

**DISEMINASI PENGETAHUAN TOKOH KI NARTOSABDHO MELALUI EVENT
FESTIVAL SEABAD NADA DAN WARISAN KI NARTOSABDHO KEPADA
PEGIAT SENI MAHASISWA DI KOTA SEMARANG SEBAGAI ACCOUNT
EXECUTIVE DAN EVENT MANAGER**

Evania Angel Callista

evniaangel@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

The low level of knowledge among young art enthusiasts regarding the figure of Ki Nartosabdho has become a significant challenge in preserving Javanese arts in Semarang. Although interest in Javanese culture remains relatively high, understanding of his figure, works, and contributions is still limited. Therefore, this project aims to enhance the knowledge and understanding of young art communities in Semarang regarding the works and cultural legacy of Ki Nartosabdho through the organization of a cultural event titled "Festival Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho." The conceptual framework applied is Integrated Marketing Communication (IMC), which integrates communication strategies through advertising, public relations and publicity, as well as events and experiences. The method used is an implementation-based approach through the design and execution of a cultural festival involving various university art student organizations (UKM) in Semarang, with a series of activities including art performances, multimedia exhibitions, cultural discussions, and collaborative performances. The author served as an Account Executive and Event Manager throughout the planning and implementation stages. The results indicate an increase in youth participation in art activities themed around Ki Nartosabdho, as well as improved audience understanding of his works and contributions, thereby strengthening the dissemination of cultural knowledge and fostering collaborative spaces among student art communities in Semarang.

Keywords: *Cultural Communication, Knowledge Dissemination, Cultural Festival, Ki Nartosabdho, Youth.*

ABSTRAK

Rendahnya tingkat pengetahuan generasi muda penggiat seni terhadap tokoh Ki Nartosabdho menjadi salah satu tantangan dalam upaya pelestarian kesenian Jawa di Kota Semarang. Meskipun minat terhadap budaya Jawa tergolong tinggi, pemahaman mengenai sosok, karya, serta kontribusi Ki Nartosabdho masih terbatas. Oleh karena itu, karya bidang ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman generasi muda penggiat seni di Kota Semarang terhadap karya dan warisan budaya Ki Nartosabdho melalui penyelenggaraan event budaya "Festival Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho". Landasan konsep yang digunakan adalah *Integrated Marketing Communication (IMC)* yang mengintegrasikan strategi

komunikasi melalui *advertising, public relations and publicity*, serta *events and experiences*. Metode yang digunakan berupa pendekatan implementatif melalui perancangan dan pelaksanaan festival budaya yang melibatkan berbagai Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) kesenian dari perguruan tinggi di Kota Semarang, dengan rangkaian kegiatan berupa pertunjukan seni, pameran multimedia, diskusi budaya, serta pagelaran kolaboratif. Penulis berperan sebagai *Account Executive dan Event Manager* dalam proses perencanaan hingga pelaksanaan program. Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya peningkatan partisipasi generasi muda dalam kegiatan seni bertema Ki Nartosabdho serta meningkatnya pemahaman audiens terhadap karya dan kontribusi tokoh tersebut, sehingga program ini turut memperkuat diseminasi pengetahuan budaya dan ruang kolaborasi komunitas seni mahasiswa di Kota Semarang.

Kata kunci: Komunikasi Budaya, Diseminasi Pengetahuan, Festival Budaya, Ki Nartosabdho, Generasi Muda.

PENDAHULUAN

Dalam dinamika globalisasi yang semakin intens, budaya populer global menjadi kekuatan dominan yang memengaruhi pola konsumsi budaya generasi muda melalui media digital, hiburan, dan tren gaya hidup modern. Fenomena ini menyebabkan pergeseran nilai, di mana budaya lokal mulai kehilangan ruang eksistensinya di tengah masyarakat. Kota Semarang sebagai kota multikultural dengan akar budaya Jawa yang kuat juga mengalami dinamika tersebut, di mana generasi muda cenderung lebih dekat dengan media digital dibandingkan dengan warisan budaya tradisional. Meskipun demikian, minat generasi muda terhadap kesenian Jawa masih tergolong tinggi. Hasil survei terhadap 220 responden yang tergabung dalam UKM kesenian menunjukkan bahwa lebih dari 90% responden memiliki ketertarikan dan kepedulian terhadap pelestarian budaya Jawa. Namun, tingginya minat tersebut tidak sejalan dengan tingkat pengetahuan yang dimiliki. Hanya 8,8% responden yang memahami sosok, karya, dan kontribusi Ki Nartosabdho, serta hanya 5,4% yang pernah terlibat dalam kegiatan seni yang berkaitan dengan tokoh tersebut. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara minat dan pemahaman, yang berpotensi menghambat pelestarian budaya secara berkelanjutan. Ki

Nartosabdho merupakan salah satu tokoh penting dalam kesenian Jawa yang dikenal sebagai dalang sekaligus inovator dalam seni pertunjukan, khususnya dalam pengembangan karawitan dan wayang orang. Kontribusinya tidak hanya dalam melestarikan tradisi, tetapi juga dalam mengadaptasi unsur modern ke dalam kesenian tradisional sehingga tetap relevan dengan perkembangan zaman. Namun, rendahnya eksposur terhadap tokoh ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi budaya yang ada belum mampu menjangkau generasi muda secara efektif. Dalam konteks komunikasi, penyampaian pesan budaya memerlukan pendekatan yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman langsung bagi audiens. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang terintegrasi dan relevan dengan karakteristik generasi muda. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah melalui event budaya yang bersifat interaktif dan experiential. Festival budaya dinilai mampu menjadi media komunikasi yang efektif dalam meningkatkan keterlibatan, pemahaman, serta apresiasi audiens terhadap nilai budaya. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada bagaimana event budaya “Festival Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho” dapat berfungsi sebagai media diseminasi pengetahuan kepada generasi muda,

khususnya pegiat seni mahasiswa di Kota Semarang.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis peran 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 individu melalui pengalaman, interaksi sosial, serta paparan media (Littlejohn, Foss, & Oetzel, 2016). Dalam konteks ini, pemahaman generasi muda terhadap tokoh Ki Nartosabdho tidak bersifat objektif, melainkan dibentuk melalui proses komunikasi, pengalaman budaya, serta keterlibatan langsung dalam aktivitas kesenian. Oleh karena itu, pendekatan yang melibatkan pengalaman langsung seperti event budaya menjadi relevan dalam membangun pemahaman yang lebih mendalam terhadap warisan budaya.

2. *Integrated Marketing Communication (IMC)*

Integrated Marketing Communication (IMC) merupakan pendekatan komunikasi strategis yang menggabungkan berbagai saluran komunikasi secara terpadu untuk menyampaikan pesan yang konsisten dan efektif kepada audiens (Kotler & Keller, 2016). Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada bagaimana pesan dapat diterima, dipahami, dan direspons oleh audiens. Dalam praktiknya, IMC mencakup berbagai elemen seperti periklanan (advertising), hubungan masyarakat dan publisitas (public relations and publicity), serta event dan pengalaman (events and experiences). Integrasi dari elemen-elemen tersebut memungkinkan terbentuknya komunikasi yang lebih kuat karena audiens menerima pesan melalui berbagai titik kontak (touchpoints). Lebih lanjut, IMC dapat memengaruhi tiga aspek utama dalam diri audiens, yaitu aspek kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan atau ketertarikan), dan konatif (tindakan atau perilaku) (Mihart, 2012). Dalam penelitian ini, IMC digunakan sebagai dasar

dalam merancang strategi komunikasi festival untuk meningkatkan pemahaman serta ketertarikan generasi muda terhadap karya Ki Nartosabdho.

3. Event sebagai Media Komunikasi

Event merupakan salah satu bentuk komunikasi yang menekankan pada pengalaman langsung (experiential), di mana audiens tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga terlibat secara aktif dalam proses komunikasi (Getz, 2012). Karakteristik ini menjadikan event sebagai media yang efektif dalam membangun keterlibatan dan kedekatan emosional dengan audiens. Dalam konteks komunikasi budaya, event memiliki peran penting sebagai sarana untuk menghadirkan kembali nilai-nilai budaya dalam bentuk yang lebih interaktif dan relevan. Melalui berbagai aktivitas seperti pertunjukan seni, diskusi budaya, serta pameran interaktif, audiens dapat memahami budaya tidak hanya secara kognitif, tetapi juga melalui pengalaman langsung. Dengan demikian, festival budaya dapat menjadi medium yang efektif untuk menjembatani kesenjangan antara minat dan pemahaman

generasi muda terhadap budaya lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode implementatif melalui perancangan dan pelaksanaan event budaya “Festival Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho”. Metode ini dipilih karena penelitian tidak hanya menganalisis, tetapi juga mengimplementasikan strategi komunikasi secara langsung. Subjek penelitian adalah generasi muda penggiat seni di Kota Semarang, khususnya mahasiswa yang tergabung dalam Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) kesenian dan komunitas seni berbasis budaya Jawa. Pengumpulan data dilakukan melalui survei pra-event dan post-event, observasi selama kegiatan, serta dokumentasi program. Program dilaksanakan dalam tiga fase, yaitu pengenalan, pemahaman, dan apresiasi, melalui rangkaian kegiatan seperti pertunjukan seni, diskusi budaya, dan pameran multimedia. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan melihat perubahan pada aspek partisipasi, pengetahuan, dan apresiasi audiens setelah mengikuti kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi festival budaya

“Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho” yang dirancang menggunakan pendekatan Integrated Marketing Communication (IMC) mampu memberikan dampak terhadap peningkatan partisipasi, pengetahuan, dan apresiasi generasi muda. Dari aspek partisipasi, program berhasil melibatkan lebih dari 50% kampus sasaran melalui keterlibatan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) kesenian dalam berbagai rangkaian kegiatan festival. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang mengombinasikan media digital, publisitas, serta aktivasi event mampu menarik keterlibatan generasi muda secara efektif. Dari aspek pengetahuan, hasil evaluasi post-event menunjukkan adanya peningkatan pemahaman audiens terhadap sosok dan karya Ki Nartosabdho. Jika pada kondisi awal hanya 8,8% responden yang memiliki pengetahuan terkait tokoh tersebut, setelah pelaksanaan program lebih dari 50% peserta mampu menjawab pertanyaan dengan benar. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pendekatan experiential melalui event budaya lebih efektif dalam menyampaikan pengetahuan dibandingkan metode komunikasi yang bersifat satu arah. Dari aspek apresiasi, program berhasil mendorong keterlibatan aktif peserta dalam bentuk produksi karya kreatif berupa video kolaboratif yang melibatkan lebih dari 25 mahasiswa dari berbagai UKM seni.

Partisipasi ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya memahami informasi, tetapi juga mampu menginternalisasi nilai budaya ke dalam bentuk ekspresi kreatif. Temuan ini sejalan dengan konsep IMC yang menyatakan bahwa komunikasi terintegrasi dapat memengaruhi aspek kognitif, afektif, dan konatif secara bersamaan. Selain itu, event sebagai media komunikasi juga terbukti efektif dalam menciptakan pengalaman langsung yang memperkuat keterlibatan dan pemahaman audiens terhadap pesan budaya yang disampaikan. Dengan demikian, festival budaya tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi yang efektif dalam menjembatani kesenjangan antara minat dan pengetahuan generasi muda terhadap budaya lokal.

SIMPULAN

Festival budaya “Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho” terbukti efektif sebagai media diseminasi pengetahuan budaya kepada generasi muda, khususnya pegiat seni mahasiswa di Kota Semarang. Melalui pendekatan Integrated Marketing Communication (IMC) yang mengintegrasikan media digital, publisitas, serta pengalaman langsung melalui event, program ini mampu meningkatkan partisipasi, pengetahuan, dan apresiasi audiens terhadap sosok dan karya Ki Nartosabdho. Peningkatan ini terlihat dari

keterlibatan aktif mahasiswa dalam berbagai rangkaian kegiatan, peningkatan pemahaman yang signifikan setelah pelaksanaan program, serta munculnya bentuk apresiasi melalui karya kreatif yang dihasilkan peserta. Dengan demikian,

festival budaya yang dikemas secara interaktif, kolaboratif, dan relevan dengan karakteristik generasi muda dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif dalam mendukung pelestarian budaya lokal di tengah arus 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.