

**DISEMINASI PENGETAHUAN TOKOH KI NARTOSABDHO MELALUI EVENT
FESTIVAL SEABAD NADA DAN WARISAN KI NARTOSABDHO KEPADA
PEGIAT SENI MAHASISWA DI KOTA SEMARANG SEBAGAI EVENT
MANAGER, EVENT CONCEPTOR, EVENT EXECUTOR, PRODUCTION
LOGISTICS, EVENT PRODUCTION GRAPHIC DESIGNER**

Muhammad Raihan Tambunan

muhammadraihan0923@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 examines the dissemination of knowledge about Ki Nartosabdho through the cultural event “Festival Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho” targeting student art communities in Semarang. The dominance of global popular culture has reduced young people’s awareness of local cultural figures, requiring more relevant communication approaches. This research uses a qualitative approach with an implementation-based method and the Integrated Marketing Communication (IMC) framework, integrating advertising, public relations, and experiential events. The findings show that the program increased participation, knowledge, and cultural appreciation among participants. This study concludes that cultural festivals with integrated communication strategies effectively bridge the gap between interest and understanding in cultural preservation.

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

ABSTRAK

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

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

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi yang semakin pesat, ditambah dengan kemajuan teknologi digital, membuat budaya populer global semakin mudah diakses dan dikonsumsi oleh generasi muda. Kondisi ini secara perlahan mendorong berkurangnya perhatian terhadap budaya lokal, termasuk di Kota Semarang yang sebenarnya memiliki akar budaya Jawa yang kuat.

Namun demikian, fenomena ini tidak sepenuhnya menunjukkan bahwa generasi muda kehilangan minat terhadap budaya lokal. Berdasarkan hasil survei terhadap 220 responden yang merupakan pegiat seni mahasiswa di Kota Semarang, mayoritas responden masih memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap budaya Jawa serta memandang pelestarian budaya sebagai hal yang penting. Akan tetapi, tingkat pemahaman terhadap tokoh budaya masih tergolong rendah, di mana hanya 8,8% responden yang mengenal Ki Nartosabdho dan hanya 5,4% yang pernah terlibat dalam kegiatan yang berkaitan dengan tokoh tersebut.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara minat dan pemahaman, di mana ketertarikan yang tinggi belum diikuti dengan pengetahuan yang memadai. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi budaya yang selama ini

dilakukan belum sepenuhnya mampu menjangkau generasi muda secara efektif.

Ki Nartosabdho sebagai salah satu tokoh penting dalam kesenian Jawa memiliki kontribusi besar dalam perkembangan seni pertunjukan melalui pendekatan yang inovatif dan adaptif terhadap zamannya. Namun, rendahnya tingkat eksposur terhadap tokoh ini menunjukkan perlunya pendekatan komunikasi yang lebih relevan dan sesuai dengan karakteristik generasi muda.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah melalui penyelenggaraan event budaya yang tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga memberikan pengalaman langsung kepada audiens. Melalui pengalaman tersebut, audiens diharapkan dapat lebih mudah memahami serta menginternalisasi nilai-nilai budaya yang disampaikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana event budaya dapat dimanfaatkan sebagai media diseminasi pengetahuan mengenai 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

Paradigma konstruktivisme memandang bahwa pemahaman individu terhadap suatu realitas tidak terbentuk secara objektif, melainkan melalui proses pengalaman, interaksi sosial, serta paparan media. Dalam konteks ini, pemahaman generasi muda terhadap budaya merupakan hasil dari proses konstruksi yang dipengaruhi oleh pengalaman yang mereka alami secara langsung maupun tidak langsung.

2. *Integrated Marketing Communication (IMC)*

Integrated Marketing Communication (IMC) merupakan pendekatan yang mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan secara konsisten dan efektif. Dalam penelitian ini, IMC digunakan sebagai dasar dalam menggabungkan berbagai strategi

komunikasi seperti advertising, public relations, serta event dan pengalaman.

Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan secara informatif, tetapi juga berupaya memengaruhi aspek kognitif (pengetahuan), afektif (ketertarikan), serta konatif (tindakan) audiens terhadap pesan yang disampaikan.

3. Event sebagai Media Komunikasi

Event merupakan salah satu bentuk komunikasi yang bersifat langsung dan berbasis pengalaman. Melalui event, audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga terlibat secara aktif dalam aktivitas yang diselenggarakan. Hal ini menjadikan event sebagai media yang efektif dalam meningkatkan keterlibatan serta pemahaman audiens terhadap suatu pesan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode implementatif melalui proses perancangan hingga pelaksanaan event budaya “Festival Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho”. Subjek penelitian adalah generasi muda yang tergabung dalam

komunitas serta Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) seni di Kota Semarang.

Pengumpulan data dilakukan melalui survei sebelum dan sesudah kegiatan (pre-event dan post-event), observasi selama pelaksanaan kegiatan, serta dokumentasi program. Festival dilaksanakan dalam tiga rangkaian kegiatan yang mencakup pertunjukan seni, diskusi budaya, pameran multimedia, serta kegiatan kolaboratif.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk melihat perubahan pada aspek partisipasi, pengetahuan, dan apresiasi peserta setelah mengikuti kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan festival budaya yang dirancang dengan pendekatan IMC mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan partisipasi, pengetahuan, dan apresiasi generasi muda.

Dari aspek partisipasi, festival berhasil melibatkan lebih dari setengah kampus sasaran. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan mampu menjangkau serta menarik keterlibatan generasi muda secara efektif.

Dari aspek pengetahuan, terjadi peningkatan yang cukup signifikan. Sebelum kegiatan berlangsung, hanya 8,8%

peserta yang memahami sosok Ki Nartosabdho. Setelah mengikuti rangkaian kegiatan, lebih dari 50% peserta mampu menjawab pertanyaan terkait tokoh tersebut dengan benar.

Dari aspek apresiasi, peserta tidak hanya memahami materi yang disampaikan, tetapi juga menunjukkan keterlibatan aktif dalam kegiatan kreatif, salah satunya melalui pembuatan video kolaboratif yang melibatkan lebih dari 25 mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa peserta mampu mengembangkan pemahaman mereka menjadi bentuk ekspresi kreatif.

Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis pengalaman melalui event lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman dibandingkan dengan komunikasi yang bersifat satu arah. Selain itu, integrasi berbagai elemen komunikasi dalam IMC juga memperkuat efektivitas penyampaian pesan budaya kepada audiens.

SIMPULAN

Festival budaya “Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho” terbukti dapat menjadi media yang efektif dalam menyampaikan pengetahuan budaya kepada generasi muda. Melalui pendekatan komunikasi yang terintegrasi dan berbasis pengalaman, program ini mampu meningkatkan partisipasi, pemahaman, serta apresiasi terhadap budaya.

Dengan demikian, event budaya yang dirancang secara relevan dengan karakteristik generasi muda dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendukung upaya pelestarian budaya lokal di tengah perkembangan 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.