

## **ABSTRAK**

Sanggar Seni Sekar Pandan merupakan salah satu sanggar yang sampai saat ini masih mempertahankan keaslian Tari Topeng Cirebon. Sanggar Seni Sekar Pandan berlokasi di Kompleks Keraton Kacirebonan. Melihat pentingnya pelestarian budaya asli Cirebon, Elang Heri kemudian mendirikan Sanggar Seni Sekar Pandan pada tahun 1992 yang memiliki visi utama yaitu “Menciptakan generasi muda yang kreatif, inovatif, dan berbudaya yang mampu menjaga dan melestarikan kesenian dan kebudayaan Kota Cirebon khususnya”. Tari Topeng Cirebon merupakan salah satu warisan leluhur yang menjadi salah satu ciri khas dari Kota Cirebon. Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang efektif dan efisien agar tujuan tersebut dapat tercapai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Sanggar Seni Sekar Pandan dan hambatan yang ditemui dalam upaya menarik minat remaja Kota Cirebon. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data yang dikumpulkan dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dokumentasi dan pustaka. Data yang sudah terkumpul akan diolah dengan cara reduksi data, penyajian, dan menarik kesimpulan. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran untuk menarik minat remaja yang sudah dilaksanakan oleh Sanggar Seni Sekar Pandan seperti mengadakan pagelaran rutin, melakukan pendekatan langsung dengan masyarakat, bekerja sama dengan pihak eksternal, serta meningkatkan promosi dan publikasi sudah memperlihatkan hasil yang positif. Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah murid yang belajar Tari Topeng Cirebon dalam beberapa tahun terakhir. Namun bila dibandingkan dengan jumlah remaja yang ada di Kota Cirebon, dapat dikatakan bahwa remaja kurang minat dalam mempelajari dan melestarikan Tari Topeng Cirebon. Beberapa hambatan pun telah disadari oleh Sanggar Seni Sekar Pandan yaitu masih kurangnya publikasi dalam mempromosikan kegiatan sanggar.

**Kata Kunci :** *Strategi Komunikasi Pemasaran, Sanggar Seni Sekar Pandan, Minat Remaja, Tari Topeng Cirebon.*

## **ABSTRACT**

Sanggar Seni Sekar Pandan is one of Sanggar that until now still maintaining the authenticity of the Cirebon Mask Dance. Sanggar Seni Sekar Pandan is located in Kacirebonan Palace Complex. Considering the importance of the preservation original cultures of Cirebon, Elang Heri then founded Sanggar Seni Sekar Pandan in 1992 that have the main vision of "Creating a creative, an innovative, and a cultured generation who able to keep and preserve the arts and culture of Cirebon especially Cirebon Mask Dance". Cirebon mask dance is one of heritage that became one of the characteristics of Cirebon. Considering the role of teenagers is very important as the successor to preserve the original art of Cirebon, and therefore required an effective and efficient strategy so that purpose can be achieved. The purpose of this study is to know the marketing communication strategy undertaken by the Sanggar Seni Sekar Pandan and the obstacles encountered in an effort to attract of teenagers interesting. This study used qualitative methods. Data collected by observation, interviews, documentation and library method. Data that has been collected will be processed by data reduction, presentation, and drawing conclusions. This study shows that the marketing communication strategy to attract teenagers applied by Sanggar Seni Sekar such as make regular performances, direct approach with people, have agreement with external institution, and improving promotion and publication are already have a positive result. This is proof by growing up number of students who learn Cirebon mask dance in the last few years. However, if compared with the number of teenagers in the Cirebon City, it can be said that teenagers have a lack of interest in learning and preserving of Cirebon mask dance. Some barriers realized by Sanggar Seni Sekar Pandan is a lack of publicity to promot their activity.

**Keywords : Marketing Communication Strategy, Sanggar Seni Sekar Pandan, Teenagers Interests, Cirebon mask dance.**