

## **Strategi Komunikasi Pusdiklat Seni Ayodya Pala dalam Melestarikan Tari Tradisional Indonesia melalui Media Sosial**

### **Communication Strategy of Ayodya Pala Arts Training Centre in Preserving Indonesian Traditional Dance through Social Media**

**Nuria Astagini<sup>1</sup>, Nathaniel Antonio Parulian<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara  
Kampus UMN, Scientia Garden Jl. Boulevard Gading Serpong, Tangerang-Banten  
Email: <sup>1</sup>nuria.astagini@umn.ac.id; <sup>2</sup>nathaniel.antonio@umn.ac.id

Received : December 15, 2023 ; Revised: January 21, 2024; Accepted: February 7, 2024

#### **Abstract**

*In this modern era, traditional dances in Indonesia are starting to lose their popularity. Various modern arts are increasingly popular among various groups of society. This situation raises concerns from the government and various arts activist organizations. They made numerous efforts to promote and preserve Indonesian traditional dances to the public. One of the cultural arts activist organizations that plays a role in preserving Indonesia traditional dances is Ayodya Pala Arts Education and Training Center. Using various platform of social media, they promote Indonesia traditional dances consistently. This research examines the communication strategies used by Ayodya Pala Arts Education and Training Center in preserving Indonesia traditional dances through social media. Therefore, Roland Smith's public relations strategic planning concept was used to analyze the research data. The research method used a qualitative method by conducting interviews with three informants who were founders and members of the management team from Ayodya Pala Arts Education and Training Center. Research data shows that the Ayodya Pala Arts Education and Training Center management team applies communication strategies that are in line with their organization's vision and mission. The strategic planning stage they carry out begins with formative research, developing communication strategies, and selecting tactics according to key messages. To convey this key message, four social media platforms were used, namely YouTube, Facebook, TikTok, and Instagram. Even though the implementation and evaluation stages of the communication strategy have not been carried out comprehensively, the Ayodya Pala Arts Education and Training Center's dedication in preserving traditional Indonesian dance has received significant appreciation from the community.*

**Keywords:** *Art and Culture Organization; Communication Strategy; Cultural Heritage; Social Media; Traditional Dances*

#### **Abstrak**

Di era modern ini, seni tari tradisional di Indonesia mulai kehilangan pamornya. Berbagai kesenian modern justru makin digemari oleh berbagai kalangan masyarakat. Hal ini tentu saja menimbulkan keprihatinan dari pihak pemerintah dan berbagai organisasi penggiat seni. Mereka melakukan berbagai upaya untuk kembali mempromosikan dan melestarikan seni tari tradisional Indonesia kepada masyarakat. Salah satu organisasi penggiat seni budaya yang turut berperan serta melestarikan seni tari tradisional Indonesia adalah Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Mereka mempromosikan beragam seni tari tradisional dengan menggunakan berbagai *platform* media sosial. Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pusdiklat Seni Ayodya Pala dalam melestarikan seni tari tradisional melalui media sosial. Oleh karena itu, digunakan konsep perencanaan strategis kehumasan dari Roland Smith untuk menganalisis data hasil penelitian. Metode penelitian menggunakan metode

kualitatif dengan melakukan wawancara kepada tiga orang informan yang merupakan pendiri dan anggota tim manajemen dari Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Data hasil penelitian memperlihatkan bahwa tim manajemen Pusdiklat Seni Ayodya Pala mengaplikasikan strategi komunikasi yang sesuai dengan visi-misi organisasi mereka. Tahap perencanaan strategis yang mereka lakukan diawali dengan riset formatif, pengembangan strategi komunikasi, dan pemilihan taktik sesuai dengan pesan kunci. Untuk menyampaikan pesan kunci ini, digunakanlah empat *platform* media sosial yaitu *YouTube*, *Facebook*, *TikTok*, dan *Instagram*. Meskipun tahap implementasi dan evaluasi strategi komunikasi belum dilakukan secara komprehensif, namun dedikasi Pusdiklat Seni Ayodya Pala dalam melestarikan tari tradisional Indonesia telah mendapatkan apresiasi yang signifikan dari kalangan masyarakat.

**Kata Kunci:** Organisasi Seni Budaya; Media Sosial; Strategi Komunikasi; Tari Tradisional; Warisan Budaya

## 1. Pendahuluan

Seni tari tradisional merupakan salah satu wujud seni budaya yang memiliki peran signifikan untuk perkembangan sosial, membentuk identitas dan *brand* dari suatu negara. Bangsa (Hani *et al.*, 2012; Mohd Herrow and Azraai, 2021; Idris, Mustaffa and Yusoff, 2016). Seni budaya juga merupakan salah satu sarana yang digunakan sebagai resolusi konflik (Eko & Putranto, 2019).

Namun seiring dengan perkembangan teknologi informasi, masuk berbagai budaya asing yang dianggap lebih modern dibandingkan dengan seni tradisional Indonesia. Sehingga lama kelamaan seni tradisional termasuk seni tari kehilangan penggemarnya. Generasi muda yang tertarik untuk mempelajari seni tari tradisional juga semakin berkurang (Kristianingrum & Susanto, 2020).

Saat ini beberapa pihak menganggap seni tari tradisional sudah ketinggalan zaman, dan kampungan. Sehingga upaya mempertahankan dan mempromosikan seni tari tradisional bukanlah hal yang mudah. (Heriyanto, 2020; Yuni, 2023; Firafiroh, 2022).

Pemerintah Indonesia sendiri telah membuat kebijakan yang mendukung pelestarian seni tradisional. Diantaranya adalah memasukkan seni tari tradisional sebagai materi pembelajaran wajib di sekolah. Namun sayangnya, pembelajaran ini melekat pada mata pelajaran lain dan seringkali dikategorikan sebagai kegiatan ekstrakurikuler. Padahal pembelajaran seni tari tradisional dapat membangun identitas dan

rasa bangga sebagai warga negara serta rasa cinta terhadap tanah air. (Sandi, 2018; Meli, 2021).

Salah satu organisasi seni budaya yang giat mengedukasi masyarakat, terutama generasi muda mengenai seni tari tradisional Indonesia adalah Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Pusdiklat Seni Ayodya Pala merupakan organisasi seni budaya yang berlokasi di Depok, Jawa Barat. Organisasi ini telah berdiri selama 43 tahun dan fokus pada kegiatan pelatihan seni tari tradisional. Saat ini Pusdiklat Seni Ayodya Pala memiliki lebih dari 40 cabang di area Jabodetabek dengan jumlah siswa lebih dari 3000 orang.

Pusdiklat Seni Ayodya Pala dikenal sebagai organisasi seni budaya yang memiliki reputasi yang baik, karena banyak meraih prestasi di skala regional, nasional, dan internasional. Mereka berperan serta aktif dalam berbagai kegiatan seni budaya baik di dalam maupun di luar negeri dan seringkali mewakili Indonesia dalam beberapa festival seni di luar negeri.

Untuk mendukung aktivitas dan misi mereka dalam melestarikan seni budaya, Pusdiklat Seni Ayodya Pala menggunakan media sosial sebagai saluran komunikasi utama dengan masyarakat. Mereka beberapa akun media sosial yang tersebar pada *platform* *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok*.

Wikandini, Arindawati, and Nurkinan (2022); Yuliati *et al.*, (2023); dan Suprihono, (2022) memaparkan bahwa di era digitalisasi ini, media sosial merupakan media yang tepat untuk melestarikan seni tradisional dan mengedukasi generasi muda mengenai berbagai tari tradisional Indonesia.

Konten mengenai seni budaya yang dikemas secara menarik serta disampaikan melalui media sosial selain dapat mengedukasi masyarakat, juga dapat membentuk persepsi positif di kalangan masyarakat terkait seni budaya tradisional. Selain itu, dengan mengunggah berbagai konten seni budaya di media sosial, maka warisan budaya tersebut dapat diakses oleh semua orang, tetap ada dan lestari sepanjang waktu (Wahed *et al.*, 2021).

Meskipun begitu, menyampaikan informasi terkait warisan budaya melalui berbagai konten di media sosial merupakan sebuah tantangan tersendiri. Diperlukan strategi komunikasi yang sesuai agar informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat.

Strategi komunikasi dapat didefinisikan sebagai serangkaian fase yang dilakukan organisasi untuk memformulasikan pesan kunci yang membentuk persepsi *stakeholder* terhadap organisasi. Penyampaian pesan kunci ini yang kemudian diwujudkan dalam program komunikasi yang spesifik dan ditujukan pada kelompok sasaran tertentu (Cornelissen, 2020). Di era digitalisasi ini, strategi komunikasi juga mulai disampaikan melalui media sosial. Makin banyaknya *platform* media sosial mengharuskan organisasi untuk memahami menyusun pesan yang tepat agar bisa diterima dengan efektif oleh para pengguna media sosial yang menjadi kelompok target mereka (Smith, 2021).

Berbagai konten tari tradisional dari Pusdiklat Seni telah mendapatkan respon yang cukup baik dari kalangan masyarakat. Banyak penonton yang menyukai, membagikan, dan memberikan komentar positif terhadap video tersebut. Hal ini dapat dianggap sebagai sebuah pencapaian karena di Indonesia sendiri konten tari tradisional tidak banyak diminati oleh banyak orang. Pusdiklat Seni Ayodya Pala juga mendapat pengakuan atas

konsistensinya dalam melestarikan seni tari tradisional Indonesia. Bahkan upaya mereka dalam memanfaatkan *platform* media sosial untuk mengedukasi masyarakat tentang tari tradisional Indonesia membuat mereka mendapatkan kepercayaan dari UNESCO dengan menunjuk Pusdiklat Seni Ayodya Pala sebagai anggota Dewan Tari Internasional UNESCO (Said, 2021; Windarto, 2021).

Pusdiklat Seni Ayodya Pala mampu bertahan selama lebih dari 40 tahun dan beradaptasi dengan era digital. Satu hal yang tidak mudah dicapai oleh organisasi seni budaya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan Pusdiklat Seni Ayodya Pala dalam melestarikan seni tari tradisional melalui media sosial.

## **2. Kerangka Teori**

### **Strategi Komunikasi Organisasi Seni Budaya**

Era digitalisasi merupakan masa yang penuh tantangan bagi organisasi seni budaya di era digital. Banyak organisasi seni budaya yang bersifat non-profit dan bergantung pada pemasukan dari pertunjukan seni dan pemerintah. Maraknya media sosial membuat minat penonton untuk menyaksikan pertunjukan seni semakin berkurang. Selain itu, pendanaan dari pemerintah kadang tidak mencukupi pembiayaan bagi kegiatan operasional mereka. Oleh karena itu, organisasi seni budaya harus selalu mencari pendekatan inovatif agar mereka tetap dapat bertahan di era digital ini dengan menghasilkan pertunjukan seni yang berorientasi pada pasar dan menarik bagi khalayak di masa depan. (Hausmann & Poellmann, 2013).

Organisasi seni budaya dapat mengadopsi berbagai pendekatan inovatif, termasuk menerapkan strategi komunikasi. Strategi komunikasi menjabarkan berbagai langkah strategis

yang ingin dilakukan oleh sebuah organisasi. Pada hakikatnya, strategi komunikasi merupakan strategi operasional yang fokus pada pengembangan program komunikasi yang ditujukan bagi *stakeholder*. Tujuan utama digunakannya strategi komunikasi adalah untuk membantu organisasi mencapai tujuan perusahaan mereka sebagaimana diuraikan dalam strategi perusahaan secara keseluruhan (Cornelissen, 2020).

Pengembangan strategi komunikasi memerlukan keterlibatan dari berbagai pihak dalam organisasi. Strategi komunikasi yang ideal harus dimulai dengan evaluasi komprehensif tentang bagaimana organisasi dipandang oleh para pemangku kepentingannya. Berdasarkan penilaian ini, pesan-pesan strategis atau *platform* konten diciptakan untuk memenuhi kebutuhan setiap kelompok pemangku kepentingan (Cornelissen, 2020).

Dalam proses perencanaan, strategi komunikasi dimulai dari tahap perencanaan, dilanjutkan dengan tahap pengelolaan komunikasi. Kemudian strategi tersebut diimplementasikan dalam program komunikasi dan dievaluasi untuk melihat kesesuaian antara strategi dengan implementasi yang telah dilakukan (Smith, 2021). Strategi komunikasi yang direncanakan dan diimplementasikan dengan baik dapat memberikan kontribusi dalam proses membangun citra positif bagi organisasi atau perusahaan (Rahmadani & Andrini, 2021).

Di Indonesia sendiri, khususnya saat pandemi COVID-19 melanda, banyak organisasi seni budaya yang terpaksa menutup kegiatan operasionalnya. Bagi mereka yang masih bertahan, berbagai strategi komunikasi diterapkan untuk dapat mendanai berbagai kegiatan operasional mereka. Studi terdahulu dari Hani *et al.*, (2012) menunjukkan bahwa untuk dapat menjaga kelangsungan organisasinya, Saung Angklung Udjo menggunakan strategi industri kreatif budaya untuk melestarikan budaya angklung dan Sunda. Studi lain oleh Wikandini, Arindawati and Nurkinan (2022) dan Yuliati *et al.*, (2023) mengenai sanggar tari Gawean Parikesit dan Sobokartti memperlihatkan bahwa kedua

sanggar tari ini memanfaatkan media sosial sebagai upaya melestarikan seni tari tradisional asal Jawa Tengah.

Dari beberapa penelitian terdahulu diketahui bahwa penelitian tersebut hanya berfokus pada korelasi antara strategi komunikasi dan penggunaan media, tanpa menggali analisis menyeluruh terhadap strategi komunikasi yang digunakan oleh organisasi tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan strategi komunikasi yang dapat menganalisis secara komprehensif berbagai langkah yang dilakukan oleh organisasi.

Salah satu strategi komunikasi yang dapat digunakan untuk melakukan analisis secara komprehensif adalah perencanaan strategis dari Ronald Smith, Perencanaan strategis ini meliputi seluruh aspek organisasi, mulai dari penelitian formatif, pengembangan strategi, implementasi, dan evaluasi.

Smith (2021) menguraikan sembilan langkah yang dapat dilakukan organisasi. Langkah pertama adalah melakukan analisis situasi guna memetakan posisi organisasi saat ini di mata pemangku kepentingan, serta mengidentifikasi hambatan dan peluang apa saja yang mungkin dihadapi organisasi. Analisis ini kemudian dilanjutkan dengan analisis organisasi, di mana manajemen mengkaji tiga aspek utama organisasi: lingkungan internal, visibilitas dan persepsi publik, serta lingkungan eksternal.

Setelah itu, dilakukan analisis terhadap publik untuk mengidentifikasi dan menganalisis publik utama organisasi. Dalam proses perencanaan, fase kedua difokuskan pada pengambilan keputusan mengenai dampak yang diharapkan dari komunikasi dan sifat komunikasi itu sendiri. Hal ini termasuk menetapkan tujuan dan sasaran, menciptakan strategi untuk tindakan dan respons, dan mengembangkan strategi pesan.

Fase ketiga melibatkan pertimbangan dan penentuan taktik komunikasi dan implementasi rencana strategis. Fase terakhir dari perencanaan strategis berkaitan dengan evaluasi dan penilaian. Hal ini memungkinkan manajemen untuk menentukan sejauh mana tujuan yang ditetapkan telah dipenuhi dan dengan demikian perusahaan dapat melakukan perubahan atau cukup melanjutkan aktivitas komunikasi (Smith, 2021).

### **Media Sosial dan Warisan Budaya**

Organisasi seni dan budaya memanfaatkan media sosial sebagai alat penting untuk berkomunikasi dengan kelompok target mereka. Kemampuan media sosial untuk mempromosikan organisasi seni budaya membuat media sosial semakin penting bagi organisasi tersebut. Tingginya tingkat keterlibatan publik dan penggunaan *platform* media sosial menjadikannya pilihan populer untuk kampanye komunikasi yang dilakukan organisasi (Waters and Jones, 2011). Selain itu media sosial menjadi salah satu media utama yang diakses ketika seseorang ingin mengetahui informasi tertentu (Mardiana & Ratnawati, 2023).

Banyak organisasi seni budaya yang mulai menggunakan berbagai jenis media sosial, seperti jejaring sosial dan *podcast* untuk memindahkan aktivitas mereka ke ruang digital sekaligus memperkuat reputasi mereka. Kehadiran media sosial juga dinilai positif karena memberikan lingkungan belajar informal dan menyenangkan kepada generasi muda untuk mengeksplorasi konten budaya (Amanatidis et al., 2020).

Media sosial juga memiliki peran penting dalam memfasilitasi dan mendukung komunikasi dan interaksi antar pengguna, serta penciptaan dan pertukaran konten buatan pengguna. Aspek mendasar dari media sosial adalah peralihan dari mekanisme penyiaran satu arah yang tradisional ke model percakapan. Sehingga memungkinkan terciptanya, modifikasi, dan penyebaran konten secara berkelanjutan oleh semua pengguna secara partisipatif dan kolaboratif (Hausmann & Poellmann, 2013).

Hal ini menunjukkan bahwa teknologi khususnya media sosial sebenarnya telah menjadi salah satu media alternatif dalam melestarikan budaya (Putra et al., 2021). Media sosial juga memberikan kemudahan dalam mengarsipkan materi budaya sebagai referensi pendidikan bagi generasi mendatang (Idris et al., 2016).

Di Indonesia, peran media sosial juga sudah terbukti dalam melestarikan warisan budaya. Materi pembelajaran seni kini sudah dapat diakses melalui media sosial. Oleh karena itu, *platform* digital mendukung pelestarian seni budaya Indonesia dan mendorong masyarakat khususnya generasi muda untuk meningkatkan minat dan kepedulian terhadap seni budaya mereka (Raihan Sabili et al., 2023; Mohd Herrow and Azraai, 2021).

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan menggunakan metode ini, peneliti mampu berinteraksi dan memahami makna yang dimiliki oleh informan penelitian (Denzin & Lincoln, 2018). Informan dalam penelitian ini adalah anggota tim manajemen Ayodya Pala yang bertindak sebagai informan. Mereka memiliki pengalaman lebih dari satu dekade dalam mengelola sanggar seni, menduduki posisi kunci pada Pusdiklat Seni Ayodya Pala dan berpartisipasi aktif dalam mengelola Pusdiklat Seni Ayodya Pala.

Informan penelitian terdiri dari Dra. Budi Agustinah Sueko selalu pendiri dan pimpinan Pusdiklat Seni Ayodya Pala; Bhima Cipta selaku ketua divisi publikasi dan media sosial Pusdiklat Seni Ayodya Pala, dan Ririn selaku pelatih dan anggota tim manajemen dari Pusdiklat Seni Ayodya Pala.

Pengumpulan data dilakukan selama satu bulan, yaitu pada bulan Februari 2023. Peneliti melakukan

wawancara mendalam kepada para informan dan melakukan observasi terhadap berbagai kegiatan yang dilakukan Pusdiklat Seni Ayodya Pala baik secara daring maupun luring. Data penelitian dianalisis menggunakan pengkodean tematik untuk mengkategorikan tema-tema yang muncul dari hasil penelitian lapangan sebelum kemudian dianalisis dan diinterpretasikan menggunakan konsep yang digunakan. Keabsahan data dalam penelitian ini diperoleh melalui triangulasi sumber untuk membandingkan berbagai data yang diperoleh dari berbagai sumber, pada berbagai waktu yang berbeda. (Denzin & Lincoln, 2018).

#### **4. Hasil Penelitian dan Pembahasan** **Gambaran Umum Pusdiklat Seni Ayodya Pala**

Pusdiklat Seni Ayodya Pala merupakan sanggar yang memberikan pelatihan di bidang seni dan budaya. Didirikan pertama kali pada tahun 1978 dan kemudian menjadi yayasan pada tanggal 24 April 1981. Pusdiklat Seni Ayodya Pala fokus pada pendidikan tari tradisional Indonesia, dan selama bertahun-tahun, Ayodya Pala telah melahirkan ratusan penari, pelatih tari, bahkan koreografer tari. Banyak lulusan Ayodya Pala yang melanjutkan pendidikan tari mereka hingga level perguruan tinggi.

Pusdiklat Seni Ayodya Pala juga melakukan diversifikasi layanan dengan membentuk AP PRO, sebuah divisi bisnis yang fokus pada pendidikan dan pelatihan penari dan pelatih profesional serta menghubungkan mereka dengan berbagai institusi yang membutuhkan jasa mereka.

Pusdiklat Seni Ayodya Pala memiliki beberapa akun media sosial di berbagai *platform* dengan jumlah pengikut yang cukup signifikan. Pada media sosial *Facebook*, akun mereka memiliki 4995 pengikut. Di media sosial *YouTube*, kanal mereka sudah diikuti oleh 2065 pengikut. Pada media sosial *Instagram*, akun Pusdiklat Seni Ayodya Pala memiliki 6240 pengikut. Sedangkan pada media sosial *TikTok*, media sosial yang paling baru mereka gunakan; pengikut mereka baru mencapai 376.

Akun media sosial ini dijadikan sebagai sumber informasi utama mengenai Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Meski Ayodya Pala memiliki lebih dari 40 cabang, namun tim media sosial hanya mengelola akun media sosial milik Pusdiklat Seni Ayodya Pala pusat. Setiap cabang dipersilahkan membuat akun media sosial masing-masing, dan setiap cabang bebas mengunggah informasi sesuai kebutuhan mereka. Selain media sosial, Ayodya Pala juga memiliki *website* resmi. Namun informasi yang disajikan di *website* tersebut belum sebaru informasi yang disajikan di media sosial.

#### **Strategi Komunikasi Sanggar Seni dan Tari Ayodya Pala**

##### 1. Analisis Situasi

Tahap pertama dalam merancang strategi komunikasi adalah melakukan analisis situasi. Analisis terhadap situasi ini dapat menunjukkan apakah organisasi menghadapi situasi yang cenderung positif atau cenderung negatif. Kedua hal ini dapat diidentifikasi sebagai peluang maupun hambatan. Jika organisasi melihat situasi dari sisi positif, maka hal ini bermanfaat baik bagi perusahaan maupun masyarakat yang menjadi pemangku kepentingan (Smith, 2021).

Untuk melestarikan seni tari tradisional, pengelola Pusdiklat Seni Ayodya Pala dihadapkan pada satu permasalahan utama, yaitu menurunnya minat generasi muda untuk mempelajari tari tradisional Indonesia. Yang memprihatinkan, kurangnya pemahaman terhadap identitas budaya Indonesia melalui seni tari tradisional bisa menjadi salah satu penyebab hilangnya mereka.

Hal ini mungkin berakibat pada tidak adanya generasi mendatang yang menghargai dan melestarikan bentuk kesenian ini. Keprihatinan tersebut disampaikan oleh Ibu Budi Agustina

selaku pimpinan Pusdiklat Seni Ayodya Pala.

Selain itu globalisasi dan pesatnya perkembangan teknologi informasi yang membawa beragam budaya ke Indonesia; serta minimnya upaya pemerintah dalam memajukan tari tradisional juga mengakibatkan menurunnya minat masyarakat untuk mempelajari tari tradisional.

Pihak manajemen Pusdiklat Seni Ayodya Pala menyadari keadaan tersebut sehingga sejak tahun 2008 mereka memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan tari tradisional kepada masyarakat. Hal tersebut dijelaskan oleh Bhima Cipta yang merupakan ketua divisi publikasi dan media sosial Pusdiklat Seni Ayodya Pala.

Sejak tahun 2008, Pusdiklat Seni Ayodya Pala telah mengoptimalkan penggunaan dua platform media sosial, yaitu *Facebook* dan *YouTube*. *Facebook* digunakan untuk berkomunikasi dengan siswa tari dan orang tua mereka. Sedangkan *YouTube* digunakan untuk mendokumentasikan berbagai tarian tradisional yang dibawakan oleh para siswa didik.

Dari penjelasan tersebut diketahui bahwa Pusdiklat Seni Ayodya Pala telah melakukan analisis situasi dengan memetakan berbagai permasalahan dan situasi yang sedang mereka hadapi. Pemetaan permasalahan tersebut merupakan salah satu alat untuk menghadapi kondisi krisis, salah satunya adalah menurunnya minat masyarakat, terutama generasi muda dalam mempelajari tari tradisional.

## 2. Analisis Organisasi

Pusdiklat Seni Ayodya Pala merupakan salah satu sanggar tari tertua di Depok, Jawa Barat. Dengan misi “Membangun Bangsa Melalui Seni dan Budaya”, sanggar ini telah berhasil memiliki 40 cabang. Beberapa alumni mereka pun telah berhasil menorehkan prestasi sebagai koreografer, pelatih tari, dan penari profesional. Pusdiklat Seni Ayodya Pala juga banyak meraih prestasi baik di tingkat regional maupun internasional.

Upaya mereka melestarikan seni tari melalui media sosial pun mendapat respon positif dari masyarakat. Pusdiklat Seni

Ayodya Pala telah mendapatkan reputasi baik sebagai organisasi yang konsisten melestarikan seni tari tradisional di Indonesia. Pusdiklat seni ini juga dikenal karena memberikan pelatihan tari tradisional dengan harga terjangkau, dan tidak membebani siswa dengan berbagai. Namun, saat ini seni tari tradisional harus bersaing dengan berbagai budaya global yang datang dari luar negeri.

Oleh karena itu, Pusdiklat Seni Ayodya Pala harus menghadapi pesaing seperti sanggar tari modern yang lebih banyak digemari generasi muda masa kini. Hal ini disampaikan oleh Ririn, anggota tim manajemen: “tarian tradisional lebih sulit karena memiliki pakem, sehingga terkadang anak-anak malas untuk mempelajarinya. Di sisi lain, tari modern lebih fleksibel dan trendi. Jadi anak-anak lebih tertarik mempelajari tari modern. Lebih bisa berkreasi mereka”.

Data hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa dalam melakukan analisis organisasi, Pusdiklat Seni Ayodya Pala mampu menganalisis kondisi internal, eksternal, dan persepsi masyarakat terhadap organisasinya. Bahkan mereka melakukan analisis organisasi dengan cukup mendetail.

## 3. Analisis Publik

Data penelitian menunjukkan bahwa pengelola Pusdiklat Seni Ayodya Pala mengkategorikan publik mereka sebagai berikut: klien, produser, *enablers* dan *limiters*. Siswa didik, orang tua mereka, instansi pendidikan (sekolah, universitas) dan perusahaan dikategorikan sebagai klien, karena mereka rutin menggunakan jasa Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Merekalah yang menjadi sumber pendapatan utama bagi organisasi ini sehingga organisasi ini dapat terus menjalankan kegiatan untuk melestarikan seni tari tradisional Indonesia.

Pelatih tari, pimpinan cabang, dan pihak manajemen dikategorikan sebagai produser karena merekalah memberikan masukan kepada organisasi agar dapat terus beroperasi. Sedangkan pemerintah masuk ke dalam kategori *enabler* karena merekalah yang berwenang menentukan kebijakan dan regulasi yang memungkinkan Pusdiklat Seni Ayodya Pala agar tetap bisa melanjutkan usahanya.

Sanggar atau organisasi pelatihan tari modern merupakan limiters (pembatas) karena merupakan pesaing utama yang membatasi proses pelestarian seni dan budaya. Meskipun begitu para informan tidak memiliki persepsi negatif terhadap kompetitor mereka, bahkan mereka mendukung keberadaan sanggar tari modern sebagai mitra. Meskipun begitu, kurangnya sinergi menempatkan keduanya sebagai pesaing. Media arus utama juga menjadi pembatas karena terbatasnya ruang yang diberikan kepada para praktisi seni tradisional

Dari penjelasan informan, yang dikategorikan sebagai publik kunci (*key public*) adalah siswa didik, para orang tua, dan media arus utama. Ketiganya merupakan publik utama yang kemudian menjadi sasaran strategi komunikasi. Siswa didik dan orang tua mereka menjadi publik urama karena selain sebagai konsumen, mereka juga diharapkan menjadi agen perubahan untuk mempromosikan seni tari tradisional dan mempromosikan seni tari tradisional dari mulut ke mulut kepada keluarga, kenalan, maupun kolega mereka. Sementara itu, media mainstream dikategorikan sebagai publik utama karena mereka berharap bisa mendapatkan ruang untuk muncul dalam berbagai pemberitaan yang positif dan selaras dengan upaya mereka untuk melestarikan seni tari tradisional melalui ruang di media sosial.

#### 4. Menetapkan Sasaran

Pusdiklat Seni Ayodya Pala memposisikan diri sebagai salah satu sanggar tari terkemuka di Indonesia. Tujuan dari organisasi ini adalah untuk melestarikan seni dan budaya, sedangkan tujuan objektifnya adalah untuk meningkatkan jumlah siswa yang mempelajari

tari tradisional. Namun langkah-langkah untuk mencapai tujuan tersebut tidak dirumuskan dengan jelas, dan selama ini cenderung berjalan dengan sendirinya. Meskipun begitu, seiring dengan berdirinya AP PRO, dalam beberapa tahun terakhir organisasi ini telah melakukan berbagai upaya untuk menjaga reputasi mereka sebagai organisasi yang ikut aktif dalam pelestarian seni dan budaya Indonesia.

Ririn, informan yang merupakan salah satu pengurus sekaligus anggota AP PRO, menjelaskan bahwa AP PRO telah menyumbangkan ide dan mengadakan berbagai kegiatan sebagai acara untuk mengajak masyarakat, baik internal maupun eksternal, agar berperan aktif dalam melestarikan tari tradisional.

AP PRO juga memberikan berbagai informasi kepada tim manajemen Pusdiklat Seni Ayodya Pala mengenai posisi dan reputasi organisasi tersebut di mata masyarakat. Namun sayangnya, kerja sama tersebut tidak dikelola secara profesional. Berikut penjelasan yang diberikan: “Kami rutin bertemu dengan pimpinan, pengurus, pelatih tari, dan pimpinan cabang. Namun kami tidak memiliki agenda pertemuan yang terstruktur untuk dibahas, dan seringkali tidak ada tindak lanjut atas permasalahan yang muncul”

Penjelasan informan tersebut menunjukkan bahwa capaian obyektif yang dirumuskan oleh pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala masih berada pada taraf kesadaran. Tingkat kesadaran berfokus pada informasi, dan pengetahuan yang bersifat kognitif. (Smith, 2021).

#### 5. Membuat Strategi Aksi dan Respon

Untuk mencapai tujuan tersebut, dibuatlah strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang dirumuskan mencakup publisitas, informasi yang layak diberitakan, produksi berita, keterkaitan dalam berita, dan komunikasi yang transparan (Smith, 2021). Strategi ini



dimulai dengan mengidentifikasi informasi mana yang mempunyai nilai berita dan layak dipublikasikan. Seperti yang dijelaskan oleh Bhima Chipta, sebagai berikut: “kita harus fokus pada informasi penting yang perlu disampaikan. Misalnya kita fokus pada angka, 1200 siswa tari mengikuti acara ujian tari. Jumlah sebesar itu dapat menarik perhatian. Contoh lainnya, 34 cabang mengikuti ujian tari. Orang-orang pasti bertanya-tanya sanggar tari seperti apa yang saat ini memiliki 34 cabang”.

Berdasarkan penjelasan informan di atas, terlihat bahwa indikator informasi layak dipublikasikan didasarkan pada magnitudo atau jumlah yang besar. Karena tarian tradisional saat ini mulai kehilangan popularitasnya, berkumpulnya sejumlah besar penari tradisional yang melakukan aktivitas bersama mempunyai nilai berita yang tinggi. Selain itu, informan juga bertindak sebagai staf hubungan masyarakat yang secara teratur memproduksi berbagai konten dari berbagai kegiatan Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Konten-konten inilah yang digunakan untuk menyampaikan pesan penting kepada publik utama. (Smith, 2021).

Informan juga bertugas mengelola berbagai informasi yang akan ditampilkan di berbagai akun media sosial dan *website* milik Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Bhima menjelaskan, dalam mengidentifikasi informasi yang memiliki nilai berita, ia akan mencari keterkaitan antara topik berita di media massa dengan kegiatan Pusdiklat Seni Ayodya Pala, sehingga informasi tersebut memiliki keterkaitan berita (*news peg*). Berikut penjelasan informan: “Kami sering menampilkan tarian tradisional Indonesia di berbagai acara. Salah satu acaranya adalah HUT PWI. Mengingat PWI adalah organisasi besar di Indonesia, kami mengkorelasikan informasi tersebut dengan konten kami di media sosial. Jadi kami mendapat perhatian karena kami juga turut serta dalam HUT PWI”.

Dari hasil observasi dan keterangan yang diberikan oleh para informan tersebut, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Sanggar Seni dan

Tari Ayodya Pala adalah strategi proaktif. Strategi ini berfokus pada publikasi informasi tentang organisasi kepada masyarakat (Astagini & Bangun, 2023). Dalam menerapkan strategi tersebut, manajemen Sanggar Seni dan Tari Ayodya Pala mengidentifikasi berbagai kegiatan yang mempunyai nilai berita untuk dimuat.

Selain itu mereka juga mencari hubungan antara berbagai peristiwa dan kegiatan organisasi agar informasi yang disampaikan dapat mempunyai nilai berita yang tinggi karena adanya keterkaitan berita (*news peg*). Dalam strategi komunikasi yang dilakukan, media sosial juga menjadi saluran utama yang dioptimalkan untuk menyampaikan berbagai informasi kepada masyarakat.

#### 6. Mengembangkan Strategi Pesan

Proses penyampaian informasi di Pusdiklat Seni Ayodya Pala dapat dikategorikan sebagai merupakan model transmisi informasi. Model ini berfokus pada konten dan saluran komunikasi. Dalam model ini terdapat pesan yang dikirim oleh sumber ke penerima, dengan menggunakan berbagai simbol berupa kata-kata, gambar, dan gerak tubuh. (Smith, 2021).

Komunikator atau narasumber yang menyampaikan pesan kepada publik kunci adalah pimpinan organisasi yang memiliki wewenang dan dipercaya mempunyai kompetensi dan pengetahuan di bidang seni tari tradisional karena telah berkecimpung di bidang tersebut selama lebih dari 40 tahun. Pemilihan komunikator yang dilakukan organisasi ini menunjukkan bahwa mereka berusaha menjaga kesan positif masyarakat dengan komunikator yang memiliki keahlian, wewenang dan kompetensi. Tokoh yang sering muncul di berbagai media sosial adalah pendiri dan pimpinan Sanggar Seni dan Tari Ayodya Pala yaitu Ibu Budi Agustinah.

Pesan utama yang ingin disampaikan Sanggar Seni dan Tari Ayodya Pala adalah pelestarian seni tari tradisional yang ditunjukkan melalui keikutsertaan organisasi ini dengan menampilkan berbagai tarian tradisional dalam berbagai kegiatan. Selain itu, organisasi ini juga memberikan pendidikan informal berupa pelatihan tari tradisional kepada generasi muda. Pusdiklat Seni Ayodya Pala juga menorehkan segudang prestasi melalui keikutsertaan di berbagai kompetisi mulai dari tingkat lokal hingga internasional.

Untuk menyampaikan informasi tersebut, pesan dirancang sebagai konten informasi yang bertujuan untuk membentuk kesadaran masyarakat tentang tari tradisional. Pesan-pesan tersebut disampaikan secara singkat dan jelas, agar memudahkan pemahaman masyarakat. Strategi dalam merancang pesan komunikasi adalah dengan memadukan pesan persuasif berupa testimoni dan dukungan dari orang-orang yang pernah menggunakan produk atau jasa dari organisasi ini. Testimoni dan jenis dukungan lainnya dapat memberikan bukti yang efektif dan disampaikan melalui beragam konten seperti foto atau video.

Tidak ada daya tarik khusus yang digunakan dalam merancang pesan. Mereka menyampaikan informasi yang jelas dan ringkas tentang Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Terdapat beberapa pesan persuasif yang mengajak publik untuk berpartisipasi pada kegiatan-kegiatan tertentu, seperti menyaksikan penampilan penari dari Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Namun, sebagian besar pesan yang disampaikan adalah mengenai organisasi mereka.

Kelemahan model komunikasi transmisi ini adalah tidak adanya keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap informasi yang disampaikan. Tidak ada rasa memiliki dari pemangku kepentingan sehingga keterlibatan (*engagement*) cenderung rendah. Hal ini sebenarnya dapat dievaluasi karena dengan keterlibatan seluruh pemangku kepentingan di dalam organisasi, maka upaya pelestarian tari tradisional dapat dilakukan secara lebih masif.

## 7. Menentukan Taktik Komunikasi

Pada tataran interpersonal, komunikasi dilakukan dengan sangat baik. Hal inilah yang membuat Pusdiklat Seni Ayodya Pala mampu bertahan selama 40 tahun. Seperti yang dijelaskan salah satu informan, Ririn. Ia menyatakan bahwa kesediannya menjadi anggota AP PRO dan tim manajemen organisasi ini karena ia telah menjadi siswa didik pada organisasi tersebut semenjak kecil. Sehingga ia sudah mencintai tari tradisional dan memilih karir tidak hanya sebagai penari, tetapi juga sebagai pelatih tari di Pusdiklat Seni Ayodya Pala.

Loyalitas informan terhadap organisasi ini dan juga terhadap seni tari tradisional Indonesia adalah karena adanya komunikasi yang baik secara interpersonal, yang menjadi ciri khas dari organisasi ini. Komunikasi interpersonal yang dipupuk oleh anggota organisasi akhirnya membentuk kedekatan dan rasa memiliki terhadap organisasi.

Hal ini didukung juga oleh Ibu Budi Agustinah yang menyatakan bahwa kedekatan interpersonal yang dibangun oleh para anggota sanggar inilah yang membuat mereka memiliki ikatan yang erat bahkan menyaingi ikatan kekeluargaan. “Alumni lulusan lebih dari 20 tahun yang lalu banyak yang masih tergabung dalam grup *Whatsapp*, masih rutin melakukan latihan menari. Banyak dari mereka memutuskan untuk membuka cabang. Sebab, dahulu kala jarang ada orang yang mau belajar tari tradisional, jadi kalau ada yang mau ikut, kami rangkul seperti keluarga”

Secara organisasi, Sanggar Seni dan Tari Ayodya Pala memiliki banyak akun media sosial yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Akun media sosial tersebut terdiri dari Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok. Bhima Cipta menjelaskan, masing-masing akun media sosial memiliki fungsinya masing-masing dalam komunikasi

publik. Akun di media sosial Instagram dan Tik Tok memuat berbagai informasi menarik seputar Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Kedua media sosial ini menyasar masyarakat kunci, khususnya generasi muda yang berstatus pelajar karena banyak dari mereka yang menggunakan media sosial tersebut.

Facebook digunakan untuk berkomunikasi dengan orang tua siswa, kolega, dan pihak pemerintah, serta untuk mendukung aktivitas Ayodya Pala. Sedangkan media sosial Youtube dikhususkan sebagai situs dokumentasi yang berisi berbagai pertunjukan tari tradisional. Karena YouTube dapat menayangkan video berdurasi panjang, maka keseluruhan tarian rutin dapat diunggah di sini. Oleh karena itu YouTube pun menjadi salah satu media pembelajaran yang digunakan oleh siswa-siswi Sanggar Seni dan Tari Ayodya Pala.

Pada level makro, yaitu pemberitaan dari media massa; konsistensi dan prestasi yang ditunjukkan Pusdiklat Seni Ayodya Pala telah menghasilkan beberapa pemberitaan baik skala lokal bahkan nasional. Pihak manajemen Ayodya Pala selalu menjalin hubungan baik dengan para kontributor lokal, sehingga mereka selalu menampilkan berbagai pemberitaan positif mengenai organisasi ini.

Pada media berbayar, berupa media periklanan dan promosi, organisasi lebih condong pada promosi media sosial dan tidak pernah menggunakan media berbayar. Sudah beberapa kali mereka menggunakan media berbayar untuk publikasi lokal, namun setelah maraknya media sosial, hal ini digantikan oleh media sosial.

#### 8. Implementasi Rencana Strategis

Dalam tahap ini diidentifikasi bahwa sejak awal tidak ada rencana operasional yang terstruktur, maka kegiatan operasional berjalan dengan sendirinya. Meski identifikasi sudah dilakukan, pesan sudah direncanakan, media komunikasi sudah ditentukan, namun penerapan strateginya sendiri bergantung pada tim manajemen. Hal ini juga disebabkan oleh bentuk organisasi Pusdiklat Seni Ayodya Pala yang tidak memiliki sumber daya manusia yang cukup untuk menangani setiap

kegiatannya. Sistem kekeluargaan yang mereka anut mempengaruhi bentuk organisasi, sehingga semuanya berjalan secara informal.

#### 9. Evaluasi Rencana Strategis

Hal yang sama juga terjadi pada tahap evaluasi. Tidak ada metode evaluasi untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan. Proses evaluasi dilakukan secara tidak terstruktur melalui pertemuan penyelenggara dan mengumpulkan masukan yang diterima melalui komentar yang disematkan pada unggahan di media sosial.

Berdasarkan temuan hasil penelitian maka secara umum dalam menyusun strategi komunikasi, Pusdiklat Seni Ayodya Pala berhasil menjalankan proses riset formatif dan strategi dengan baik. Namun pada tahap pelaksanaan dan evaluasi belum dilakukan secara terstruktur.

Jika dikaitkan dengan bentuk organisasi Sanggar Seni dan Tari Ayodya Pala, maka hal ini bisa jadi disebabkan karena selama 40 tahun organisasi ini berasal dari sebuah keluarga, sehingga proses manajerial pada organisasi ini juga terbentuk berdasarkan hubungan kekerabatan.

Dalam konteks strategi komunikasi yaitu merancang dan menyampaikan pesan melalui media sosial, ternyata hal ini yang menjadi keunggulan organisasi ini bila dibandingkan dengan organisasi lainnya. Selain itu, terdapat hubungan interpersonal antar anggota organisasi; sehingga terbentuk ikatan yang mendekatkan anggota organisasi. Hal ini yang mendorong anggota organisasi secara sukarela melakukan promosi organisasi ini secara *word of mouth*.

Kondisi tersebut yang mendukung keberhasilan strategi komunikasi melalui media sosial. Para publik kunci sudah memiliki kedekatan secara interpersonal sehingga mereka secara

sukarela akan mendukung berbagai konten atau informasi yang disampaikan organisasi ini.

Apabila dikaitkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat melengkapi penjelasan dari penelitian terdahulu yang mengkaji strategi komunikasi organisasi hanya dari media. Pada penelitian ini kemudian didapatkan temuan bahwa bentuk organisasi, budaya dan hubungan anggota organisasi dan pemangku kepentingan berkontribusi terhadap keseluruhan perancangan, pelaksanaan dan evaluasi dari strategi komunikasi.

Analisis terhadap keseluruhan strategi komunikasi dapat memberikan pemahaman secara utuh mengapa dan bagaimana strategi penyampaian pesan dilakukan oleh sebuah organisasi, hingga dapat memperlihatkan faktor-faktor lain yang berperan dalam suksesnya sebuah strategi komunikasi.

## **5. Simpulan**

Tarian tradisional merupakan salah satu warisan budaya yang semakin banyak dilupakan di Indonesia. Media sosial dapat menjadi sarana yang dapat digunakan untuk melestarikan dan mempromosikan seni tari tradisional di kalangan generasi muda. Pusdiklat Seni Ayodya Pala sebagai organisasi seni budaya yang peduli terhadap pelestarian seni tari di Indonesia kemudian melakukan upaya pelestarian seni tari tradisional melalui media sosial.

Kajian yang dilakukan terhadap strategi komunikasi Pusdiklat Seni Ayodya Pala memperlihatkan bahwa dalam melakukan upaya pelestarian seni tari, sanggar ini telah melakukan beberapa tahapan. Mereka melakukan analisis situasi terkait perkembangan seni tari di Indonesia, kedudukan dan visi misi organisasinya; kemudian mereka mengidentifikasi publik kunci yang menjadi sasaran utama penyampaian pesan.

Tahap selanjutnya organisasi ini merancang strategi komunikasi yang tepat mulai dari menentukan tujuan, merancang

pesan, hingga taktik penyampaian pesan yang harus diterapkan.

Perancangan pesan melalui media sosial menggunakan strategi proaktif yang berfokus pada publikasi informasi tentang organisasi kepada publik. Dalam menerapkan strategi tersebut, manajemen Pusdiklat Seni Ayodya Pala mengidentifikasi berbagai kegiatan yang mempunyai nilai berita dan keterkaitan berita untuk dimuat. Selain itu, mereka juga memadukan informasi tersebut dengan pesan persuasif berupa testimoni dan dukungan (*endorsement*).

Media utama yang digunakan untuk menyampaikan informasi adalah media sosial. Pusdiklat Seni Ayodya Pala memiliki akun di empat media sosial, Facebook, Instagram, YouTube dan TikTok yang digunakan untuk berkomunikasi dengan publik kunci mereka. Sayangnya Pusdiklat Seni Ayodya Pala belum melakukan tahapan implementasi dan evaluasi secara terstruktur. Sehingga berbagai strategi yang telah direncanakan terkadang tidak terlaksana dan tidak ada metode penilaian yang digunakan untuk menilai efektivitas strategi tersebut.

Meski begitu, hubungan personal antar anggota Ayodya Pala menjadi salah satu kelebihanannya. Sehingga para anggota organisasi dapat menjadi opinion leader untuk menyampaikan visi Ayodya Pala melestarikan seni tari tradisional Indonesia.

Terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang dilakukan. Data penelitian hanya diperoleh dari manajemen tanpa menyertakan data dari pihak internal organisasi yang juga terlibat dalam proses perancangan strategi komunikasi ini, seperti pelatih tari dan orang tua siswa. Selain itu, belum ada observasi dan data menyeluruh terkait berbagai konten yang diunggah Ayodya Pala di media sosial. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi

berbagai hal yang belum tercakup dalam penelitian ini.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Multimedia Nusantara yang telah mendanai penelitian ini. Terima kasih juga kami haturkan kepada Pusdiklat Seni Ayodya Pala yang telah memberikan kesempatan dan izin kepada kami untuk melakukan penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- Amanatidis, D., Mylona, I., Mamalis, S., & Kamenidou, I. E. (2020). Social media for cultural communication: A critical investigation of museums' Instagram practices. *Journal of Tourism, Heritage and Services Marketing*, 6(2), 38–44. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3836638>
- Astagini, N., & Bangun, C. R. A. (2023). Manajemen Impresi Pada Perempuan Penari Tradisional Melalui Media Sosial. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 27(2), 161–180. <https://doi.org/10.17933/jskm.2023.5211>
- Cornelissen, J. (2020). *Corporate Communication: A Guide to Theory & Practice* (M. Waters (ed.); 6th ed.). Sage Publication, Inc.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). The Sage Handbook of Qualitative Research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed., Vol. 195, Issue 5). Sage Publication. <https://doi.org/10.1007/s11229-017-1319-x>
- Eko, B. S., & Putranto, H. (2019). The Role of Intercultural Competence and Local Wisdom in Building Intercultural and Inter-religious Tolerance. *Journal of Intercultural Communication Research*, 48(4), 341–369. <https://doi.org/10.1080/17475759.2019.1639535>
- Firafiroh, A. (2022, April 29). Cerita Ni Ketut Putri Minangsari Soal Potret dan Stigma Profesi Penari Tradisional di Indonesia. *Www.Parapuan.Co*. <https://www.parapuan.co/read/533260579/cerita-ni-ketut-putri-minangsari-soal-potret-dan-stigma-profesi-penari-tradisional-di-indonesia?page=2>
- Hani, U., Azzadina, I., Sianipar, C. P. M., Setyagung, E. H., & Ishii, T. (2012). Preserving Cultural Heritage through Creative Industry: A Lesson from Saung Angklung Udjo. *Procedia Economics and Finance*, 4(Icsmed), 193–200. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(12\)00334-6](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(12)00334-6)
- Hausmann, A., & Poellmann, L. (2013). Using social media for arts marketing: Theoretical analysis and empirical insights for performing arts organizations. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 10(2), 143–161. <https://doi.org/10.1007/s12208-013-0094-8>
- Heriyanto, R. (2020, December 13). Nyantrik Seni Salah Satu Penyelamatan Seni Tradisi. *Pikiran-Rakyat.Com*. <https://portalbandungtimur.pikiran-rakyat.com/budaya/pr-941102222/nyantrik-seni-salah-satu-penyelamatan-seni-tradisi>
- Idris, M. Z., Mustaffa, N. B., & Yusoff, S. O. S. (2016). Preservation of Intangible Cultural Heritage Using Advance Digital Technology: Issues and Challenges. *Harmonia: Journal of Arts Research and Education*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.15294/harmonia.v16i1.6353>
- Kristianingrum, F. J., & Susanto. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Padepokan Seni Tari Parikesit dalam Memperkenalkan Tarian Tradisional Gambyong Daerah Jawa Tengah. *Jurnal Akrab Juara*, 5(2), 27–40.
- Mardiana, L., & Ratnawati, F. A. (2023). Peran New Media Dalam Menciptakan Daya Tarik Wisata Indonesia Bagi Warga Negara Korea Selatan. *Jurnal Audience*, 5(2), 226–237. <https://doi.org/10.33633/ja.v5i2.7430>
- Meli, R. U. (2021). Penanaman Karakter Cinta Tanah Air bagi Siswa Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler Seni Tari di SMA. *Pijar: Jurnal Penelitian Bidang Pendidikan Dan Pembelajaran*, 1(1), 6–11. <https://journal.actual-insight.com/index.php/pijar/article/view/96>
- Mohd Herrow, M. F., & Azraai, N. Z. (2021). Digital Preservation of Intangible Cultural Heritage of Joget Dance Movement Using Motion

- Capture Technology. *International Journal of Heritage, Art and Multimedia*, 4(15), 01–13. <https://doi.org/10.35631/ijham.415001>
- Putra, R. D., Lathifa, E., Octafanny, F. S., & Kudri, P. S. (2021). Social Media Usage to Preserve Local Identity: Indigenous People of West Java. *The 4th LSPR International Conference on Communication and Business*, 1–11. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3830405>
- Rahmadani, F., & Andriani, S. (2021). Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Pameran Indonesia International Motor Show (Iims). *Jurnal Audience*, 4(01), 38–59. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4203>
- Raihan Sabili, M., Putri Hidayatullah, B., Hidayatullah, P., Indrawati, D., & Sofiani, N. (2023). The Effectiveness of Digital Platform in Preserving Traditional Dances of Indonesia: Implementation of Design Thinking Process in TARI (Traditional Art of Indonesia). *E3S Web of Conferences*, 426, 01098. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342601098>
- Said, M. (2021, May 18). Sanggar Ayodya Pala Konsisten Menjaga dan Mewarisi Seni Budaya Tradisional. *Radaronline.Id*. <https://doi.org/10.9785/9783504387686-100>
- Sandi, N. V. (2018). Pembelajaran Seni Tari Tradisional Di Sekolah Dasar. *Jurnal Dialektika Jurusan PGSD*, 8(2), 147–161.
- Smith, R. D. (2021). Strategic Planning for Public Relations. In *Strategic Planning for Public Relations: Fifth Edition* (6th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315270876>
- Suprihono, A. E. (2022). Saving “Joged Mataram” Via Youtube: Preservation and Dissemination of Local Culture in the Digital Age. *International Journal of Humanity Studies*, 5(1), 185–193.
- Wahed, W. J. E., Saad, N., Yusoff, S. B. M., & Pital, P. P. (2021). “Please stay, don’t leave!”: A systematic literature review of safeguarding intangible cultural heritage in the fourth industrial revolution. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 29(3), 1723–1744. <https://doi.org/10.47836/pjssh.29.3.14>
- Wikandini, N. A., Arindawati, W. A., & Nurkinan. (2022). Strategi Komunikasi Sanggar Seni dalam Melestarikan Kebudayaan Melalui Media Sosial: Studi Deskriptif Kualitatif Gawean Parikesit Melestarikan Kebudayaan Melalui Youtube. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(5).
- Windrarto. (2021). Manfaatkan Media Sosial, Ayodya Pala Makin Semangat Berkesenian. *Suarakarya.Id*. <https://doi.org/10.1515/9783111525495-002>
- Yuliati, D., Rochwulaningsih, Y., Utama, M. P., Mufidah, R., Masruroh, N. N., & Sholihah, F. (2023). Using social media for preserving the Javanese traditional arts: Adaptation strategy of Sobokartti in the Millennial Era. *Cogent Arts and Humanities*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2023.2180875>
- Yuni. (2023, March 6). Catat! Budaya Daerah Jangan Sampai Tergerus Zaman. *Radarsampit.Com*. <https://www.radarsampit.com/berita/catat-budaya-daerah-jangan-sampai-tergerus-zaman.html>