

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEBUDAYAAN DALAM MENGKOMUNIKASIKAN BUDAYA YANG MULAI PUNAH DI KABUPATEN BADUNG BALI

Komang Mira Sartika, Inda N. A Pamungkas SS., M.Si

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

miraomang@gmail.com, indra.imi28@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Kabupaten Badung dalam mengkomunikasikan budaya yang mulai punah. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Kebudayaan dalam mengkomunikasikan 15 kebudayaan yang mulai punah di Kabupaten Badung Bali karena kurangnya minat generasi *milenial* untuk berperan dalam upaya-upaya pelestarian.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma Konstruktivisme yang merujuk pada *Grounded Theory*. Paradigma Konstruktivisme digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini karena berfungsi menghasilkan makna atas pengalaman yang diciptakan setiap individu mengenai masalah sosial yang terjadi. Dari hasil penelitian, kesimpulan yang dapat diambil yakni Dinas Kebudayaan belum dapat mengkomunikasikan 15 kebudayaan yang mulai punah karena lebih memfokuskan pada penyelenggaraan *event* tanpa memberikan sosialisasi lebih rinci terkait masalah tersebut dan media komunikasi yang digunakan masih sangat terbatas.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Dinas Kebudayaan, Kebudayaan, *Generasi Milenial*

ABSTRACT

This research was conducted to find out the Communication Strategy of the Culture Office in Badung Regency to communicating a culture that was beginning to become extinct. The purpose of this study was to determine the communication strategy efforts carried out by the Department of Culture in communicating 15 cultures that began to become extinct in Badung Regency, Bali because of the lack interest by millennial generation to join in conservation efforts.

This study uses qualitative research methods using the Constructivism paradigm that refers to Grounded Theory. The Constructivism paradigm is used as the basis for this research because it functions to produce meaning for the experiences created by each individual regarding social problems that occur. From the results of this study, the conclusions is Department of Culture has not been able to communicate 15 cultures that are beginning to become extinct because they are more focused on organizing events without providing more detailed information on the problem and the communication media used are still very limited.

Keywords: Communication Strategy, Culture Office, Culture, Millennial Generation

1. Pendahuluan

Bali merupakan sebuah pulau kecil yang telah dikenal seluruh dunia sebagai daerah pariwisata karena keunikan budayanya. Peningkatan industri pariwisata Bali berpusat di bagian Bali Selatan, yakni di Kabupaten Badung. Kabupaten Badung sedikitnya memiliki 99 lokasi wisata yang berpadu dengan seni kebudayaan. Berkembangnya industri wisata di kabupaten Badung tentunya berbanding lurus dengan pendapatan daerah yang sangat besar. Menteri Dalam Negeri (Mendagri) Tjahjo Kumolo mengaku, terkesan dengan pesatnya pembangunan di Kabupaten Badung yang telah berhasil mendorong pertumbuhan ekonomi dan dapat memberikan bantuan kepada enam kabupaten lainnya di Bali, sehingga mengurangi terjadinya ketimpangan pendapatan di masyarakat.

Berdasarkan data tersebut dapat terlihat bahwa Kabupaten Badung berhasil mengembangkan kebudayaan daerahnya hingga memiliki daya tarik wisata yang sangat kuat dibandingkan kabupaten lainnya sesuai dengan amanat upaya pelestarian budaya pada UU No. 10 tahun 2011. Terlepas dari upaya yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Kabupaten Badung untuk meningkatkan sektor industri pariwisata dalam misi kebudayaan, Kabupaten Badung memiliki kondisi yang tidak sebanding dengan beberapa kebudayaan sakral yang ternyata hampir punah. Kabupaten Badung memiliki 15 jenis kebudayaan yang hampir punah, fenomena tersebut terjadi karena kurangnya minat generasi muda untuk meneruskan warisan seni budaya tersebut. Globalisasi sering dianggap sebagai pemicu punahnya budaya loka yang mengakibatkan lahirnya *generasi muda milenial*. Melihat dari upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Badung dan fenomena generasi *milenial* yang peneliti temukan di lapangan, peneliti melihat pentingnya komunikasi yang harus terjalin antara Dinas Kebudayaan dengan target utamanya yakni generasi milenial. Berdasarkan uraian di atas, komunikasi menjadi sangat penting untuk meningkatkan partisipasi generasi milenial dalam upaya pelestarian 15 budaya yang mulai punah di Kabupaten Badung.

2. Dasar Teori

2.1.1 Komunikasi

Secara etimologis kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communication* yang berasal dari akar kata *communis*. Kata *communis* berarti kesamaan makna. Menurut Effendy Onong (2017: 9) kesamaan makna dalam proses komunikasi merupakan faktor terpenting sutau komunikasi dapat dikatakan berhasil. Adapun menurut Laswell dalam Effendy Onong (2017:10) komunikasi meliputi 5 unsur yakni komunikator, pesan, media, komunikan, dan *feedback*.

2.1.2 Strategi Komunikasi

Manfred Oepen (2003) mengatakan bahwa strategi komunikasi ialah pembuatan program-program komunikasi yang dirancang untuk mempengaruhi dan mendukung perubahan secara sukarela pada kelompok sasaran dan pemangku kepentingan yang relevan dalam rangka mencapai suatu tujuan pembangunan. Berhasil atau tidaknya suatu kegiatan komunikasi secara efektif bergantung pada strategi komunikasi yang dilakukan. Onong Uchjana Effendy (2017:32) menyampaikan dalam melakukan strategi komunikasi terdapat tiga tujuan yang ingin dicapai hingga akhirnya dapat mencapai tujuan utama suatu strategi komunikasi dibuat (*To Goals Which Communicator Sought To Achieve*), yaitu antara lain :

1. *To Secure Understanding*, yakni mendapatkan suatu pengertian dari pesan yang dikomunikasikan.
2. *To Establish Acceptance*, yakni membahas cara agar penerimaan pesan komunikasi terus terjalin dengan baik antara komunikator dengan komunikan.
3. *To Motive Action*, yaitu mampu memberi motivasi kepada komunikan setelah pesan disampaikan.

Peran dari fungsi media komunikasi menjadi faktor pendukung terpenting demi mendukung berhasilnya suatu strategi Sedangkan fungsi media komunikasi yang berteknologi tinggi

menurut Burgon & Huffner dalam Syuderajat, Fajar & Pusptasari Kenanga (2017) ialah sebagai berikut :

1. Efisiensi penyebaran informasi
2. Memperkuat eksistensi informasi
3. Mendidik/ mengarahkan/ persuasi
4. Menghibur/ entertain/ joyfull
5. Kontrol sosial

2.1.3 Budaya

Budaya adalah suatu cara hidup yang terdapat pada sekelompok manusia, yang berkembang dan diwariskan secara turun-temurun dari generasi ke generasi berikutnya. Budaya memiliki suatu pola hidup yang tumbuh dan berkembang pada sekelompok manusia untuk mengatur agar setiap individu mengerti apa yang harus dilakukan dalam proses interaksi dengan manusia lainnya. Dalam hal ini, budaya sangat berkaitan dengan bahasa atau cara berkomunikasi, kebiasaan di suatu daerah atau adat istiadat. Clifford Geertz's dalam buku Komunikasi Antar Budaya (2013:29) berpandangan bahwa budaya merupakan proses transmisi atau penyaluran sejarah dari generasi sebelumnya kepada generasi berikutnya melalui simbol-simbol yang telah digunakan dalam keseharian interaksi mereka.

Larry A Samovar dalam buku Komunikasi Antar Budaya (2013:34-35) mengemukakan enam unsur kebudayaan yakni:

1. Kepercayaan
2. Pandangan dunia
3. Organisasi sosial
4. Tabiat Manusia
5. Orientasi Kegiatan
6. Persepsi tentang diri dan orang lain

2.1.4 Karakteristik Budaya

Budaya merupakan sebuah adat istiadat yang menjadi kebiasaan. Menurut Ferraro dalam Angelia (2015), budaya dipelajari secara tidak sadar dan turun menurun dari berbagai generasi. Budaya yang diturunkan bersifat total, yang dapat disebut dengan *enkulturasi*.

Pengertian karakteristik kebudayaan adalah keistimewaan atau ciri khas yang membantu dalam pengenalan sebuah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat melalui proses pembelajaran.

2.1.5 Generasi Milenial

Generasi Y lebih dikenal sebagai Generasi Millennium, generasi ini pada umumnya lahir di tahun 1980 hingga 2000an (Suryadi, 2015). Hasil studi tersebut mengungkapkan bahwa generasi Y dapat dikatakan sebagai generasi pemalas. Penelitian ini juga menemukan bahwa generasi Y menginginkan kebebasan, fleksibilitas dan kontrol atas pekerjaan mereka, menjunjung tinggi kreativitas untuk menyelesaikan pekerjaan mereka dengan pendekatan unik mereka sendiri. Namun dilain sisi, merujuk pada hasil riset Geert Hofstede dalam buku Generasi Phi (2017 : 40) mengenai individualism dan kolektivisme, diantara negara lain Indonesia memiliki indeks individualism yang sangat rendah yakni 14 persen yang sekaligus membuktikan bahwa generasi *milenial* di Indonesia masih peduli akan *national culture*.

Di era *milenial* ini, setiap informasi dapat dengan cepat tersebar dan diakses oleh siapa saja dimanapun dan kapanpun. Dengan teknologi yang semakin berkembang generasi milenial dibentuk menjadi pribadi yang modern dan *up to date*. Menurut Faisal Muhammad dalam buku Generasi Phi (2017 : 40-44) generasi *milenial* sangat dekat dengan media sosial, penetrasi dari media sosial yang menerpa generasi *milenial* di Indonesia malah semakin membuat mereka komunal atau tidak dapat hidup sendiri. Namun memang upaya komunikasi yang dilakukan untuk mempengaruhi generasi ini

cenderung harus dipahami secara baik, bahwa cara mereka berpikir, bertindak, bersosialisasi, hingga membentuk kelompok didominasi dengan nilai kedaerahan dan topologi mereka. Maka dari itu, generasi *milenial* sangat dipengaruhi oleh kultur media sebagai jembatan yang akan menghubungkan komunikator untuk menyampaikan sebuah pesan. Dalam hal ini, lembaga juga perlu memahami motivasi generasi *milenial* dalam menggunakan media agar dapat menyusun strategi komunikasi yang tepat sasaran

Adapun terdapat lima aspek penting mengenai generasi *milenial*, yakni :

1. Bersifat komunal
2. Cenderung menyukai kesederhanaan
3. Memiliki naive personality
4. Sangat into values
5. Family matters

3. Pembahasan

Hasil penelitian dalam bab ini berisi mengenai pemaparan data-data berdasarkan metode pengumpulan data penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk mencapai hasil penelitian. Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini menggunakan dua cara, yakni observasi dan wawancara. Penerapan kedua metode tersebut dimaksudkan untuk melihat sekaligus mengamati secara langsung fenomena yang ada di lapangan dengan mengamati objek penelitian secara langsung, serta mengetahui fenomena yang terjadi secara lebih mendalam melalui proses tanya jawab terkait topik penelitian, sehingga peneliti dapat mengkonstruksikan topik penelitian dengan jelas dan menjawab segala pertanyaan dari rumusan masalah yang diangkat, hingga akhirnya dapat merumuskan kesimpulan dari hasil penelitian.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan, peneliti dalam hal ini dapat mendeskripsikan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata dalam mengkomunikasikan budaya yang mulai punah yakni dengan menerapkan teori strategi komunikasi yang merujuk pada:

1. To Secure Understanding, yakni membuat komunikan mendapatkan suatu pengertian dari pesan yang dikomunikasikan.
2. To Establish Acceptance, yakni membahas cara agar penerimaan pesan komunikasi terus terjalin dengan baik antara komunikator dengan komunikan.
3. To Motive Action, yaitu mampu memberi motivasi kepada komunikan setelah pesan disampaikan.

Menurut onong uchjana (2017) mengungkapkan bahwa komunikasi berisi tahapan proses yang rumit. Maka dari itu, memerlukan perhatian khusus untuk memperhitungkan strategi yang akan dilakukan dengan meninjau faktor-faktor pendukung maupun penghambat proses komunikasi itu sendiri. Dalam hal ini teori komunikasi untuk menyusun sebuah strategi komunikasi tidak terlepas dari tahapan-tahapan model komunikasi dan peran penting media sebagai yang harus ada dalam proses komunikasi. Media komunikasi menjadi sangat penting dikarenakan fungsinya sebagai jembatan penghubung antara komuniator dan komunikan, yang disisi lain dapat juga menjadi faktor pendukung utama atau malah sebagai faktor penghambat proses komunikasi. Dengan adanya faktor-faktor tersebut fungsi dari media komunikasi juga menjadi bahan acuan dan evaluasi sebagai tolak ukur keberhasilan dari strategi komunikasi yang digunakan. Adapun beberapa faktor dalam fungsi media mencakup efisiensi pesan, fungsi media memperkuat informasi pesan, fungsi media dalam mendidik, dan mengarahkan, fungsi media sebagai hiburan, serta fungsi media sebagai kontrol sosial agar dapat mencapai tujuan akhir yakni To Goals Which Communicator Sought To Achieve, yakni dapat mencapai tujuan yang diinginkan oleh komunikator melalui komunikasi yang terjadi.

4. Kesimpulan

Strategi komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Badung menggunakan strategi komunikasi *planning* dan *management* yang dikombinasikan dengan model komunikasi serta penerapannya dalam fungsi media komunikasi sebagai tolak ukur keberhasilan suatu pesan dapat disampaikan. Komponen-komponen tersebut lalu peneliti konstruksikan ke dalam tiga tujuan strategi komunikasi untuk mencapai keberhasilan strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang dilakukan memiliki fokus khusus dalam

memberdayakan generasi *milenial* sehingga media yang digunakan dalam menyampaikan pesan mengenai program-program terkait pemberdayaan komunitas Seka Truna Truni lebih cenderung berfokus pada satu media sosial yakni *whatsapp* dan media konvensional berupa surat. Berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan pula bahwa Dinas Kebudayaan masih minim dalam memanfaatkan media komunikasi yang ada, hal ini terbukti dari hasil wawancara antara peneliti dengan informan pendukung yang mengungkapkan bahwa media yang aktif mereka gunakan dalam berkomunikasi langsung dengan Dinas Kebudayaan satu-satunya melalui media *whatsapp* dan surat formal sedangkan Dinas Kebudayaan Kabupaten Badung memiliki media-media lain sebagai fasilitas dalam memberikan informasi yakni situs resmi, bahkan *facebook*. Namun dibalik minimnya media komunikasi yang digunakan fakta lain yang ditemukan dalam hasil observasi dan wawancara yakni komunitas merasa puas akan informasi yang diberikan melalui media tersebut, namun dilain sisi penyebaran informasi yang dilakukan lebih banyak berfokus pada pemberdayaan kreatifitas komunitas dalam sebuah *event* dan belum dapat mengkomunikasikan 15 budaya yang mulai punah secara lebih jelas dan rinci.

Daftar Pustaka

- Creswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan mix*
: Pustaka Pelajar
- Damarastuti, Rini. (2013). *Komunikasi Antar Budaya Konsep Teori dan Aplikasi* :
Buku Litera Yogyakarta
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung :
Citra Aditya Bakti
- Effendy, Onong Uchjana. (2017). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung :
Remaja Rosdakarya
- Faisal, Muhammad (2017). *Generasi Phi Memahami Milenial Pengubah Indonesia*.
Republika Penerbit
- Herdiansyah, Haris . (2010). *Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta:
Salemba Humanika
- Mulyana, Dedi. (2001). *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja
Rosdakarya.
- Shoelhi, Mohammad. (2015). *Komunikasi Lintas Budaya dalam Dinamika
Komunikasi Internasional*. Simbiosis Rekatama Media
- Samovar, Porter, Mc Daniel. (2009). *Intercultural Communication*. Wadsworth
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:
Alfabeta