

**DISEMINASI PENGETAHUAN TENTANG TOKOH KI NARTOSABDHO
MELALUI EVENT FESTIVAL SEABAD NADA DAN WARISAN KI
NARTOSABDHO KEPADA PEGIAT SENI MAHASISWA DI KOTA SEMARANG
SEBAGAI SOCIAL MEDIA SPECIALIST & COPYWRITER DAN DATA INSIGHT
EXECUTIVE**

Sharleen Uliartha Hutapea

sharleenuliartha@icloud.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 understanding among young art practitioners regarding the figure of Ki Nartosabdho poses a challenge to the preservation of Javanese arts in Semarang. Although interest in Javanese culture remains relatively high, knowledge about the figure, works, and contributions of Ki Nartosabdho is still limited. Therefore, this project aims to enhance the knowledge and understanding of young art practitioners through the implementation of a cultural festival titled Festival Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho. This project applies the concept of 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 student art organizations (UKM) in Semarang. The festival activities include art performances, multimedia exhibitions, cultural discussions, and collaborative showcases. In its implementation, the author took roles as Social Media Specialist and Copywriter, Data Insight Executive, as well as Finance Manager and Administration Manager. The results indicate an increase in youth engagement in art activities themed around Ki Nartosabdho, as well as an improvement in audience understanding of the figure's works and contributions. The festival serves as a medium for cultural knowledge dissemination and a collaborative platform for student art communities in Semarang.

Keywords: cultural communication, cultural festival, Ki Nartosabdho, youth, knowledge dissemination

ABSTRAK

Rendahnya tingkat pemahaman generasi muda penggiat seni terhadap tokoh Ki Nartosabdho menjadi salah satu tantangan dalam upaya pelestarian kesenian Jawa di Kota Semarang. Meskipun ketertarikan terhadap budaya Jawa masih cukup tinggi, pengetahuan mengenai sosok, karya, serta kontribusi Ki Nartosabdho masih tergolong terbatas. Oleh karena itu, karya bidang ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman generasi muda penggiat seni melalui penyelenggaraan festival budaya bertajuk Festival Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho. Karya ini menggunakan konsep Integrated Marketing

Communication (IMC) yang mengintegrasikan strategi komunikasi melalui advertising, public relations and publicity, serta events and experiences. Metode yang digunakan adalah pendekatan implementatif melalui perancangan dan pelaksanaan festival budaya yang melibatkan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) kesenian di Kota Semarang, dengan rangkaian kegiatan berupa pertunjukan seni, pameran multimedia, diskusi budaya, dan pagelaran kolaboratif. Dalam pelaksanaannya, penulis berperan sebagai Social Media Specialist dan Copywriter, Data Insight Executive, serta Finance Manager dan Administration Manager. Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya peningkatan keterlibatan generasi muda dalam kegiatan seni bertema Ki Nartosabdho serta meningkatnya pemahaman audiens terhadap karya dan kontribusi tokoh tersebut. Festival ini berfungsi sebagai media diseminasi pengetahuan budaya sekaligus ruang kolaborasi bagi komunitas seni mahasiswa di Kota Semarang.

Kata kunci: komunikasi budaya, festival budaya, Ki Nartosabdho, generasi muda, diseminasi pengetahuan.

PENDAHULUAN

Globalisasi yang ditandai dengan dominasi budaya populer melalui media digital telah menggeser eksistensi budaya lokal di kalangan generasi muda. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada penurunan eksposur terhadap budaya tradisional, tetapi juga pada menurunnya tingkat pemahaman terhadap tokoh-tokoh penting dalam sejarah kesenian lokal .

Di Kota Semarang, kondisi ini menunjukkan adanya paradoks antara minat dan pengetahuan. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas generasi muda masih memiliki ketertarikan tinggi terhadap budaya Jawa, namun hanya sebagian kecil yang memiliki pemahaman terhadap tokoh Ki Nartosabdho .

Kesenjangan ini menunjukkan bahwa minat tidak secara otomatis berbanding lurus dengan pemahaman. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi budaya yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu memberikan pengalaman langsung kepada audiens. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah melalui event budaya berbasis experiential communication, yang memungkinkan audiens untuk terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran budaya.

Festival “Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho” dirancang sebagai bentuk implementasi strategi komunikasi tersebut, dengan mengintegrasikan berbagai elemen komunikasi untuk meningkatkan pengetahuan dan keterlibatan generasi muda terhadap warisan budaya Ki Nartosabdho.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi komunikasi berbasis event dalam meningkatkan pengetahuan, partisipasi, dan apresiasi generasi muda terhadap tokoh Ki Nartosabdho.

KERANGKA TEORETIS

1. Integrated Marketing Communication (IMC)

Integrated Marketing Communication (IMC) merupakan pendekatan strategis yang mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan secara konsisten dan efektif kepada audiens (Belch & Belch, 2018; Kotler & Keller, 2016). IMC tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan awareness, tetapi juga memengaruhi aspek kognitif, afektif, dan konatif audiens.

2. Event sebagai Media Komunikasi Budaya

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). Pendekatan ini dinilai efektif dalam membangun keterlibatan emosional serta memperkuat pemahaman audiens terhadap pesan budaya.

3. Diseminasi Pengetahuan Budaya

Diseminasi pengetahuan budaya merupakan proses penyebaran informasi, nilai, dan pemahaman budaya kepada audiens melalui proses komunikasi (Schramm, 1973). Proses ini melibatkan pertukaran makna antara komunikator dan audiens yang dipengaruhi oleh konteks sosial serta pengalaman individu (Littlejohn & Foss, 2009). Dalam konteks generasi muda, pendekatan komunikasi yang interaktif dan relevan menjadi penting agar pesan budaya dapat dipahami secara efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode implementatif melalui perancangan dan pelaksanaan event budaya. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam berdasarkan konteks sosial yang terjadi (Bungin, 2015). Pengumpulan data dilakukan melalui survei pra-event dan

pasca-event, observasi, serta dokumentasi kegiatan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang bersifat deskriptif terkait perubahan pengetahuan dan keterlibatan audiens (Sugiyono, 2017). Teknik pengumpulan data meliputi:

1. Survei pra-event untuk mengukur tingkat pengetahuan awal audiens
2. Survei pasca-event untuk mengukur peningkatan pengetahuan
3. Observasi selama pelaksanaan kegiatan
4. Dokumentasi aktivitas program

Data dianalisis secara deskriptif untuk melihat perubahan pada aspek pengetahuan, partisipasi, dan keterlibatan audiens.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Partisipasi Audiens

Pelaksanaan festival menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi, dengan keterlibatan mahasiswa dari berbagai kampus di Kota Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan mampu menarik perhatian dan minat audiens secara efektif.

Peningkatan Pengetahuan

Hasil survei menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman audiens terhadap Ki Nartosabdho setelah

mengikuti rangkaian kegiatan festival. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan experiential melalui event mampu memperkuat aspek kognitif audiens .

Peningkatan Apresiasi Budaya

Selain peningkatan pengetahuan, audiens juga menunjukkan peningkatan apresiasi terhadap budaya melalui keterlibatan aktif dalam kegiatan kreatif, seperti produksi konten dan partisipasi dalam aktivitas seni. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi tidak hanya berdampak pada pemahaman, tetapi juga pada perilaku dan ekspresi budaya.

Peran IMC dalam Efektivitas Program

Integrasi berbagai elemen komunikasi dalam IMC terbukti mampu menciptakan pengalaman komunikasi yang holistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective (11th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Bungin, B. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik*. Kencana.
- Getz, D. (2012). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of communication theory*. Sage Publications.
- Schramm, W. (1973). *Men, messages, and media: A look at human communication*. Harper & Row.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Kombinasi antara media digital dan pengalaman langsung memberikan dampak yang lebih kuat dibandingkan penggunaan satu saluran komunikasi saja.

SIMPULAN

Festival “Seabad Nada dan Warisan Ki Nartosabdho” terbukti efektif sebagai media diseminasi pengetahuan budaya kepada generasi muda. Program ini berhasil meningkatkan pengetahuan, partisipasi, dan apresiasi audiens melalui strategi komunikasi terintegrasi berbasis IMC. Temuan ini menunjukkan bahwa event budaya yang dirancang secara interaktif dan relevan dengan karakteristik generasi muda dapat menjadi strategi yang efektif dalam pelestarian budaya lokal di era globalisasi.