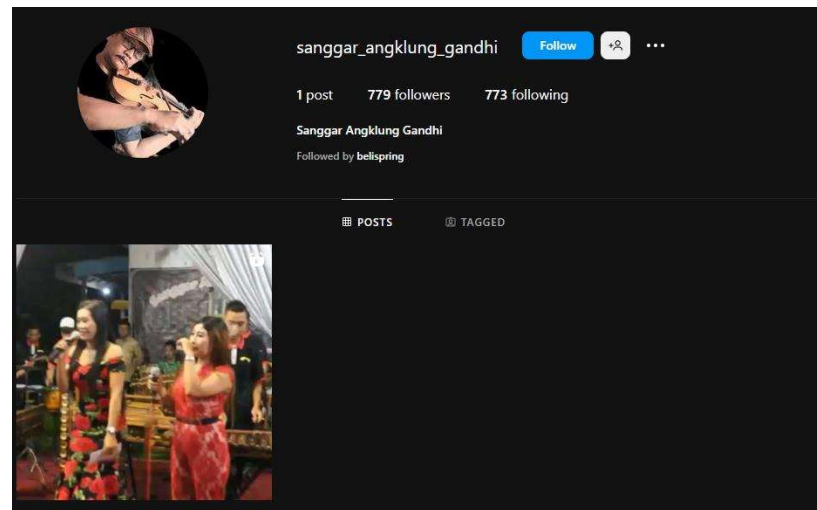
Gambar 3. 9 Media sosial Facebook Sanggar Angklung Gandhi  
Sumber Gambar: Tangkapan layar Facebook Sanggar Angklung Gandhi

Untuk media sosial *YouTube* Sanggar Angklung Gandhi, *channel YouTube*-nya telah dibuat pada tanggal 3 November 2014 dan telah memiliki *subscriber* sebanyak lebih dari 70, serta total *view* sebanyak lebih dari 14.000 kali ditonton. Isi konten dalam *Sanggar Angklung Gandhi Channel* kebanyakan adalah memperlihatkan kegiatan grup musik Sanggar Angklung Gandhi saat melakukan latihan dan *perform*/berpentas.



Gambar 3. 10 Channel Youtube Sanggar Angklung Gandhi  
Sumber Gambar: Tangkapan layar YouTube Sanggar angklung Gandhi Channel

Kemudian untuk media sosial *Instagram* Sanggar Angklung Gandhi merupakan akun pribadi yang dimiliki oleh pak Gandhi sendiri. Akun yang bernama *instagram sanggar\_angklung\_gandhi*, saat ini telah memiliki *followers*/pengikut sebanyak lebih dari 700. Akun *Instagram* ini menjadi salah satu akun yang paling tidak aktif dan hanya memiliki 1 *postingan* saja.



Gambar 3. 11 Media Sosial Instagram Sanggar Angklung Gandhi  
Sumber Gambar: Tangkapan layar *Instagram sanggar\_angklung\_gandhi*

#### f. Target Audience dan Harga Jual Alat Musik Tradisional

Konsumen atau pembeli dalam Sanggar Angklung Gandhi biasanya berasal dari Sekolah, Universitas, Instansi, BANK, Kepolisian, TNI, Organisasi pemuda seperti Karang Taruna dan Seniman seperti grup alat musik tradisional, dengan usia rata-rata pembeli mulai dari 25-50 tahun. Sanggar Angklung Gandhi menjual produknya baik dari dalam wilayah Jawa Tengah seperti Purbalingga dan Cilacap, bahkan sampai ke luar pulau seperti Sumatera dan Kalimantan. Untuk pengiriman didalam wilayah Jawa Tengah bisa diantarkan ke tempat pembeli dengan terdapat harga tambahan ongkos pengiriman yang diperhitungkan tergantung pada jarak pengiriman, atau pembeli dapat langsung mengambil di sanggar. Sedangkan untuk

pengiriman luar pulau, menggunakan jasa pengiriman ekspedisi kargo, yang biaya pengirimannya ditanggung oleh pembeli. Harga alat musik yang dijual sangat beragam pilihan *set* mulai dari pilihan paket *set* minimalis, paket *set medium*, dan *full set*. Selain penjualan secara paketan, sanggar ini juga menerima pembelian alat musik secara satuan. Untuk harga *set* minimalis yang ditawarkan misalnya ke sekolah biasanya ditawar dengan harga Rp5.000.000-Rp6.000.000, sedangkan untuk harga *full set* ditawarkan hingga harga Rp15.000.000. Pada pembelian alat musik satuan memiliki harga yang berbeda, tergantung pada spek alat musik yang ingin dibeli, seperti angklung yang memiliki 2 tabung atau 3 tabung dan yang lainnya.

Alat Musik	Spesifikasi	Harga
Angklung	1 jt	1jt
Angklung	2,5 jt tergantung spek	2,5 jt
Gambang	18 nada	750 rb.
Gambang	30 nada	1,2 jt.
Bas Dendam	13 nada	850 rb.
Bas Dendam	18 nada	1,2 jt.
Bedug Cello		600 rb.
Bedug Bas		500 rb.
Kenthong		65 rb/buah.
Perkuri/Tripek	minimalis	1,6 jt
Perkuri/Tripek	Lengkap	2,5 jt.

Gambar 3. 12 Daftar harga Sanggar Angklung Gandhi  
Sumber Gambar: Foto dari Narasumber di WhatsApp

### 3.2.2 Studi Komparasi

#### 3.2.2.1 Sanggar Seni Kenthongan Kingsan

##### a. Data Profil

Alamat : Jl. Lawet No.37, Purbalingga Wetan, Kec. Purbalingga,  
Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah 53317

No. Telepon : 085647776015



Gambar 3. 13 Sanggar Seni Kenthongan Kingsan  
Sumber Gambar: Facebook Sanggar Seni kenthongan Kingsan

##### b. Sejarah

Sanggar Seni Kenthongan Kingsan didirikan sejak tahun 2003 merupakan tempat pengrajin alat musik bambu yang berada di Purbalingga, Jawa Tengah. Terdapat arti khusus dalam penamaan Kenthongan Kingsan, yaitu Kingsan berasal dari kata “King” yang berarti *winking* atau belakang, dan “San” yang berarti Kejaksanaan. Jadi jika disatukan memiliki arti *Winking* Kejaksanaan. Alasan mengapa dinamakan dengan *winking* kejaksanaan karena lokasi organisasi ini berada di belakang kantor kejaksanaan Purbalingga. Sebelum berubah menjadi kesenian kenthongan, Kingsan awalnya adalah nama dari sebuah grup *band* pada tahun 70-an yang kemudian berubah menjadi kesenian kenthongan semenjak tahun 2003.

### c. Grup Musik Kenthongan Kingsan

Grup musik kenthongan Kingsan merupakan grup musik yang sudah cukup populer di wilayah Kabupaten Purbalingga. Hal ini dikarenakan adanya inovasi dan kreativitas yang dilakukan oleh grup musik Kingsan dengan menciptakan bentuk dan warna yang baru dalam melakukan berbagai macam pertunjukan, sehingga dapat lebih mudah untuk diterima oleh masyarakat. Grup Kenthongan Kingsan menggunakan kenthongan sebagai alat musik utama. Selain itu, grup musik ini juga menggunakan alat musik lainnya seperti angklung, calung, tratam/teplak, bass cello, bass bedug, kenong, gitar eret-eret, dan *tambourine*. Sebagian besar anggota yang terdapat pada grup Kenthongan Kingsan adalah anak muda, yang diharapkan dapat mengembangkan kesenian Banyumas khususnya Kenthongan agar dapat dikenal masyarakat luas dan terus dilestarikan.



*Gambar 3. 14 Grup Musik Kenthongan Kingsan*  
Sumber Gambar: *Facebook Sanggar seni Kenthongan Kingsan*

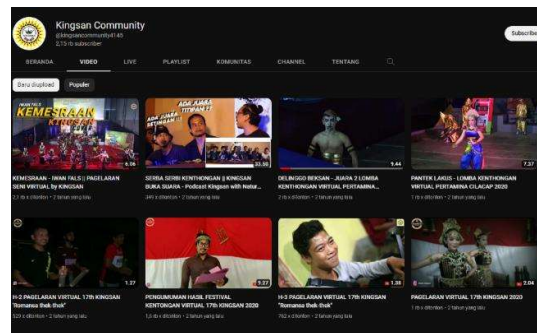
#### d. Media Promosi Sanggar Seni Kingsan

Terdapat dua media sosial yang digunakan untuk mempromosikan Sanggar Seni Kenthongan Kingsan yaitu, *Facebook*, *YouTube* dan *Instagram*. Media sosial *Facebook* tersebut, berupa Grup Publik atau komunitas yang sekarang telah memiliki lebih dari 500 jumlah anggota didalamnya. Kebanyakan isi konten yang terdapat pada grup *Facebook* Sanggar Seni Kenthongan Kingsan ini memperlihatkan kegiatan saat *perform*.



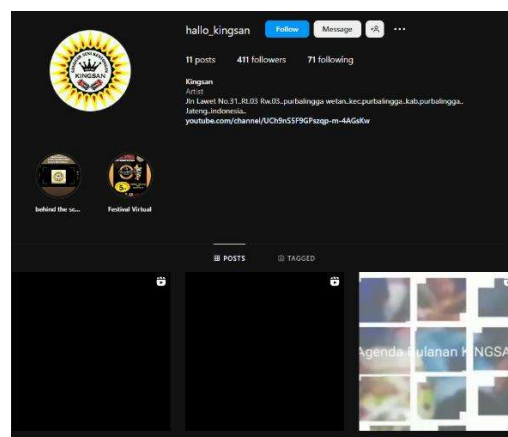
Gambar 3. 15 Facebook Sanggar Seni Kenthongan Kingsan  
Sumber Gambar: Tangkapan layar Facebook Sanggar Seni Kenthongan Kingsan

Untuk media sosial *YouTube*, memiliki *channel YouTube* yang bernama *Kingsan Community* yang telah dibuat pada tanggal 4 Juli 2020. *Channel YouTube* pada Sanggar ini telah memiliki lebih dari 2000 jumlah *subscriber* dan jumlah *view* sebanyak lebih dari 100.000 kali ditonton. Isi konten yang terdapat pada *channel YouTube Kingsan Community* ini kebanyakan memperlihatkan kegiatan saat sedang *perform*.



Gambar 3. 16 Channel *YouTube Kingsan Community*  
Sumber Gambar: Tangkapan Layar *YouTube Kingsan Community*

Pada media sosial *Instagram* *hallo\_kingsan* saat ini telah memiliki jumlah *followers* sebanyak lebih dari 400 pengikut dengan jumlah *postingan* yang sangat sedikit yaitu 11 *post* saja. Isi konten yang terdapat pada *instagram* tersebut kebanyakan mengenai kegiatan yang dilakukan saat sedang *perform*.



Gambar 3. 17 *Instagram hallo\_kingsan*  
Sumber Gambar: Tangkapan layar *Instagram haloo\_kingsan*



### 3.2.2.2 Belis Pring

#### a. Data Profil

Alamat : J6RP+RJR, Dusun II, Rempoah, Kec. Baturaden,  
Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah

No. Telepon : 085737451003



*Gambar 3. 18 Belis Pring Baturaden*  
Sumber Gambar: *Google Maps*

#### b. Sejarah

Belis Pring merupakan tempat produksi alat musik tradisional yang didirikan oleh pak Sutar, berlokasi di Baturaden, Jawa Tengah. Alat musik tradisional yang diproduksi di antaranya yaitu, kenthongan, angklung, bedug bass, bedug cello, gambang, tripok dan lain-lain.

#### c. Keunikan Produk Alat Musik Belis Pring

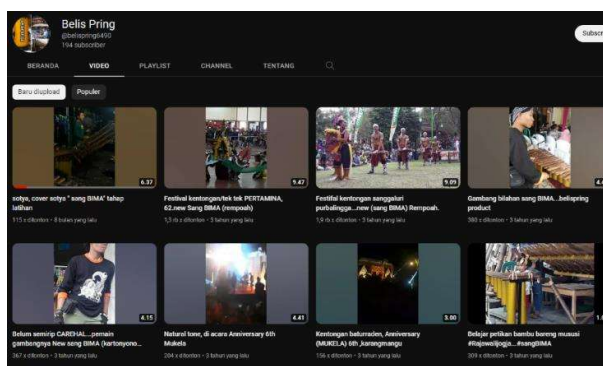
Belis Pring memiliki produk alat musik tradisional yang lebih unik dibandingkan dengan tempat usaha alat musik tradisional yang lainnya yaitu, menjual alat musik tradisional yang memiliki pilihan warna beragam pada alat musik bedug bass, bedug cello, dan tripok, mulai dari warna hangat seperti kuning, merah, oranye dan juga warna dingin seperti biru muda, biru tua, dan hijau. Selain itu terdapat juga alat musik yang memiliki bentuk motif tertentu seperti motif tentara. Hal ini membuat produk alat musik yang dijual berkesan sedikit lebih modern.



Gambar 3. 19 Produk alat musik Belis Pring  
Sumber Gambar: Media sosial Instagram belispring

#### d. Media Promosi Belis Pring

Terdapat tiga media sosial yang digunakan untuk mempromosikan Belis Pring yaitu *YouTube*, *Facebook* dan *Instagram*. Media sosial *YouTube* Belis Pring telah dibuat pada tanggal 13 Agustus 2017, dan saat ini telah memiliki jumlah *subscriber* lebih dari 190 dengan total *view* lebih dari 24.000 kali ditonton. Isi konten media sosial pada *channel YouTube* Belis Pring ini kebanyakan memperlihatkan kegiatan saat sedang melakukan *perform*.



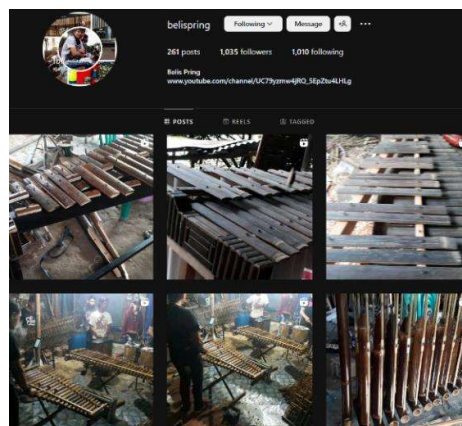
Gambar 3. 20 Channel YouTube Belis Pring  
Sumber Gambar: Tangkapan layar YouTube Belis Pring

Untuk media sosial *Facebook* merupakan akun pribadi yang dimiliki oleh pak Sutar dengan jumlah teman lebih dari 4900. Isi dari konten *Facebook* kebanyakan memperlihatkan kegiatan proses penjualan produk alat musik tradisional dan aktivitas keseharian pak Sutar.



Gambar 3. 21 Facebook Belis Pring  
Sumber Gambar: Tangkapan layar Facebook Belis Pring

Pada media sosial *Instagram* Belis Pring, telah memiliki jumlah *followers* sebanyak lebih dari 1000 pengikut, dengan jumlah *postingan* saat ini sebanyak lebih dari 250 *post*. Isi konten dari *Instagram* Belis Pring kebanyakan memperlihatkan produk alat musik yang dijual dan kegiatan *perform* dalam petas seni.



Gambar 3. 22 Instagram Belis Spring  
Sumber Gambar: Tangkapan layar Instagram belispring

### 3.2.3 Hasil Wawancara

Hasil dari wawancara yang didapatkan, untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam melakukan Perancangan Video Iklan Sanggar Angklung Gandhi sebagai Media Promosi ini, yaitu, pak Gandhi berpendapat bahwa dalam perancangan video iklan Sanggar Angklung Gandhi, sebaiknya lebih memperlihatkan pada bagian proses produksinya atau pembuatan alat musik tradisionalnya, yang menjadi kegiatan pokok dalam sanggar ini dan juga lokasi Sanggar Angklung Gandhi, sedangkan untuk *entertainment* hanya untuk sampingan saja.

Untuk hasil dari Perancangan Video Iklan Sanggar Angklung Gandhi Sebagai Media Promosi ini, menurut pendapat pak Gandhi lebih baik di unggah ke media sosial yaitu *YouTube* sebagai media utama, kemudian untuk media sosial yang lainnya di unggah ke *Facebook* atau *Instagram*, yang digunakan sebagai media pendukung.

### 3.2.4 Analisis SWOT, USP, dan Positioning

#### a. Analisis SWOT

Tabel 3.1 Analisis SWOT

	Sanggar Angklung Gandhi	Sanggar Seni Kenthongan Kingsan	Belis Spring
<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Memiliki kualitas produk alat musik tradisional yang terjamin bagus, karena melalui beberapa tahapan mulai dari pemilihan bambu yang sudah tua dan proses pengeringan selama 6 bulan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki grup musik kenthongan yang sudah eksis di wilayah Jawa Tengah, terutama di Kab. Purbalingga.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki produk alat musik tradisional yang menarik dengan terdapat pilihan warna dan motif yang beragam.</li> </ul>

	<p>supaya bambu tidak lapuk.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dapat menjual produknya bahkan sampai keluar pulau di Indonesia, seperti Kalimantan dan Sumatera.</li> <li>• -Memasang lokasi sanggar di <i>Google Maps</i> sehingga mudah ditemukan.</li> </ul>		
<b>Weakness (Kelemahan)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Media sosial yang sudah tidak <i>up to date</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media sosial yang sudah tidak <i>up to date</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurangnya informasi mengenai tempat usaha di <i>Internet</i>, khususnya di <i>Google Maps</i>.</li> </ul>
<b>Opportunities (Peluang)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adanya acara pentas seni untuk menambah eksistensi sanggar.</li> <li>• Tak terpenuhinya keinginan pelanggan oleh kompetitor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya acara pentas seni untuk menambah eksistensi sanggar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adanya acara pentas seni untuk menambah eksistensi tempat usaha.</li> <li>• Tak terpenuhinya keinginan pelanggan oleh kompetitor.</li> </ul>
<b>Threats (Ancaman)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adanya <i>lock down</i> akibat pandemi atau wabah dari suatu penyakit yang menyebar seperti <i>covid 19</i> sehingga membuat sepi pembeli.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adanya <i>lock down</i> akibat pandemi atau wabah dari suatu penyakit yang menyebar seperti <i>covid 19</i> sehingga membuat larangan untuk melakukan kegiatan pentas seni.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adanya <i>lock down</i> akibat pandemi atau wabah dari suatu penyakit yang menyebar seperti <i>covid 19</i> sehingga membuat sepi pembeli.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan harga yang kompetitif dengan usaha alat musik lain.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan harga yang kompetitif dengan usaha alat musik lain.</li> </ul>
--	--	--	--

**b. USP (*Unique Selling Point*)**

Berdasarkan hasil dari analisis SWOT, maka terdapat USP atau *Unique Selling Point* yang ada di Sanggar Angklung Gandhi yaitu, memiliki kualitas alat musik tradisional yang terjamin bagus, karena melalui beberapa tahapan mulai dari pemilihan bambu yang sudah tua dan proses pengeringan selama 6 bulan supaya bambu tidak lapuk.

**c. *Positioning***

*Positioning* dari Sanggar Angklung Gandhi ditempatkan sebagai tempat produksi alat musik tradisional yang ditunjukkan untuk sekolahan, instansi, dan suatu organisasi kesenian yang mencari tempat penjualan alat musik tradisional seperti angklung untuk digunakan sebagai media edukasi ataupun pentas seni.

### 3.3. Kerangka Penelitian

