

**DISEMINASI PENGETAHUAN TOKOH KI NARTOSABDHO MELALUI EVENT
FESTIVAL SEABAD NADA DAN WARISAN KI NARTOSABDHO KEPADA
PEGIAT SENI MAHASISWA DI KOTA SEMARANG SEBAGAI PROJECT
MANAGER, SPONSORSHIP MANAGER, MEDIA PLANNER, KOORDINATOR
LAPANGAN, TENANT MANAGER**

Raihan Arda Maheswara

raihanarda@gmail.com

Program Studi 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 study analyzes the dissemination of knowledge regarding Ki Nartosabdho through the cultural event “Festival Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho” targeting student art communities in Semarang. The increasing dominance of global popular culture has contributed to the declining awareness of local cultural figures among younger generations. This research employs a qualitative approach with an implementation-based method, utilizing Integrated Marketing Communication (IMC) as the conceptual framework. The festival integrates various communication tools, including advertising, public relations, and experiential events. Findings reveal that the program successfully enhances participation, knowledge, and cultural appreciation among participants. The study concludes that cultural festivals supported by integrated communication strategies can effectively bridge the gap between interest and knowledge in cultural preservation.

Keywords: Cultural Communication; Knowledge Dissemination; IMC; Cultural Festival, Youth

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis diseminasi pengetahuan mengenai tokoh Ki Nartosabdho melalui event “Festival Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho” yang menyoasar pegiat seni mahasiswa di Kota Semarang. Dominasi budaya populer global menyebabkan menurunnya kesadaran generasi muda terhadap tokoh budaya lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode implementatif serta kerangka Integrated Marketing Communication (IMC). Festival mengintegrasikan berbagai alat komunikasi seperti advertising, public relations, serta experiential event. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program mampu meningkatkan partisipasi, pengetahuan, dan apresiasi budaya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa festival budaya dengan strategi komunikasi terintegrasi efektif dalam menjembatani kesenjangan antara minat dan pengetahuan dalam pelestarian budaya.

Kata kunci: Komunikasi Budaya; Diseminasi pengetahuan; IMC, Festival Budaya, Generasi Muda

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang ditandai dengan perkembangan teknologi digital dan arus informasi yang masif, budaya populer global menjadi kekuatan dominan yang memengaruhi pola konsumsi budaya masyarakat, khususnya generasi muda. Fenomena ini menyebabkan terjadinya pergeseran nilai, di mana budaya lokal semakin kehilangan ruang eksistensinya di tengah masyarakat modern (Budiarto, 2020; Nahak, 2019). Kota Semarang sebagai kota multikultural dengan akar budaya Jawa yang kuat tidak terlepas dari dinamika tersebut, di mana generasi muda cenderung lebih dekat dengan media digital dibandingkan dengan warisan budaya lokal.

Meskipun demikian, kondisi ini tidak sepenuhnya menunjukkan hilangnya minat generasi muda terhadap budaya lokal. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas generasi muda masih memiliki ketertarikan terhadap kesenian Jawa, dengan lebih dari 90% responden menyatakan pentingnya pelestarian budaya. Namun, terdapat kesenjangan signifikan pada aspek pengetahuan, di mana hanya 8,8% responden yang memahami sosok Ki Nartosabdho. Kesenjangan ini menunjukkan adanya paradoks antara minat dan pemahaman,

yang berpotensi menghambat proses pelestarian budaya secara berkelanjutan.

Ki Nartosabdho merupakan salah satu tokoh penting dalam kesenian Jawa yang dikenal sebagai inovator dalam seni pertunjukan, khususnya dalam pengembangan karawitan dan wayang orang. Kontribusinya tidak hanya terletak pada pelestarian tradisi, tetapi juga pada kemampuannya dalam mengadaptasi unsur-unsur modern ke dalam kesenian tradisional. Namun demikian, rendahnya tingkat eksposur terhadap tokoh ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi budaya yang ada belum mampu menjangkau generasi muda secara efektif.

Dalam konteks komunikasi, media memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman dan persepsi masyarakat terhadap suatu realitas. Sebagaimana dijelaskan oleh Entman (1993), media melakukan proses framing dengan menyeleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas, sehingga memengaruhi bagaimana audiens memahami suatu isu. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu menciptakan pengalaman langsung bagi audiens.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah melalui event budaya. Event tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana

komunikasi yang mampu menciptakan pengalaman langsung (*experiential communication*) dan meningkatkan keterlibatan audiens (Getz, 2012). Dengan demikian, festival budaya menjadi strategi yang relevan untuk menjembatani kesenjangan antara minat dan pengetahuan generasi muda terhadap budaya lokal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana festival budaya dapat berfungsi sebagai media diseminasi pengetahuan tentang Ki Nartosabdho kepada generasi muda, khususnya pegiat seni mahasiswa di Kota Semarang.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis efektivitas festival budaya dalam meningkatkan partisipasi, pengetahuan, dan apresiasi generasi muda terhadap tokoh Ki Nartosabdho.

KERANGKA TEORETIS

1. Paradigma Konstruktivisme

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi yang dibentuk melalui proses interpretasi individu (Littlejohn, Foss, & Oetzel, 2016). Dalam konteks ini, pemahaman generasi muda terhadap budaya

tidak bersifat objektif, melainkan dibentuk melalui pengalaman, interaksi sosial, serta paparan media.

2. *Integrated Marketing Communication* (IMC)

Integrated Marketing Communication (IMC) merupakan pendekatan strategis yang mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan secara konsisten dan efektif (Kotler & Keller, 2016). IMC meliputi beberapa elemen utama seperti advertising, public relations, serta events and experiences.

Menurut Mihart (2012), IMC memiliki pengaruh terhadap tiga aspek utama, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Dalam konteks penelitian ini, IMC digunakan untuk meningkatkan pengetahuan, ketertarikan, serta partisipasi generasi muda terhadap budaya.

3. Event sebagai Media Komunikasi

Event merupakan salah satu bentuk komunikasi yang bersifat *experiential*, di mana audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mengalami secara langsung pesan yang disampaikan (Getz, 2012). Hal ini menjadikan event sebagai media yang efektif dalam

meningkatkan engagement dan internalisasi nilai budaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode implementatif melalui perancangan dan pelaksanaan festival budaya. Subjek penelitian adalah pegiat seni mahasiswa di Kota Semarang yang tergabung dalam Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) seni.

Pengumpulan data dilakukan melalui survei pra-event dan post-event, observasi kegiatan, serta dokumentasi program. Program dilaksanakan dalam tiga fase kegiatan yang mencakup pertunjukan seni, diskusi budaya, pameran multimedia, serta pagelaran kolaboratif.

Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk melihat perubahan pada aspek partisipasi, pengetahuan, dan apresiasi peserta setelah mengikuti kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi festival budaya berbasis IMC mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan partisipasi, pengetahuan, dan apresiasi budaya.

Pertama, dari aspek partisipasi, festival berhasil melibatkan lebih dari 50% kampus sasaran, menunjukkan bahwa

strategi komunikasi yang digunakan mampu menarik keterlibatan generasi muda secara efektif.

Kedua, dari aspek pengetahuan, hasil evaluasi post-event menunjukkan peningkatan signifikan, di mana lebih dari 50% peserta mampu menjawab pertanyaan terkait Ki Nartosabdho dengan benar, meningkat dari kondisi awal sebesar 8,8% . Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan experiential melalui event lebih efektif dibandingkan metode komunikasi konvensional.

Ketiga, dari aspek apresiasi, program berhasil mendorong produksi karya kreatif berupa video kolaboratif yang melibatkan lebih dari 25 mahasiswa. Aktivitas ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami, tetapi juga mampu mengekspresikan nilai budaya dalam bentuk kreatif.

Temuan ini sejalan dengan teori IMC yang menyatakan bahwa integrasi komunikasi dapat memengaruhi aspek kognitif, afektif, dan konatif secara simultan (Mihart, 2012). Selain itu, event sebagai media komunikasi terbukti mampu menciptakan pengalaman yang memperkuat pemahaman dan keterlibatan audiens (Getz, 2012).

SIMPULAN

Festival budaya “Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho” terbukti efektif sebagai media diseminasi pengetahuan budaya kepada generasi muda. Program ini mampu meningkatkan partisipasi, pengetahuan, dan apresiasi budaya melalui strategi komunikasi terintegrasi berbasis IMC.

Dengan demikian, festival budaya yang dikemas secara interaktif dan relevan dengan karakteristik generasi muda dapat menjadi strategi yang efektif dalam pelestarian budaya lokal di era globalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, G. (2020). Dampak globalisasi terhadap budaya lokal.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm.
- Getz, D. (2012). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2016). *Theories of human communication*.
- Mihart, C. (2012). Integrated marketing communication and consumer behavior.
- Nahak, H. (2019). Upaya pelestarian budaya Indonesia di era globalisasi.