



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 15051-15066

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Strategi Komunikasi Eksternal Yayasan Omah Owah
dalam Membangun Culture Awareness Masyarakat
(Studi Kasus di Dusun Sokowolu Desa Tajuk Kabupaten Semarang)

Nike Hariyani^{1✉}, George Nicholas Huwae²

Universitas Kristen Satya Wacana

Email: 602020023@student.uksw.edu^{1✉}

Abstrak

Indonesia merupakan negara yang memiliki aset kebudayaan yang berlimpah. Salah satu nilai budaya tersebut berada di Dusun Sokowolu yang kental dengan kegiatan kebudayaan. Namun, dikarenakan era globalisasi yang pesat, menyebabkan masyarakat kehilangan minat akan tradisi kebudayaan. Kondisi ini dapat dibaca oleh Yayasan Omah Owah yang pada tahun 2022 melakukan strategi komunikasi eksternal, namun belum sepenuhnya meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan medeskripsikan staretgi komunikasi eksternal Yayasan Omah Owah dalam membangun *culture awarennes* masyarakat. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Yayasan omah owah melakukan stretegi komunikasi organisasi pada khalayak dengan kegiatan kebudayaan seperti Tiamo Fest: Sokowolu Culture Exhibition 2023, Integrasi sosial media Instargam @tiamo_fest dan youtube Tiamo Scene, Kolaborasi dengan komunitas, Memanfaatkan rangkaian pra-event, TERAS 2023, dan Panggung Omah Owah. Kemudian, strategi komunikasi dari khalayak pada organisasi berfokus pada publikasi yang diproduksi Yayasan Omah Owah dan tingkat kesadaran budaya.

Kata Kunci: *Yayasan Omah Owah, Culture Awareness, Strategi Komunikasi Eksternal*

Abstract

Indonesia is a country that has abundant cultural assets. One of these cultural values is in Sokowolu Hamlet which is thick with cultural activities. However, due to the rapid globalization era, causing people to lose interest in cultural traditions. This condition can be read by the Omah Owah Foundation which in 2022 carried out an external communication strategy, but has not fully improved. This study aims to determine and describe the external communication strategy of the Omah Owah Foundation in building community culture awareness. The data collection techniques used are observation, interview, and documentation. The results of this study indicate that the Omah Owah Foundation carries out organizational communication strategies to audiences with cultural activities such as Tiamo Fest: Sokowolu Culture Exhibition 2023, Integration of social media Instargam @tiamo_fest and youtube Tiamo Scene, Collaboration with the community, Utilizing pre-event series, TERAS 2023, and Omah Owah Stage. Then, the communication strategy from the audience to the organization focuses on the publications produced by the Omah Owah Foundation and the level of cultural awareness.

Keywords: Omah Owah Foundation, Culture Awareness, External Communication Strategy

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal dunia bukan hanya karena predikat negara dengan populasi terbesar ke-4 di dunia (3,51% dari total penduduk dunia), namun juga sebagai negara yang kaya akan suku dan budaya dibuktikan dengan keberadaan 300 kelompok etnis (suku bangsa) yang tinggal di sana. Bentuk budaya dapat berupa bangunan lengkap dengan arsitekturnya yang indah, ilmu pengetahuan dan teknologi, kesenian, sastra, dan lain sebagainya (Setiawan, 2018). Menurut Syaiful Sagala, budaya adalah suatu konsep yang membangkit minat dan berkenaan dengan cara manusia hidup, belajar berpikir, merasa, mempercayai, dan mengusahakan apa yang patut menurut budayanya, sehingga dalam arti kata budaya merupakan tingkah laku dan gejala sosial yang menggambarkan identitas dan citra suatu masyarakat (Syakhrani and Kamil, 2022).

Pada umumnya, suatu hal dapat dikatakan budaya apabila hal tersebut dilakukan turun temurun atau sederhananya menjadi tradisi dalam kelompok tertentu. Era globalisasi ini menjadi tantangan bagi masyarakat untuk melakukan pemberdayaan budaya dikarenakan kultur yang serba instan dan mengutamakan kemudahan. Bukan menjadi persoalan yang mudah untuk membangun kesadaran akan budaya yang disebut dengan *culture awareness*. *Culture Awareness* tidak hanya dibutuhkan untuk sekedar memahami budaya namun faktanya dapat merujuk kepada nilai-nilai kehidupan seperti empati, dan pemahaman akan toleransi dan konsep multikulturalisme (Tarigan and Nadhira, 2021).

Salah satu daerah di Pulau Jawa, Indonesia, tepatnya di Dusun Sokowolu, Desa Tajuk, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah, memiliki sebuah budaya berupa seni pertunjukan, mulai dari seni tari, ketoprak, hingga seni pertunjukkan yang telah dikemas modern yakni teater rakyat. Menariknya lagi, Desa Tajuk yang masih asri dengan kekayaan alamnya, dikenal karena memiliki potensi yang luar biasa besar di sektor pertanian dan perkebunan (Ervina, Sumastuti and Prabowo, 2022). Dusun Sokowolu sebenarnya juga menyajikan keindahan alam yang dapat ditemui di salah satu tempat wisatanya yakni Hutan Pinus Tiamo. Kombinasi dari kekayaan alam dan potensi budaya yang dimiliki Dusun Sokowolu dan Desa Tajuk seharusnya dapat menjadi nilai jual bagi wisatawan. Namun, perlu upaya yang masif untuk menjaga dan melestarikannya terutama di era berkembangnya teknologi dan peran *Artificial Intelligence* yang seolah menggeser masyarakat dari pemahaman nilai-nilai budaya.

Pada tahun 2021, dibentuklah sebuah yayasan dengan nama "Omah Owah" yang kemudian mengupayakan didirikannya sanggar yang kini dinamai "Sang Soko". Sang Soko menjadi wadah bagi para pegiat seni di Dusun Sokowolu untuk belajar dan melestarikan budaya. Kolaborasi dari masyarakat serta pegiat budaya di Dusun Sokowolu serta dukungan penuh dari Yayasan Omah Owah, Dusun Sokowolu dapat menggabungkan nilai-nilai budaya serta potensi wisata dengan tema "Bermain Seni Bersama Rakyat" untuk menghadirkan para wisatawan. Yayasan Omah Owah juga bekerja sama dengan Serikat Kebudayaan Masyarakat Indonesia (SeBUMI) dan komunitas-komunitas lokal seperti Soramata, Akar Merdeka, Sanggar Kalangan, Salatiga *StreetPunk*, Star, dan BAKAR. Dalam penelitian ini, penulis akan membahas secara mendalam mengenai strategi komunikasi yang dibangun oleh Yayasan Omah Owah untuk menumbuhkan kesadaran budaya (*culture awareness*) melalui beragam kegiatan yang didesain secara menarik. Kegiatan ini telah berdampak secara signifikan dalam pertumbuhan kesadaran budaya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi komunikasi eksternal Yayasan Omah Owah dalam membangun *culture awareness* masyarakat Dusun Sokowolu.

Menurut Effendy dalam (Raphael, 2019), terdapat dua kategori komunikasi eksternal yang bersifat timbal balik yakni: komunikasi antara organisasi dan pendengar, serta komunikasi antara pendengar dan organisasi. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak biasanya bersifat informatif dan melibatkan keterlibatan batin dengan khalayak contohnya yakni informasi – informasi yang bersifat edukatif dan informatif di media sosial, email boosting dan lain-lain. Sebaliknya, komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai hasil dari kegiatan komunikasi organisasi, contohnya adalah ulasan

atau komen di media sosial serta testimoni setelah kegiatan berlangsung. Penelitian ini memiliki unsur kebaruan yakni bukan hanya tentang menggali bagaimana meningkatkan kesadaran masyarakat akan suatu kebudayaan “ketoprak” namun juga upaya ini dapat mendorong masyarakat untuk melestarikan budaya yang lain di daerah Desa Tajuk (Mohamad Sudi et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif bersifat deskriptif, yang menekankan proses daripada hasil dan melalui proses pengumpulan data lapangan, analisis, lalu hasil dari analisis tersebut diinterpretasikan dalam bentuk deskriptif (Fadli, 2021). Dalam penelitian ini, sumber data dibagi menjadi dua yakni sumber data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono, data primer adalah data yang langsung memberikan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Setyadi, 2015). Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung dengan pendiri Yayasan Omah Owah, Kepala Desa Tajuk, Ketua RT Dusun Sokowolu dan warga dusun Sokowolu. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti dokumen dan informasi yang datang bukan melalui sumber utama (Setyadi, 2015). Sumber data sekunder berasal dari dokumentasi Yayasan Omah Owah dalam melaksanakan berbagai event.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan model Miles dan Huberman yang dilakukan dengan cara pengumpulan data, tahap reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi.

Sedangkan dalam keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi dimana jenis triangulasi yang di gunakan diantaranya adalah triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Melalui penelitian ini, diharapkan akan dapat merumuskan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan tersebut dalam membangun kesadaran budaya masyarakat dusun Sokowolu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan ketua sekaligus pengelola Yayasan Omah Owah (Febri), kegiatan bertemakan kesenian dan kebudayaan yang dilaksanakan di Dusun Sokowolu ini hadir berkat inisiasi anak-anak muda yang dipelopori oleh Yayasan Omah Owah. Yayasan ini melakukan *collective fund* atau penggalangan dana baik dilakukan

secara internal di dalam yayasan maupun di luar yayasan. Untuk menggalang dana, yayasan melakukan pendekatan kepada masyarakat sekitar dengan cara mengomunikasikan tujuan dari kegiatan tersebut yang adalah upaya untuk meningkatkan kepedulian akan nilai-nilai budaya serta menambah daya tarik bagi wisatawan untuk datang ke Dusun Sokowolu. Ketiga *event* budaya yang diselenggarakan oleh Yayasan Omah Owah memiliki bentuk strategi komunikasi yang menarik untuk diteliti karena melibatkan pendekatan kepada perangkat desa, masyarakat, hingga komunitas-komunitas eksternal. Berikut ini adalah startegi komunikasi eksternal Yayasan Omah Owah dalam membangun *culture awareness* masyarkat:

1. Strategi Komunikasi dari organisasi pada khalayak

Komunikasi dari organisasi kepada khalayak biasanya bersifat informatif dan melibatkan keterlibatan batin dengan khalayak contohnya yakni informasi – informasi yang bersifat edukatif dan informatif di media sosial, email *boosting* dan lain-lain. Yayasan Omah Owah menggunakan strategi komunikasi informatif dengan menggunakan *platform* Instagram dan Youtube. Laman Instagram dengan nama @omahowah.id memiliki segmen-segmen yang bervariasi mulai dari konten carousels berisi pengetahuan seputar budaya, announcement tentang event-event yang sudah, sedang, maupun akan berlangsung. Yayasan Omah Owah bahkan secara kreatif membuat teaser dari setiap event yang mereka selenggarakan. Gambar dibawah ini merupakan gambar instagram feeds Omah Owah yang dapat memperkuat pernyataan di atas:



Gambar 1. Instagram Feeds Omah Owah @omahowah.id

Selain Instagram, Yayasan Omah Owah juga memanfaatkan channel Youtube dengan nama Tiamo Scene. Tiamo diambil dari nama tempat wisata yakni hutan pinus yang ada di Dusun Sokowolu. Youtube ini menjadi wadah bagi Yayasan Omah Owah untuk

menginformasikan kegiatan hingga video cinematic yang berisi pesan budaya bagi audience. Laman Youtube secara aktif membagikan video hingga saat ini telah berjumlah 92 video. Salah satu video yang ditonton ratusan ribu kali adalah video pendek persiapan kegiatan check sound yang ada di Dusun Sokowolu. Selain konten tersebut, laman ini juga aktif membagikan film pendek hasil kolaborasi kreatif Omah Owah dengan para kolaborator. Laman ini mampu secara efektif menjangkau penonton yang dapat dilihat dari jumlah penonton di masing-masing konten. Gambar di bawah ini merupakan gambar laman akun youtube Tiamo Scene yang dapat memperkuat pernyataan di atas:



Gambar 2. Laman akun Youtube Tiamo Scene

A. Tiamo Fest: Sokowolu Culture Exhibition 2023

Tiamo Fest merupakan kegiatan rangkaian pertunjukan seni dan budaya masyarakat Dusun Sokowolu. Berbagai loka karya inspiratif, pasar gratis, dan dialog kreatif disuguhkan untuk melestarikan dan menjadi hiburan masyarakat Desa Sokowolu bahkan masyarakat luar desa. Kegiatan ini, awalnya dilaksanakan hanya untuk melestarikan tradisi seni dan budaya Desa Sokowolu. Namun, seiring berjalannya waktu, pemuda – pemudi Desa Sokowolu menggabungkan seni, kolaborasi, dan inovasi-inovasi terkini dalam mengemas kegiatan ini, sehingga dapat menarik minat pengunjung luar desa bahkan hingga mancanegara. Tiamo Fest #1 pertama kali dilaksanakan pada tahun 2023, dan mempersembahkan tradisi saparan yang bertajuk “Sokowolu Culture Exhibition” dengan tagline “Bermain Seni Bersama Rakyat”. Terdapat berbagai rangkaian kegiatan mulai dari: musik, tari, reog, musikalisasi puisi, live mural, teater, monolog dan lain sebagainya. Ditambah pula gelaran lapak karya, lapak baca, berbagai workshop menarik, layar tancap, bincang kreatif dan pasar gratis. Harapannya, kegiatan ini dapat dijadikan *event* tahunan, dimana setiap tahunnya masyarakat Desa Sokowolu dapat menikmati tradisinya sendiri dan juga disaksikan oleh jutaan pasang mata dari desa sekitar, kota lain, bahkan mancanegara. Dalam menguatkan pernyataan di atas berikut merupakan gambar terkait:



Gambar 3. Poster Tiamo Fest



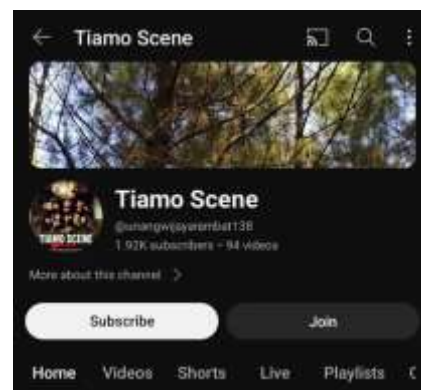
Gambar 4. Publikasi Tiamo Fest oleh Suara Merdeka

B. Integrasi sosial media instagram @tiamo_fest dan youtube Tiamo Scene

Yayasan Omah Owah memanfaatkan *platform* media sosial Instagram dan Youtube untuk menyebarkan informasi seputar pagelaran Tiamo Fest. Selain mengunggah poster yang berisi rangkaian acara (rundown), Yayasan Omah Owah juga secara kreatif mengemas informasi dalam bentuk teaser yang sangat menarik. Teaser tersebut diunggah secara *mirroring* di beberapa *platform* sekaligus. Hasil jepretan kegiatan juga diabadikan di akun tersebut agar menarik perhatian *audience* media sosial untuk mencari tahu dan tertarik untuk menghadiri di event-event terkait di Dusun Sokowolu. Gambar dibawah ini dapat menguatkan pernyataan tersebut.



Gambar 5. Laman Instagram @Tiamo_Fest



Gambar 6. Akun Youtube Tiamo Scene

C. Kolaborasi dengan komunitas

Yayasan Omah Owah tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai satu-satunya strategi komunikasi yang dilakukan. Yayasan ini juga bersinergi dengan komunitas-komunitas yang memiliki visi dan misi sejalan untuk melakukan workshop dalam rangka pra-event Tiamo Fest. Tentu saja keberhasilan sinergitas antar komunitas dan yayasan ini tidak akan berhasil apabila Yayasan Omah Owah tidak mampu mengimplementasikan

pendekatan baik secara personal maupun profesional. Komunitas-komunitas yang berkolaborasi dengan Yayasan Omah Owah diantaranya adalah LosMaos (Lapak Baca), Streetpunk Salatiga, Tiamografi, Soramata, Sebumi, Akar Merdeka, RTAR, Javakriya, Uwit Art Space, Seni Rupa Bakar, Antart 1994, dan lain-lain. Komunitas tersebut berasal dari dalam maupun luar Dusun Sokowolu. Berikut merupakan daftar komunitas kolaborator Tiamo Fest untuk memperkuat pernyataan diatas.



Gambar 7. Beberapa Daftar Komunitas Kolaborator Tiamo Fest

D. Memanfaatkan rangkaian pra-event

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan Omah Owah tidak berhenti pada komunikasi menggunakan media sosial namun juga dengan memanfaatkan penyelenggaraan pra-event berupa workshop dan pertunjukan lainnya. Sebagai contoh, pada pelaksanaan Tiamo Fest 2023, Yayasan Omah Owah menyelenggarakan workshop batik dan cukil kayu di Dusun Sokowolu. Workshop ini selain menjadi pra-event juga merupakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan Omah Owah untuk memperkenalkan puncak acara berupa Tiamo Fest agar menarik perhatian dan minat masyarakat baik di Dusun Sokowolu, Desa Tajuk, maupun Wisatawan. Berikut ini merupakan dokumentasi untuk memperkuat pertanyaan diatas.



Gambar 8. Workshop Batik Tiamo Fest



Gambar 9. Workshop Cukil Tiamo Fest

Tidak hanya berfokus pada workshop batik dan cukil, rangkaian pra-event dibuat beragam yang meliputi pasar gratis, pertunjukan seni tari, bincang kreatif, dan masih banyak lagi. Diversifikasi ini bertujuan agar dapat merangkul semua lapisan kalangan baik dari anak muda hingga dewasa. Dibawah ini merupakan salah satu contoh susunan acara yang memperkuat pernyataan diatas.



Gambar 10. Rundown Tiamo Fest

E. TERAS: Teater Rakyat Sokowolu

TERAS (Teater Rakyat Sokowolu) merupakan pagelaran teater atau seni pertunjukan yang menggandeng asyarakat Dusun Sokowolu sebagai pameran. Teater ini memiliki tema yang berbeda di setiap pertunjukannya. "Merdeka Milik Siapa" dipilih sebagai judul pementasan pada TERAS 2023 karena pementasan tersebut tepat pada 16 Agustus 2023, di malam peringatan kemerdekaan Republik Indonesia. Poster dibawah ini bisa membuktikan bahwa pernyataan diatas benar adanya.



Gambar 11. Poster Event TERAS (Teater Rakyat Sokowolu)

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan Omah Owah pada *event* TERAS ini adalah dengan pendekatan komunikasi pada masyarakat Dusun Sokowolu. Yayasan Omah Owah menggandeng Karang Taruna yang telah ada di dusun tersebut yang kemudian dapat merangkul masyarakat yang lain. Selain itu konsep cerita yang ditawarkan pada teater ini juga dikemas sedemikian rupa agar menggambarkan kondisi kehidupan di Dusun Sokowolu. Hal ini bertujuan agar memberikan relevansi pada masyarakat sehingga mereka bisa mengambil nilai-nilai karena pementasan tersebut dekat dengan kehidupan mereka.

Teater Rakyat Sokowolu juga tidak hanya dihadiri oleh masyarakat dari Dusun Sokowolu namun juga dikenal hingga luar daerah karena informasi seputar teater ini disebarluaskan menggunakan *platform* media sosial maupun menggunakan strategi *word of mouth*. Strategi komunikasi *word of mouth* masih efektif dilakukan karena anggota dari Yayasan Omah Owah yang relasi dan jaringan yang kuat.

F. Panggung Kemah Owah 2023

Kemah Owah merupakan kegiatan bertajuk seni dan tradisi dengan perpaduan sentuhan alam Dusun Sokowolu. Kemah Owah pertama kali dilakukan di tahun 2023 dengan tema *"Healing lan Waspada"* yang berangkat dari falsafah Jawa *"Sak begja-begja wong kang lali, isih begja wong kang eling lan waspada"*. Falsafah ini jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia berarti *"orang paling beruntung adalah orang yang selalu ingat dan mawas diri dalam menjalani kehidupan"*. Kemah Owah bukanlah seni pertunjukan biasa namun juga dikemas begitu menarik dan terstruktur rapi dalam pelaksanaannya. Terdapat beberapa lapisan acara yang dimulai dengan opening ceremony yang berisi kenduren (upacara adat perwujudan doa), kemudian dilanjutkan dengan sesi meditasi, dialektika rahsa, panggung kreatif, dan acara penanaman pohon.

Dusun Sokowolu yang memiliki keindahan alam salah satunya berupa hutan pinus Tiamo, dioptimalkan dengan beragam acara yang diselenggarakan di lokasi tersebut.

Kemah Owah misalnya diselenggarakan berlatarkan Hutan Pinus Tiamo sehingga tercipta pemandangan alam dan aspek kebudayaan yang bersatu padu. Berikut merupakan gambar persiapan yang dilakukan di Hutan Pinus Tiamo untuk memperkuat pernyataan diatas.



Gambar 12. Persiapan dan Latihan Panggung Kemah Owah

Dalam mempertegas pernyataan, perlu adanya membahas terkait strategi komunikasi. Yayasan Omah Owah melakukan strategi komunikasi dengan menggabungkan komunikasi verbal kepada perangkat Dusun Sokowolu serta menggunakan dukungan media sosial sehingga informasi seputar Kemah Owah dapat tersalurkan. Namun yang menarik dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan Omah Owah adalah dengan memberi visualisasi yang luar biasa dalam setiap unggahannya. Konsep desain visual ini dibuat *instagramable* dengan sentuhan color grading yang membuatnya tampak berkelas. Sekalipun kegiatan ini merupakan kegiatan yang diadakan di sebuah dusun, namun di *garap* begitu serius sehingga menghasilkan publisitas yang menarik dilihat. Berikut merupakan gambar panggung kreatif yang bisa menguatkan pernyataan diatas.



Gambar 13. Panggung Kreatif Kemah Owah

2. Strategi Komunikasi dari khalayak pada organisasi

Publikasi yang diproduksi oleh Yayasan Omah Owah menggunakan *platform* Instagram dan Youtube, mendapatkan banyak *feedback* dari khalayak baik berupa komentar langsung pada tiap konten maupun berupa pesan langsung. Beberapa bentuk komunikasi (*feedback*) yang diberikan oleh khalayak berasal dari penonton lokal, pengisi acara, hingga wisatawan dari berbagai daerah. Ibob salah seorang seniman lokal berasal dari Dusun Sokowolu memberikan respon positif di setiap *event* yang diadakan oleh Yayasan Omah Owah. "Acara yang diadakan menurut saya positif ya, bukan buat saya aja tapi semua seniman dengan tujuan untuk menyalurkan ide-ide yang menurut saya dapat menghasilkan karya-karya baru." Ujar Ibob pada penulis saat diwawancarai pada Bulan April 2024.

Selain dari kalangan seniman, *feedback* juga berasal dari Endra yang merupakan salah satu penonton *event* Tiamo Fest yang diadakan pada tahun 2023 lalu. Endra memiliki kesan positif dengan konsep kegiatan dan euforia yang diberikan oleh *event* Tiamo Fest. Salah satu pengikut Instagram @omahowah.id sekaligus merupakan peserta kegiatan Kemah Owah yang diadakan oleh Yayasan Omah Owah juga membagikan testimoninya melalui laman instagamnya. Akun dengan *username* @damarrrrrrw tersebut menyampaikan rasa bahagiannya dan menceritakan momen instiparif yang datang dari narasumber Kemah Owah saat itu. Akun tersebut juga terkesan dengan pesan yang disampaikan dari kegiatan Kemah Owah tentang pentingnya menjaga bumi dan alam semesta. Berikut merupakan gambar yang menyatakan bahwa pernyataan diatas benar adanya:



Gambar 23. Testimoni Kemah Owah oleh akun instagram @damarrrrrrw

Vacc dalam (Raphael, 2019) mendefinisikan kesadaran budaya (*culture awareness*) sebagai kemampuan seseorang untuk memahami norma dan kebiasaan budaya mereka

sendiri dan budaya yang terdapat disekitar nya. Selanjutnya, seseorang dapat memutuskan apakah hal tersebut normal dan dapat diterima di budayanya atau mungkin tidak lazim atau tidak dapat diterima di budaya lain. Oleh karena itu, penting untuk memahami budaya yang berbeda dari dirinya sendiri dan memahami kepercayaan, adat istiadat, dan cara hidup mereka, dan mampu menghormatinya. Prinsip tugas untuk mendapatkan pemahaman tentang kesadaran budaya adalah mengumpulkan informasi tentang budaya dan kemudian mengubahnya untuk memberikan makna secara bertahap. Tingkatkan Kesadaran Budaya, Wunderle merumuskan tingkatan ketika seseorang/ kelompok mengalami kesadaran budaya (Giovanni, 2019) diantaranya sebagai berikut:

1. Data dan informasi: berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa masyarakat mengetahui data atau informasi akan suatu budaya melalui media sosial instagram @omahowah.id yang berisi pengetahuan seputar budaya, *announcement* tentang *event-event* yang sudah, sedang, maupun akan berlangsung. Yayasan Omah Owah bahkan secara kreatif membuat teaser dari setiap event yang mereka selenggarakan hal ini sejalan dengan pengertian data informasi menurut Gordon B. Davis (Davis, 1977) yakni bahan yang berupa keterangan dan fakta yang kemudian dapat diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dimana data dan informasi dalam konteks ini dikemas dalam bentuk semiotika atau simbol – simbol kebudayaan.
2. Pertimbangan budaya: Melalui *event-event* yang diselenggarakan oleh Yayasan Omah Owah dan koleganya, masyarakat Dusun Sokowolu dapat memaknai sebuah budaya dan memudahkan proses komunikasi budaya. Sebagai contoh, masyarakat mulai mendorong anak-anak muda untuk aktif dalam kegiatan budaya di Sanggar Sang Soko dan menyalurkan minatnya dalam budaya dengan mengikuti kegiatan-kegiatan kebudayaan yang diinisiasi oleh Yayasan Omah Owah. Masyarakat juga mampu memahami nilai-nilai dari budaya yang ada di sekitar mereka. Hal ini sejalan dengan pengertian pertimbangan budaya (*culture consideration*) oleh Fenner yakni konsep yang dimiliki suatu budaya untuk memaknai arti dari *culture code* yang ada (Fenner, 2001).
3. Pengetahuan budaya: Sejalan dengan konsep pengetahuan budaya menurut Giovanni, masyarakat Dusun Sokowolu melalui kegiatan budaya seperti Tiamo Fest, Panggung Kemah Owah, hingga Teater Rakyat Sokowolu, dapat memberikan *exposure* terhadap berbagai jenis kebudayaan di luar dari budaya mereka sendiri. Seperti misalnya di kegiatan Panggung Kemah Owah, ditampilkan beragam penampilan budaya Reog Ponorogo maupun jenis-jenis tarian dari luar daerah

mereka. Konsep ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Fenner tentang *cultural knowledge* yang artinya memiliki informasi dan pertimbangan untuk dapat diterapkan dalam pemahaman suatu budaya sehingga masyarakat dapat menghadapi situasi terkait kebudayaan (Fenner, 2001).

4. Paham budaya: Berdasarkan penelitian ini, masyarakat Dusun Sokowolu terbukti menunjukkan rasa paham budaya melalui keikutsertaan mereka dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan terkait budaya. Dari tahun ke tahun terdapat peningkatan keikutsertaan kegiatan budaya seperti Tradisi Sapar yang rutin dilakukan pada saat Bulan Sapar. Hal ini merupakan indikasi yang terlihat langsung akibat dari edukasi yang diberikan Yayasan Omah Owah terhadap masyarakat Dusun Sokowolu. Hal ini sejalan dengan pengertian paham budaya atau *cultural understanding* oleh Bennet & Allen, yang artinya adalah kemampuan untuk beralih dari sikap etnosentris ke siap menghargai budaya lain (Bennet, J. M., Bennet, M. J., & Allen, 2003).

Kompetensi budaya: Berdasarkan penelitian, Yayasan Omah Owah terus memberikan edukasi mengenai keberagaman budaya pada Masyarakat Dusun Sokowolu. Kemajuan dalam kompetensi budaya ini terlihat jelas pada saat menyelenggarakan *event* yang dihadiri oleh beragam tamu undangan dari beragam suku dan budaya, Masyarakat Dusun Sokowolu memberikan sambutan yang positif dan tidak terdapat indikasi membeda-bedakan penonton atau pengunjung dari budaya yang berbeda. Masyarakat Dusun Sokowolu dapat memahami tentang ragam kebudayaan yang merupakan aset Bangsa Indonesia. Sejalan dengan pengertian kompetensi budaya atau *cultural competence* dari Fenner yang artinya adalah kemampuan untuk menentukan dan mengambil suatu keputusan yang berkaitan dengan kecerdasan budaya (Fenner, 2001).

SIMPULAN

Bukan menjadi persoalan yang mudah untuk membangun kesadaran akan budaya yang disebut dengan *culture awareness*. Dapat ditarik secara garis besar bahwa permasalahan ini ialah bagaimana cara Yayasan Omah Owah dalam membangun *culture awareness* Masyarakat Dusun Sokowolu. Berdasarkan rumusan masalah, tentu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan Omah Owah dalam membangun *culture awareness* kepada masyarakat Dusun Sokowolu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang nantinya diharapkan dapat merumuskan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan Omah Owah dalam membangun kesadaran budaya.

Berdasarkan uraian hasil di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam strategi komunikasi eksternal Yayasan Omah Owah untuk meningkatkan culture awareness di Dusun Sokowolu, Desa Tajuk, Kabupaten Semarang adalah strategi komunikasi organisasi pada khalayak dengan kegiatan kebudayaan seperti Tiamo Fest: Sokowolu Culture Exhibition 2023, Integrasi sosial media Instagram @tiamo_fest dan youtube Tiamo Scene, Kolaborasi dengan komunitas, Memanfaatkan rangkaian pra-event, TERAS (Teater Rakyat Sokowolu) 2023, dan Panggung Omah Owah. Kemudian, strategi komunikasi dari khalayak pada organisasi berfokus pada publikasi yang diproduksi Yayasan Omah Owah dan tingkat kesadaran budaya. Upaya yang dilakukan oleh Yayasan Omah Owah dalam meningkatkan *culture awareness* yakni kemampuan untuk memahami norma dan kebiasaan budaya mereka sendiri dan budaya di sekitar mereka (Raphael, 2019), di Dusun Sokowolu mendapat sambutan positif dari masyarakat, perangkat desa, hingga wisatawan terbukti dengan banyaknya pengunjung, publisitas pasca kegiatan, hingga *exposure* yang didapatkan Dusun Sokowolu selepas kegiatan berlangsung. Masyarakat Dusun Sokowolu telah menunjukkan tingkat kesadaran budaya yang tinggi dari segi pemenuhan data dan informasi, pertimbangan budaya, pengetahuan budaya, paham budaya, hingga kompetensi budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Setiawan, D. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya Impact of Information Technology Development and Communication on Culture. *Simbolika*, 4(1), 62–72.
- Syahrani, A. W., & Kamil, M. L. (2022). Budaya Dan Kebudayaan: Tinjauan Dari Berbagai Pakar, Wujud-Wujud Kebudayaan, 7 Unsur Kebudayaan Yang Bersifat Universal. *Journal Form of Culture*, 5(1), 1–10.
- Ervina, H., Sumastuti, E., & Prabowo, H. (2022). PEMBERDAYAAN KELOMPOK SADAR WISATA (POKDARWIS) DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA TAJUK SEBAGAI KAWASAN EKOWISATA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(5), 328–341. <https://doi.org/10.2207/jjws.91.328>
- Tarigan, N. F., & Nadhira, A. (2021). The Role of Culture Awareness in Teaching English as a Foreign Language. *All Fields Science J-LAS*, 1(1), 44–53.
- Bennet, J. M., Bennet, M. J., & Allen, W. (2003) *Developing Intercultural Competence in The Language Classroom*. Greenwich: Information Age Publishing.
- Davis, B. G. (1977) *Introduction To Computers*.

- Ervina, H., Sumastuti, E. and Prabowo, H. (2022) 'PEMBERDAYAAN KELOMPOK SADAR WISATA (POKDARWIS) DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA TAJUK SEBAGAI KAWASAN EKOWISATA', *urnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(5), pp. 328–341. doi: 10.2207/jjws.91.328.
- Fadli, M. R. (2021) 'Memahami desain metode penelitian kualitatif', *Humanika*, 21(1), pp. 33–54. doi: 10.21831/hum.v21i1.38075.
- Fenner, A.-B. (2001) *Cultural Awareness and Language Awareness Based on Dialogic Interaction with Texts in Foreign Language Learning*. Council of Europe.
- Giovanni, E. (2019) 'Peran Gereja terhadap Korban Kekerasan dalam Rumah Tangga di GPIB Ekklesia Dumai dari Perspektif Konseling Pastoral Berbasis Budaya'.
- Raphael, S. (2019) 'PENGEMBANGAN MEDIA KOTAK NUSANTARA UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN BUDAYA SISWA SEKOLAH DASAR DI KOTA TARAKAN', *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), pp. xxvii–xxviii. doi: 10.2307/j.ctvckq9v8.7.
- Setiawan, D. (2018) 'Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya Impact of Information Technology Development and Communication on Culture', *Simbolika*, 4(1), pp. 62–72.
- Setyadi, A. (2015) 'Analisis Komunikasi Interpersonal Pustakawan Dalam Citra Layanan Sirkulasi Di Upt Perpustakaan Universitas Diponegoro Semarang', *Ilmu Perpustakaan*, 4(2), pp. 24–31.
- Syahrani, A. W. and Kamil, M. L. (2022) 'Budaya Dan Kebudayaan: Tinjauan Dari Berbagai Pakar, Wujud-Wujud Kebudayaan, 7 Unsur Kebudayaan Yang Bersifat Universal', *Journal form of Culture*, 5(1), pp. 1–10.
- Tarigan, N. F. and Nadhira, A. (2021) 'The Role of Culture Awareness in Teaching English as a Foreign Language', *All Fields Science J-LAS*, 1(1), pp. 44–53.
- Kusumastuti, A., & Mustamil, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Fitriatun Annisya (ed.)). Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Hanggraito, A. A., Sumarwan, U., Iman, G., Andersson, T. D., Mossberg, L., Therkelsen, A., Suharsimi Arikunto, Mahfud, T., Pardjono, Lastariwati, B., Sebastian, J., Murali, T., Umami, Z., Narottama, N., Moniaga, N. E. P., Matanasi, P., Pramezwar, A., Juliana, J., Hubner, I. B., ... Weisskopf, M. G. (2021). Teknologi, Badan Pengkajian dan Penerapan. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1(1), 282. <http://jurnal.poltekba.ac.id/index.php/prosiding/article/view/385%0Ahttp://jurnal.stpsahidsurakarta.ac.id/index.php/JPI/article/view/134/80%0Ahttps://scholar.google>.

- com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en%0Ahttp://staffnew.uny.ac.id/upload/132232818/pendidi
- Setyadi, A. (2015). Analisis Komunikasi Interpersonal Pustakawan Dalam Citra Layanan Sirkulasi Di Upt Perpustakaan Universitas Diponegoro Semarang. *Ilmu Perpustakaan*, 4(2), 24–31. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/9513>
- Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif* (12th ed.). Bandung, Alfabeta.
- Dr. R. A. Fadhallah, S.Psi., M. S. (2021). *Wawancara*. UNJ Press.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Rahmawati, A. Y. (2020). *Komunikasi Interpersonal Antara Guru Dengan Murid Di MTs Miftahul 'Ulum Tambakromo Pati*. July, 1–23.
- Dewi, R. P., & Hidayah, S. N. (2019). Metode Studi Kasus. *Skripsi*, 19.
- Rahardjo, M. (2010). Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif. *UIN Malang*.
- Raphael, S. (2019b). STRATEGI KOMUNIKASI EKSTERNAL UNTUK MENUNJANG CITRA LEMBAGA. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), Xxvii–Xxviii. <https://doi.org/10.2307/J.Ctvckq9v8.7>
- Kaharuddin. (2021). Equilibrium: Jurnal Pendidikan Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan*, IX (1), 1–8. <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium>
- Arikunto, S. (2006). Data Penelitian Deskriptif. *Management Penelitian Analisis*, 59, 262–296.
- Davis, B. G. (1977). *Introduction To Computers*.
- Fenner, A.-B. (2001). *Cultural Awareness and Language Awareness Based on Dialogic Interaction with Texts in Foreign Language Learning*. Council of Europe.
- Bennet, J. M., Bennet, M. J., & Allen, W. (2003). *Developing Intercultural Competence in The Language Classroom*. Greenwich: Information Age Publishing.