

Pembuatan dan Aktivasi Web Page Database dalam Menyediakan Ruang Komunikasi Antar Stakeholder Dewan Kesenian Semarang Sebagai Media Planner, Administration and Finance Manager, Liaison Officer

Muhammad Syafiq Majid, Muhammad Bayu Widagdo

mjdsyafiq@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407

Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

This project aimed to create a communication platform among stakeholders of the Semarang Arts Council, which includes artists, art communities, studios, the tourism and hospitality industries, the Semarang City Government, and the general public. To achieve this, a web page database was developed to present complete and accessible information about artists, portfolios, and contact persons. The web page was designed by collecting data on local artists, developing a sub-menu on the dekase.id website, and uploading the data. The activation of the platform was carried out through the Pesta Bestari 2025 event, which functioned as both a promotional and collaborative arts event. As the Media Planner, Administration and Finance Manager, and Liaison Officer, the author was responsible for digital promotional strategies, administrative and financial management, and technical coordination. The event's achievements included the launch of a database with 20 entries, 124 attendees, 21 performers, and partnerships with five media collaborators and sponsors totaling IDR 11,073,000.

Keywords: Arts Database Web Page, Semarang Arts Council, Pesta Bestari, Media Planner, Administration and Finance Manager, Liaison Officer

ABSTRAK

Karya bidang ini bertujuan untuk menciptakan ruang komunikasi antara *stakeholder* Dewan Kesenian Semarang yang terdiri atas seniman, komunitas seni, sanggar, industri pariwisata dan perhotelan, Pemerintah Kota Semarang, serta masyarakat umum. Sebagai perwujudan dari peran Dekase dalam pembinaan dan pengembangan kesenian, dikembangkan sebuah *web page database* kesenian yang menyajikan informasi lengkap mengenai pelaku seni, termasuk portofolio dan *contact person*. Perancangan *database* ini dilakukan melalui tahapan pengumpulan data seniman Kota Semarang, pengembangan sub-menu pada situs *dekase.id*, serta pengunggahan data. Aktivasi *web page* dilaksanakan melalui *event* Pesta Bestari 2025 yang dirancang sebagai ajang promosi, aktivasi, dan kolaborasi seni lintas cabang. Sebagai *Media Planner, Administration and Finance Manager, dan Liaison Officer*, penulis bertanggung jawab dalam perencanaan promosi digital, pengelolaan administrasi dan keuangan, serta memastikan kelancaran teknis acara. Capaian acara meliputi peluncuran laman dengan 20 entri seniman, kehadiran 124 pengunjung, keterlibatan 21 penampil, serta kolaborasi dengan lima *media partner* dan sponsor senilai Rp11.073.000.

Kata Kunci: Web Page Database Kesenian, Dewan Kesenian Semarang, Pesta Bestari, Media Planner, Administration and Finance Manager, Liaison Officer

PENDAHULUAN

Perkembangan budaya populer dan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi hiburan masyarakat, terutama generasi muda, yang kini lebih akrab dengan film, musik pop, dan konten digital dibandingkan budaya lokal (Simbolon et al., 2024). Kondisi ini berdampak pada menurunnya semangat pelestarian budaya tradisional. Namun, di sisi lain, kemajuan teknologi membuka peluang baru dalam memperkenalkan budaya lokal secara lebih luas melalui internet (Udayana, 2020).

Dewan Kesenian Semarang (Dekase) memiliki peran strategis dalam pembinaan dan pengembangan kesenian di Kota Semarang. Berdasarkan SK Wali Kota Semarang No. 431/454 Tahun 2022, Dekase bertugas merancang program pembinaan, mendorong karya baru, memberi rekomendasi kebijakan seni, serta menjembatani komunikasi antar *stakeholder* yang mencakup seniman, komunitas, sanggar seni, sektor pariwisata, dan masyarakat umum.

Namun, sistem pendataan yang masih

manual dan tersebar menghambat efisiensi komunikasi. Permintaan informasi terkait seniman atau sanggar pun sering kali tidak dapat ditanggapi secara cepat dan akurat. Selain itu, *platform* resmi seperti SiKENANG belum mampu menyediakan data yang lengkap dan terkini.

Oleh karena itu, diperlukan pengembangan *platform* digital berbentuk *web page database* kesenian yang memuat informasi lengkap dan terverifikasi mengenai pelaku seni. Upaya ini diharapkan menjadi solusi jangka panjang yang tidak hanya meningkatkan akses informasi, tetapi juga memperkuat relasi kolaboratif antar *stakeholder*. Untuk memperkenalkan platform ini, dilaksanakan *event* Pesta Bestari 2025 sebagai sarana aktivasi sekaligus ruang temu kolaboratif antar seniman lintas cabang seni.

OBJEKTIF

1. Perancangan Web Page Database Kesenian

Untuk mengukur keberhasilan dalam perancangan *web page database* kesenian, ditetapkan indikator sebagai berikut:

1. Tersedianya minimal 20 data seniman yang terunggah ke dalam *web page database* kesenian dalam waktu dua minggu setelah acara Pesta Bestari.
2. Tingkat kepuasan pengguna terhadap *web page* mencapai minimal 90%

untuk mengukur sejauh mana platform tersebut informatif, mudah digunakan, dan sesuai kebutuhan pengguna.

2. Aktivasi Web Page Database Kesenian

1. Memproduksi dan mempublikasikan total 49 konten (42 unggahan *feeds* dan 7 *stories*) di akun Instagram dan TikTok @pesta.bestari selama periode enam minggu (Januari–Februari 2025).
2. Mendapatkan minimal 100 pengikut baru di Instagram dan TikTok selama periode promosi.
3. Mencapai *engagement rate* di atas 8% setelah kegiatan berakhir.
4. Mendapatkan setidaknya tiga unggahan promosi dari media partner dalam waktu 15 hari selama penyelenggaraan event.
 - a. *Info Event Jateng* (@infoevent_jateng) – 6.547 pengikut: relevan karena segmentasi pengguna adalah anak muda, cocok untuk memperluas jangkauan audiens.
 - b. *Info Event Semarang* (@infoevent_semarang) – 61.700 pengikut: kuat dalam menjangkau audiens lokal Semarang.

- c. *Semarang Menfess* (@Smg_Menfess) – 36.400 pengikut: aktif di platform X, potensial menjangkau masyarakat Semarang secara luas.
5. Terjualnya minimal 100 tiket sebelum hari pelaksanaan Pesta Bestari 2025.
 6. Terjualnya minimal 30 produk *merchandise* sebelum acara berlangsung.
 7. Menghadirkan minimal 100 pengunjung selama acara berlangsung, dihitung dari pendaftaran yang dibuka selama 14 hari.
 8. Mendapatkan minimal 20 seniman dari Kota Semarang yang bersedia tampil di Pesta Bestari dalam kurun waktu 14 hari pendaftaran.
 9. Seluruh penampil tampil sesuai jadwal yang telah ditentukan.
 10. Tercatatnya 100 partisipan dalam kegiatan *fun artivity* melalui formulir pendaftaran.
 11. Memperoleh minimal 3 sponsor dengan total dukungan dana sebesar Rp6.000.000 dalam waktu delapan minggu (Desember 2024–Januari 2025).

TEORI KONSEPTUAL

Difusi Inovasi

Istilah difusi merujuk pada proses penyebaran inovasi melalui saluran komunikasi dalam kurun waktu tertentu kepada individu atau kelompok dalam suatu sistem sosial (Rogers et al., 2014; Sugiono, 2024). Difusi inovasi dipahami sebagai proses komunikasi mengenai ide-ide baru yang terjadi melalui interaksi antara agen perubahan dan anggota sistem sosial hingga menghasilkan keputusan untuk menerima atau menolak inovasi tersebut.

Menurut Rogers (dalam Nareswari & Hafidz, 2025), terdapat empat unsur utama dalam proses difusi inovasi:

1. **Inovasi:** Suatu ide, metode, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau kelompok yang mengadopsinya.
2. **Saluran komunikasi:** Sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan, baik melalui media massa maupun interaksi interpersonal.
3. **Waktu:** Periode yang dibutuhkan untuk menyebarluaskan inovasi dan diterima oleh anggota sistem sosial.
4. **Sistem sosial:** Lingkungan tempat inovasi disebarkan yang dipengaruhi oleh struktur sosial, norma, serta peran pemimpin opini.

Konsep ini relevan dalam konteks karya bidang, di mana *web page database*

kesenian sebagai bentuk inovasi perlu diperkenalkan, disosialisasikan, dan diadopsi secara luas oleh pelaku seni dan *stakeholder* lainnya.

Komunikasi Persuasif

Persuasi merupakan proses memengaruhi sikap, nilai, keyakinan, atau perilaku seseorang. Menurut DeVito (2018), persuasi adalah upaya untuk membentuk atau memperkuat pandangan audiens serta mendorong tindakan tertentu secara sukarela melalui pendekatan yang komunikatif dan humanis.

Elemen penting dalam komunikasi persuasif meliputi:

1. **Persuader:** Individu atau kelompok yang menyampaikan pesan untuk mengubah atau membentuk sikap dan perilaku target.
2. **Persuadee:** Penerima pesan, yang meskipun menerima informasi, tidak selalu menunjukkan perubahan, tergantung pada pengalaman dan kepribadiannya.
3. **Persepsi:** Penilaian persuadee terhadap persuader dan pesan, dipengaruhi oleh faktor kognitif seperti pengalaman, pengetahuan, dan wawasan.
4. **Pesan persuasif:** Upaya terencana untuk mengarahkan sikap dan tindakan berdasarkan motif tertentu

dengan memanfaatkan fakta yang mendukung.

5. **Saluran persuasif:** Media atau sarana yang digunakan dalam penyampaian pesan, baik secara langsung maupun tidak langsung.
6. **Umpan balik dan efek:** Respons dari persuadee yang menjadi indikator keberhasilan komunikasi serta dampak yang ditimbulkan oleh pesan tersebut.

Event Management

Menurut Lee dan Goldblatt (2020), sebuah *event* adalah bentuk pertemuan yang dirancang untuk menciptakan pengalaman yang unik dan berkesan, yang memerlukan perencanaan strategis dan pelaksanaan kreatif untuk mencapai tujuan tertentu. G.R. Terry (dalam Alan & Walian, 2023) menyatakan bahwa manajemen adalah proses untuk merancang dan mencapai tujuan melalui kerja sama kelompok dengan pemanfaatan sumber daya secara optimal.

Goldblatt (2020) menguraikan lima tahapan utama dalam *event management*, yaitu:

1. **Research:** Tahap awal untuk mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi peserta. Riset yang baik akan membantu mengurangi risiko dan memastikan acara berjalan sesuai tujuan.
2. **Design:** Proses menciptakan konsep acara yang menarik, kreatif, dan

relevan dengan tujuan acara.

3. **Planning:** Tahap perencanaan teknis yang mendetail, termasuk jadwal, logistik, dan distribusi sumber daya. Tahapan ini menjadi efisien jika riset dan desain dilakukan dengan matang.
4. **Coordination:** Proses koordinasi pelaksanaan acara yang menuntut pengambilan keputusan cepat dan tepat untuk memastikan kelancaran.
5. **Evaluation:** Penilaian terhadap seluruh proses acara, mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan, guna meningkatkan kualitas acara di masa mendatang.

DESAIN PERENCANAAN KARYA BIDANG

Desain perencanaan karya bidang ini terbagi menjadi dua fokus utama yang saling terintegrasi, yaitu perancangan *web page database* kesenian sebagai media digital, serta aktivasi *web page* tersebut melalui penyelenggaraan event Pesta Bestari 2025 sebagai sarana sosialisasi dan melibatkan publik. Keduanya dirancang untuk mewujudkan komunikasi yang lebih efektif antara pelaku seni dan para *stakeholder* di Kota Semarang.

1. Perancangan *Web Page Database Kesenian*

Objek pertama dari karya ini adalah pengembangan sebuah laman digital di

situs resmi *dekase.id* yang menampilkan data terstruktur mengenai seniman-seniman aktif di Kota Semarang. Tujuan utama perancangan ini adalah untuk menyediakan pusat informasi kesenian yang mudah diakses oleh masyarakat, pemerintah, pelaku industri, dan komunitas seni.

Langkah-langkah dalam perancangan meliputi:

- Pengumpulan dan verifikasi data seniman
- Pembuatan *sub-menu* khusus pada situs *dekase.id*
- Pengunggahan konten ke dalam *web page*.

2. Aktivasi *Web Page* melalui Event Pesta Bestari 2025

Objek kedua adalah pelaksanaan event aktivasi berupa festival seni bertajuk Pesta Bestari 2025 yang bertujuan memperkenalkan keberadaan dan fungsi *web page database* secara langsung kepada para pengguna potensial. Event ini tidak hanya menjadi ajang peluncuran formal, tetapi juga ruang temu kreatif antar pelaku seni dan audiens publik. Rangkaian kegiatan dalam event ini mencakup:

- Pertunjukan seni lintas cabang
- Sesi *talk show* bersama Dekase
- Kegiatan fun artivity

- Roadshow dan penjualan *merchandise* untuk mencari atau mempromosikan kegiatan seni.

SEGMENTASI

1. Geografis

- Primer:** Berdomisili di Kota Semarang
- Sekunder:** Kota Semarang dan sekitarnya

2. Demografis

- Primer:** Laki-laki dan perempuan, seniman, komunitas atau lembaga seni, segala usia, SES A-E
- Sekunder:** Laki-laki dan perempuan, *stakeholder* eksternal (pemerintah, instansi, lembaga swasta), usia 20-50, SES A-C

3. Psikografis

- Primer:** Aktif dalam komunitas seni dan sering terlibat dalam acara seni lokal
- Sekunder:** Tertarik pada seni dan budaya serta memiliki kepedulian budaya yang tinggi

4. Behavior

- Primer:** Aktif mengikuti festival budaya dan seni, sering berpartisipasi dalam acara seni, serta aktif menggunakan internet dan media sosial
- Sekunder:** Sering menghadiri galeri seni dan pertunjukan seni. Memanfaatkan platform digital

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pesta Bestari 2025

Pesta Bestari 2025 merupakan acara seni partisipatif yang diselenggarakan sebagai bentuk aktivasi dari *web page database* kesenian Dewan Kesenian Semarang. Acara ini melibatkan berbagai kegiatan seperti peluncuran laman *database* seniman, pertunjukan seni lintas cabang, *talk show* bersama anggota Dekase, pameran seni rupa, dan kegiatan *fun artivity* yang interaktif. Tujuan utamanya adalah mengenalkan *platform database* kesenian kepada masyarakat luas serta menjalin komunikasi antara seniman dengan berbagai *stakeholder*.

Secara keseluruhan, acara ini berhasil mengundang antusiasme dari berbagai pihak dengan melibatkan 21 seniman dari berbagai cabang seni, yaitu tari, musik, teater, dan rupa. Pesta Bestari dihadiri oleh 124 pengunjung, menunjukkan adanya ketertarikan dari masyarakat terhadap seni lokal dan acara seni kolaboratif. Dalam bidang promosi digital, akun *Instagram* dan *TikTok* @pesta.bestari mengalami peningkatan sebanyak 168 dan 109 pengikut baru dengan capaian *engagement rate* sebesar 16,02% dan 18,20%, melampaui target awal. Sebanyak 49 konten berhasil dipublikasikan selama masa pra-acara,

termasuk konten *feeds* dan *stories* yang dikemas secara menarik. Selain itu, keberhasilan kerja sama dengan lima media partner turut mendukung visibilitas acara, dan tiga sponsor memberikan dukungan dengan total dana sebesar Rp11.073.000. Dalam hal pengembangan sistem informasi, terdapat 20 profil seniman yang berhasil diverifikasi dan diunggah ke dalam *web page database*, yang kini menjadi bagian dari situs resmi Dekase.

Media Planner

Sebagai *Media Planner*, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam merancang strategi promosi digital untuk memperkenalkan dan mengedukasi publik mengenai keberadaan *web page database* kesenian serta acara Pesta Bestari 2025. Tugas ini mencakup perencanaan konten, riset visual, produksi dan penyuntingan video, serta manajemen unggahan konten ke media sosial.

Dalam pelaksanaannya, penulis berhasil menyusun perencanaan konten dan juga *content plan* selama delapan minggu sebelum acara. Sebanyak 49 konten diproduksi dan dipublikasikan melalui akun Instagram dan TikTok @pesta.bestari, yang terdiri dari 42 unggahan *feeds* dan 7 *stories*. Penulis juga memimpin *briefing* dengan *talent* untuk memastikan konten berjalan sesuai konsep yang telah direncanakan. Selain itu, penulis turut melakukan

pengambilan gambar dan penyuntingan video promosi sebanyak enam konten utama. Capaian ini berhasil meningkatkan jumlah pengikut sebanyak 168 pada *Instagram* dan 109 pada *TikTok* serta mencatatkan *engagement rate* sebesar 16,02% dan 18,20%, melebihi target yang ditentukan.

Administration & Finance Manager

Sebagai *Administration & Finance Manager*, penulis bertanggung jawab mengelola seluruh kebutuhan administrasi dan keuangan acara. Tugas ini meliputi penulisan surat kerja sama, pencatatan keuangan, serta pendataan peserta dan seniman yang tampil dalam acara.

Penulis telah berhasil menyusun dan mengirimkan lebih dari sepuluh surat kerja sama kepada *media partner*, tamu undangan resmi, dan institusi pendukung acara. Penulis juga telah melakukan pendokumentasian terhadap seluruh transaksi keuangan, mulai dari pemasukan tiket dan sponsorship hingga pengeluaran logistik acara, kemudian menyusunnya ke dalam laporan kas yang rinci dan transparan. Dalam aspek administrasi, penulis telah mencetak serta mengirimkan *e-ticket* Pesta Bestari dan mengelola daftar hadir pengunjung. Keseluruhan tugas tersebut telah dilakukan dengan tepat waktu dan teliti, mendukung transparansi serta kelancaran teknis pada hari pelaksanaan.

Liaison Officer

Sebagai *Liaison Officer*, penulis bertugas menjamin kenyamanan teknis bagi seluruh seniman penampil selama pelaksanaan acara. Peran ini menuntut penulis untuk mempersiapkan segala keperluan yang dibutuhkan penampil dan memastikan alur pergerakan mereka berjalan lancar sesuai jadwal.

Penulis telah menyusun daftar kebutuhan ruang transit berdasarkan jenis seni yang ditampilkan, menyiapkan perlengkapan pendukung seperti kursi, tanda nama, dan air minum, serta memastikan ruangan dalam kondisi bersih, tertata, dan siap digunakan. Penulis juga telah mengkoordinasikan kedatangan seluruh penampil, melakukan orientasi ruangan transit, serta menjaga ketepatan jadwal tampil berdasarkan *rundown* acara. Selain itu, penulis telah menjalankan peran sebagai penghubung antara tim produksi dengan seniman untuk mengantisipasi perubahan teknis mendadak. Sebagai *Liaison Officer*, penulis bertugas memastikan kenyamanan dan kelancaran teknis bagi para seniman penampil selama acara berlangsung. *Jobdesc* ini mencakup penyediaan ruang transit, manajemen logistik *backstage*, dan pendampingan seniman dari kedatangan hingga tampil.

EVALUASI

Pesta Bestari 2025

Pelaksanaan Pesta Bestari 2025 dapat

dikatakan berjalan dengan baik dan mencapai sebagian besar target yang ditetapkan, seperti jumlah pengunjung, keterlibatan seniman, dan ketercapaian promosi digital. Namun, beberapa kendala perlu dicatat sebagai bahan evaluasi.

Beberapa penampil mengundurkan diri mendadak, menyebabkan revisi *rundown* di hari-H. Kegiatan juga sempat tertunda karena kendala teknis saat *sound check* dan keterlambatan tamu undangan. Permasalahan teknis lain muncul pada perangkat *clip-on mic* saat transisi ke pertunjukan teater, sehingga jeda acara berlangsung cukup lama.

Dari sisi pengelolaan digital, penginputan data ke *website* Dekase sempat tertunda sebulan akibat gangguan sistem. Selain itu, target unggahan konten media sosial tidak tercapai pada periode utama karena beban kerja yang tinggi, meski akhirnya total unggahan terpenuhi. Capaian *engagement rate* tetap tinggi, menunjukkan efektivitas pesan yang disampaikan.

Penjualan tiket dan *merchandise* juga belum maksimal karena waktu promosi yang terbatas, namun jumlah pengunjung tetap melebihi target. Kendala-kendala ini menunjukkan pentingnya perencanaan teknis, distribusi kerja yang adil, dan strategi promosi yang lebih luas di masa mendatang.

Media Planner

Peran penulis sebagai *Media Planner* telah

dijalankan dengan cukup baik. Penulis berhasil menyusun *content plan*, *content calendar*, memproduksi enam video, serta menjalin kerja sama dengan lima media partner. Empat di antaranya turut memuat promosi acara. Meski empat konten tidak terunggah sesuai jadwal, secara keseluruhan konten yang diproduksi efektif mendukung pencapaian target promosi.

Administration & Finance Manager

Pelaksanaan tugas sebagai *Administration & Finance Manager* dalam kegiatan Pesta Bestari 2025 menunjukkan kinerja yang cukup optimal, namun tetap menyisakan sejumlah catatan penting sebagai bahan evaluasi dan perbaikan. Secara umum, aspek administratif telah dijalankan dengan baik, ditunjukkan melalui tertibnya dokumentasi rapat, surat menyurat, dan distribusi informasi kepada pihak eksternal maupun peserta. Dalam aspek keuangan, meskipun laporan akhir mencatat adanya surplus, realisasi belanja yang melebihi rencana awal mengindikasikan adanya kelemahan dalam proyeksi kebutuhan dana. Hal ini menandakan bahwa fleksibilitas dalam mengatur alokasi dana perlu menjadi perhatian, agar tetap dapat mengakomodasi dinamika lapangan tanpa melampaui batas perencanaan secara signifikan.

Liaison Officer

Evaluasi terhadap pelaksanaan tugas sebagai *Liaison Officer* dalam Pesta Bestari

2025 menunjukkan bahwa kompleksitas peran ini tidak hanya terletak pada koordinasi teknis, tetapi juga pada kemampuan mengelola dinamika dan tekanan waktu secara responsif. Munculnya sejumlah kendala, seperti pembatalan mendadak dari penampil, keterlambatan *rundown*, hingga masalah teknis saat pertunjukan teater, mencerminkan bahwa sistem koordinasi yang ada masih memiliki celah dalam hal ketegasan jadwal dan kesiapsiagaan teknis. Hal ini menandakan perlunya penguatan prosedur komunikasi yang lebih sistematis, baik antar panitia maupun dengan peserta, serta pentingnya simulasi teknis yang dilakukan jauh hari sebelum acara. Selain itu, ketergantungan pada persiapan hari-H memperbesar risiko ketidaksesuaian eksekusi di lapangan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap 13 indikator keberhasilan, Pesta Bestari 2025 berhasil mencapai sebagian besar target yang ditetapkan. Sebanyak 10 indikator dinyatakan tercapai, termasuk peluncuran laman *database* dengan 20 data seniman, keterlibatan 124 pengunjung, serta penampilan 19 dari 21 peserta secara tepat waktu. Capaian media sosial pun tergolong tinggi, dengan *engagement rate* mencapai 16,02% di Instagram dan 18,20% di TikTok, serta kolaborasi dengan lima *media partner* dan dukungan sponsor melebihi target.

Penulis juga telah menjalankan tiga peran utama secara optimal. Sebagai *Media Planner*, penulis menyusun strategi konten, memproduksi materi promosi, menjalin kerja sama media, dan menjaga keberlangsungan komunikasi digital. Dalam peran *Administration & Finance Manager*, penulis mengelola seluruh surat-menyurat, membuat dokumen keuangan, serta melakukan pengelolaan anggaran dan pelaporan keuangan akhir secara tertib. Sebagai *Liaison Officer*, penulis memastikan kelancaran teknis penampil dan menghadapi situasi tak terduga secara tanggap dan adaptif. Ketiga peran ini dijalankan dengan profesional dan memberikan kontribusi signifikan terhadap kesuksesan acara.

SARAN

Berdasarkan evaluasi yang sudah disampaikan sebelumnya, penulis menyarankan beberapa hal agar pelaksanaan program serupa dapat berjalan lebih efektif di masa mendatang.

Pertama, perlu dilakukan perencanaan waktu yang lebih matang, terutama terkait penjadwalan teknis seperti *sound check* dan *briefing* seniman untuk menghindari keterlambatan.

Kedua, pembagian peran dalam tim perlu dirancang secara lebih proporsional agar beban kerja tidak terkonsentrasi pada individu tertentu, khususnya dalam aspek

produksi konten dan promosi digital.

Ketiga, strategi promosi eksternal sebaiknya diperluas dengan menggandeng lebih banyak *media partner* serta mengeksplorasi kanal lain seperti *email marketing* atau kolaborasi dengan *influencer* lokal.

Keempat, disarankan agar panitia mulai membuat daftar penampil cadangan yang siap dihubungi jika ada pengunduran mendadak, sehingga perubahan *rundown* dapat diminimalisir.

Kelima, mengingat keterlambatan sering terjadi pada transisi antar sesi, panitia perlu menyiapkan waktu tambahan (*buffer time*) yang realistis dalam *rundown* untuk mengantisipasi kendala teknis maupun persiapan.

Terakhir, terkait *website*, pihak teknis Dekase perlu melakukan pengecekan dan perawatan sistem secara rutin agar potensi gangguan dapat diminimalisir.

DAFTAR PUSTAKA

- Alan, & Walian, A. (2023). Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Panti Asuhan Peduli Anak Yatim Palembang. *Social Science and Contemporary Issues Journal*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.59388/sscij.v1i4.396>
- Armitrianto, A. (2025, January 13). *Wawancara Ketua Dewan Kesenian Semarang* [Taman Budaya Raden

- Saleh].
https://drive.google.com/file/d/1bmn9MLvb6AN5T40Mdvw5eOEoZZZWdvX2/view?usp=drive_link
- Armitrianto, A. (2025, January 26). *Wawancara Ketua Dewan Kesenian Semarang* [Via Telefon].
https://drive.google.com/file/d/1kr0hDPcLYb8yCb8HqWO0A4hRoDpQg_fl/view?usp=drive_link
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2024). Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi 2023. *Badan Pusat Statistik, 06300.24011, 6, 2024*.
<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/09/30/b50f00b8615fc8716c8e02d4/indeks-pembangunan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-2023.html>
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2024). Ekonomi Kota Semarang Tahun 2023. *Berita Resmi Statistik, No 07/03/3374.Th.VI*.
- DeVito, J. A. (2018). *Human communication: The basic course* (Fourteenth edition). Pearson.
- Direktorat Perlindungan Kebudayaan. (2022, December 15). Sebanyak 1728 Warisan Budaya Takbenda (WBTb) Indonesia Ditetapkan | Direktorat Pelindungan Kebudayaan. *Berita*.
<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/dpk/sebanyak-1728-warisan-budaya-takbenda-wbtb-indonesia-ditetapkan/>
- Goldblatt, J. (2013). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Kemendikbud. (2017, June 21). Ini 10 Objek Budaya dalam UU Pemajuan Kebudayaan. *Kementerian Pendidikan Dasar Dan Menengah*.
<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2017/06/ini-10-objek-budaya-dalam-uu-pemajuan-kebudayaan>
- Keputusan Walikota Semarang Nomor 431/454 Tahun 2022 Tentang Pembentukan Dewan Kesenian Kota Semarang Periode Tahun 2022-2027*. (n.d.).
<https://drive.google.com/file/d/1-niMT-4XBwk7K0apZF1R-UbKopQpDiNZ/view>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lee, S. S., & Goldblatt, J. (2020). *Special Events: The Brave New World for Bolder and Better Live Events*. John Wiley & Sons.
- Nareswari, A. Z., & Hafidz. (2025). Integrasi Teknologi Informasi Dalam Kurikulum Pendidikan Agama Islam di Indonesia; Pendekatan Teori Difusi Inovasi M.Rogers. *IHSAN* :

- Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i1.437>
- Nurhasanah, L., Siburian, B. P., & Fitriana, J. A. (2021). PENGARUH GLOBALISASI TERHADAP MINAT GENERASI MUDA DALAM MELESTARIKAN KESENIAN TRADISIONAL INDONESIA. *Jurnal Global Citizen: Jurnal Ilmiah Kajian Pendidikan Kewarganegaraan*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.33061/jgz.v10i2.5616>
- Purwanti, A. (2025, January 26). *Wawancara Komite Tari Dewan Kesenian Semarang* [Taman Budaya Raden Saleh]. https://drive.google.com/file/d/16rzLc7z6WUlnT0M5pXwdKEQi9sohv0y/view?usp=drive_link
- Rogers, E., Singhal, A., & Quinlan, M. (2014). Diffusion of Innovations. In *An Integrated Approach to Communication Theory and Research, Third Edition* (pp. 432–448). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203710753-35>
- Simbolon, N., Berutu, N. K., Afrizal, M., Fitri, N. D. A., Harefa, T. A., & Dalimunte, S. F. (2024). ANALISIS PENGARUH GLOBALISASI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT TARI TRADISIONAL DI GENERASI MUDA. *MERDEKA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), Article 5. <https://doi.org/10.62017/merdeka.v1i5.1349>
- Sugiono, S. (2024). Proses Adopsi Teknologi Generative Artificial Intelligence dalam Dunia Pendidikan: Perspektif Teori Difusi Inovasi. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v9i1.4859>
- Udayana, Dr. A. A. G. B. (2020). DISRUPSI TEKNOLOGI DIGITAL: TUMBUH KEMBANGNYA INDUSTRI KREATIF BERBASIS BUDAYA. *SEMINAR NASIONAL ENVISI 2020: INDUSTRI KREATIF*. https://www.ciputra.ac.id/envisi/wp-content/uploads/ENVISIVCD-2020-P001-Anak-Agung-Gde-Bagus-Udayana-Disrupsi-Teknologi-Digital_-Tumbuh-Kembangnya-Industri-Kreatif-Berbasis-Budaya.pdf