

---

## **Analisis Strategi Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji dalam Meningkatkan Partisipasi Pemuda**

**Surya Aji<sup>1\*</sup>, Edi Nurwahyu Julianto<sup>2</sup>, Ami Saptiyono<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknologi Infomasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia

Email: <sup>1</sup>suryaaji811@gmail.com, <sup>2</sup>edi@usm.ac.id, <sup>3</sup>ami.s@usm.ac.id

### **Abstract**

*Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji yang berbasis di Kecamatan Bergas, Kabupaten Semarang, Central Java Province, plays an active role in realizing inter-religious tolerance and the preservation of cultural diversity. This study aims to explore the communication strategies of community organizations in increasing youth participation, using the framework of the Theory of Planned Behavior (TPB). The SDGs identify three main constructs—individual attitudes, subjective norms, and perceptions of behavior control—as determinants of the intentions and behaviors of community members. The research method is qualitative descriptive, with data collection techniques in the form of in-depth interviews, participatory observations, and focused group discussions (FGD). Respondents consisted of active youth and administrators of the Karangjati Nyawiji cultural community. Data analysis was carried out thematically with an open coding approach and source triangulation to ensure validity. The results show that structured organizational communication strategies—through internal training, social media, and routine cultural activities—influence youth attitudes towards cultural values and tolerance. In addition, community norms and social expectations encourage youth to feel compelled to participate. Perceptions of behavioral control increase when youth are given space for participation and responsibility in activities, which reinforces their intention to be actively involved. These findings provide an important understanding for cultural communities in Indonesia who want to increase the engagement of the younger generation, with a qualitative approach to SDGs. The researchers suggest replicating this model in other cultural communities, as well as the development of value-based communication strategies and youth participation in a more sustainable manner.*

**Keywords:** *Unity, Youth Participation, Organizational Communication, Theory of Planned Behavior, Cultural Community*

### **Abstrak**

Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji yang berbasis di Kecamatan Bergas, Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah, berperan aktif dalam mewujudkan toleransi antar-agama dan pelestarian keragaman budaya. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi strategi komunikasi organisasi komunitas tersebut dalam meningkatkan partisipasi pemuda, menggunakan kerangka Theory of Planned Behavior (TPB). TPB mengidentifikasi tiga konstruk utama—sikap individu, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku—sebagai determinan niat dan perilaku anggota komunitas. Metode penelitian bersifat kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa

wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan diskusi kelompok terfokus (FGD). Responden terdiri atas pemuda aktif dan pengurus komunitas budaya Karangjati Nyawiji. Analisis data dilakukan secara tematik dengan pendekatan coding terbuka dan triangulasi sumber untuk memastikan validitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi yang terstruktur—melalui pelatihan internal, media sosial, serta kegiatan budaya rutin—memengaruhi sikap pemuda terhadap nilai budaya dan toleransi. Selain itu, norma komunitas dan ekspektasi sosial mendorong pemuda merasa terdorong untuk ikut serta. Persepsi kontrol perilaku meningkat ketika pemuda diberi ruang partisipasi dan tanggung jawab dalam kegiatan, yang memperkuat niat mereka untuk terlibat aktif. Temuan ini menyediakan pemahaman penting bagi komunitas budaya di Indonesia yang ingin meningkatkan keterlibatan generasi muda, dengan pendekatan TPB secara kualitatif. Peneliti menyarankan replikasi model ini di komunitas budaya lain, serta pengembangan strategi komunikasi berbasis nilai dan partisipasi pemuda secara lebih berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Karangjati Nyawiji, Partisipasi Pemuda, Komunikasi Organisasi, *Theory of Planned Behavior*, Komunitas Budaya

## PENDAHULUAN

Perubahan sosial dan budaya akibat globalisasi telah berdampak signifikan terhadap pola partisipasi generasi muda dalam kegiatan pelestarian budaya lokal. Kecenderungan minat pemuda terhadap budaya digital, gaya hidup urban, dan nilai-nilai global menjauhkan mereka dari praktik budaya tradisional di komunitas. Survei nasional yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2023) mencatat bahwa hanya 23,5% pemuda Indonesia yang terlibat dalam kegiatan budaya berbasis komunitas. Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji di Kabupaten Semarang merupakan salah satu contoh yang menggambarkan dinamika sosial budaya yang terjadi di masyarakat pedesaan Indonesia. Sejak didirikan pada tahun 2019, komunitas ini secara aktif berupaya untuk melibatkan pemuda dalam berbagai kegiatan sosial, budaya, dan pelestarian lingkungan, dengan tujuan utama memperkuat nilai-nilai kebersamaan, kearifan lokal, serta melestarikan alam. Melalui kegiatan tahunan, program inklusi sosial, dan inisiatif ramah lingkungan, pemuda di komunitas ini diberikan peran sentral sebagai agen perubahan yang bertanggung jawab menjaga kelestarian budaya serta memajukan lingkungan sekitar. Di tingkat lokal, Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji menghadapi tantangan serupa, di mana dari total 71 anggota yang tercatat, hanya 49 orang (69%) yang tergolong aktif, sementara 22 lainnya kurang aktif atau tidak berpartisipasi. Data ini menunjukkan urgensi strategi komunikasi organisasi yang mampu menjembatani kesenjangan partisipasi dan membangun kembali keterikatan pemuda terhadap budaya lokal.. Fenomena rendahnya partisipasi pada tingkat nasional sebagaimana dilaporkan BPS dan rendahnya partisipasi pada tingkat komunitas menunjukkan pola permasalahan yang konsisten. Keduanya memperlihatkan bahwa generasi muda menghadapi tantangan yang sama dalam mempertahankan kedekatan dengan budaya lokal, sehingga diperlukan strategi komunikasi yang dirancang secara lebih terarah dan berbasis bukti.

Distribusi usia anggota Komunitas Karangjati Nyawiji menunjukkan dominasi kelompok usia produktif, terutama rentang 21–40 tahun (28 orang), yang seharusnya menjadi kekuatan utama dalam pelestarian budaya. Namun demikian, partisipasi aktif belum merata di semua kelompok umur. Keberadaan anggota usia muda ( $\leq 20$  tahun) sebanyak 16 orang menjadi peluang sekaligus tantangan tersendiri, mengingat kelompok ini cenderung lebih terpapar budaya global. Situasi ini menuntut adanya pendekatan komunikasi organisasi yang inklusif, adaptif, dan berbasis pada nilai partisipatif yang sesuai dengan karakter generasi muda. Strategi komunikasi yang mampu memengaruhi

sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku menjadi kunci untuk membangkitkan kembali peran pemuda dalam menjaga identitas budaya. Sejak tahun 2019 hingga 2025, Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji telah menyelenggarakan lebih dari 18 kegiatan yang secara langsung melibatkan pemuda. Kegiatan tersebut beragam, mulai dari Merti Bumi Karangjati, Nyadran Sendang Punden Desa Kali Jaro, hingga Festival Lembah Gana, serta kegiatan sosial lainnya terkait penanggulangan COVID-19, seperti semprot disinfektan lingkungan. Rentetan kegiatan tersebut tercermin dalam Tabel 1, yang menunjukkan bahwa selama tujuh tahun terakhir (2019–2025), komunitas ini telah melaksanakan sedikitnya 18 kegiatan dengan pendanaan yang bersumber dari swadaya komunitas, pendanaan kementerian, serta kolaborasi antar lembaga.

Tabel 1. Rekapitulasi Kegiatan Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji (2019–2025)

No	Tahun	Nama Kegiatan	Jenis Kegiatan	Sumber Pendanaan
1	2019	Merti Bumi Karangjati	Budaya Tradisional	Swadaya anggota Komunitas dan Funding
2	2019	Nyadran Sendang Punden Desa Kali Jaro	Tradisi Rutin Lokal	Swadaya Komunitas
3	2020	Festival Lembah Gana	Budaya & Seni Pertunjukan	Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI
4	2020	Nyadran Sendang Punden Desa Kali Jaro	Tradisi Rutin Lokal	Swadaya Komunitas
5	2020	Semprot Disinfektan Covid-19	Sosial/Kesehatan	Swadaya anggota Komunitas
6	2021	Gelar Budaya Sendang Ndaru	Seni-Budaya	Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI
7	2021	Renovasi Punden Desa	Infrastruktur Sosial	Pemda Kab Semarang & Charity
8	2021	Nyadran Sendang Punden Desa Kali Jaro	Tradisi Rutin Lokal	Swadaya Komunitas
9	2021	Semprot Disinfektan Covid-19	Sosial/Kesehatan	Swadaya anggota Komunitas
10	2022	Rayonan Kuda Lumping Kab Semarang	Seni Tradisional	Swadaya anggota Komunitas dan Funding
11	2022	Merti Bumi Karangjati	Budaya Tradisional	Swadaya anggota Komunitas dan Funding
12	2022	Nyadran Sendang Punden Desa Kali Jaro	Tradisi Rutin Lokal	Swadaya Komunitas
13	2023	Peringatan Hari Disabilitas Internasional	Sosial-Inklusif	Swadaya anggota Komunitas dan Funding
14	2023	Peringatan Hari Air Dunia	Lingkungan	Swadaya Komunitas dan Funding
15	2024	Nyadran Sendang Punden Desa Kali Jaro	Tradisi Rutin Lokal	Swadaya Komunitas
16	2024	Penciptaan Tari Kerakyatan “Senopati Supit Urang”	Seni Inovatif	Balai Pelestari Kebudayaan Wilayah X DIY-Jateng
17	2025	Nyadran Sendang Punden Desa Kali Jaro	Tradisi Rutin Lokal	Swadaya Komunitas
18	2025	Inventory Tari Srimpi karya Raja Surakarta	Dokumentari testual dan digital audio visual	Kementerian Kebudayaan RI

Sumber Data : Arsip internal Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji

Aktivitas ini didanai secara mandiri melalui swadaya komunitas dan dukungan dari berbagai pihak, termasuk Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI serta Balai Pelestari Kebudayaan Wilayah X. Keberlanjutan kegiatan tersebut menunjukkan adanya struktur organisasi komunitas yang cukup kuat dan konsisten. Namun, permasalahan partisipasi pemuda masih menjadi tantangan yang memerlukan intervensi komunikasi berbasis strategi. Oleh karena itu, penting untuk menelaah bagaimana pola komunikasi organisasi di komunitas ini dapat membentuk niat dan perilaku partisipatif, terutama melalui pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB).

Kajian terdahulu oleh Sinambela, Hendrarini, & Marpaung (2025) menegaskan pentingnya komunikasi partisipatif dalam meningkatkan keterlibatan generasi muda di komunitas budaya, meskipun belum secara eksplisit mengintegrasikan kerangka TPB. Meskipun penelitian-penelitian tersebut memberikan dasar teoretis yang kuat, belum ada studi yang secara eksplisit mengintegrasikan kerangka Theory of Planned Behavior dengan strategi komunikasi organisasi dalam konteks komunitas budaya lokal melalui pendekatan kualitatif. Celah inilah yang menjadi dasar perlunya penelitian ini dilakukan. Demikian pula, persepsi kontrol perilaku memiliki peran krusial dalam membentuk perilaku partisipatif, namun belum menjelaskan mekanisme pembentukan persepsi tersebut dalam konteks organisasi komunitas (Hakim, Yunita, Supriyadi, Isbaya, & Ramly, 2021). Celah ini membuka ruang penelitian untuk memahami secara lebih mendalam hubungan antara strategi komunikasi organisasi dan elemen-elemen TPB dalam praktik kebudayaan.

Studi lain dari Baihaqi & Martino (2021) menekankan pada peran figur sentral komunitas dalam membentuk norma subjektif pemuda, namun cenderung mengabaikan struktur komunikasi organisasi secara keseluruhan. Hal ini menyisakan pertanyaan mengenai bagaimana komunikasi internal dan eksternal komunitas berperan dalam proses pembentukan norma tersebut secara berkelanjutan. Penelitian yang mengintegrasikan teori perilaku terencana dengan praktik komunikasi budaya komunitas lokal sangat dibutuhkan, terutama dalam konteks regenerasi pelaku budaya di tengah cepatnya perubahan sosial.

Berdasarkan kondisi tersebut dan celah penelitian yang telah diidentifikasi, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi komunikasi organisasi Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji berperan dalam membentuk sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku pemuda sebagaimana dijelaskan dalam Theory of Planned Behavior? Pertanyaan ini akan menjadi landasan dalam mengkaji hubungan antara pola komunikasi organisasi, pembentukan niat perilaku, dan keterlibatan generasi muda dalam pelestarian budaya lokal secara partisipatif dan berkelanjutan. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya menggabungkan analisis komunikasi organisasi dengan konstruk TPB sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dalam satu kerangka kualitatif deskriptif yang berbasis pada data empiris komunitas budaya di tingkat lokal. Pendekatan ini belum ditemukan dalam penelitian sebelumnya dan menjadi kontribusi utama penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji dalam meningkatkan partisipasi pemuda, dengan menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). Fokus analisis diarahkan pada peran komunikasi organisasi dalam membentuk sikap pemuda terhadap nilai budaya dan toleransi, pengaruh norma komunitas sebagai tekanan sosial, serta persepsi kontrol perilaku yang berkaitan dengan kapasitas pemuda untuk terlibat secara aktif. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoritis dan praktis, antara lain memperkaya kajian tentang komunikasi organisasi berbasis komunitas lokal dalam konteks pelestarian budaya dan pembangunan

nilai toleransi; serta menjadi rujukan strategis bagi komunitas budaya, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang pendekatan komunikasi yang efektif dan partisipatif untuk generasi muda.

Kontribusi utama dari penelitian ini terletak pada pendekatan metodologis yang menggabungkan kerangka Theory of Planned Behavior dengan metode kualitatif deskriptif berbasis data empiris dari komunitas budaya lokal. Pendekatan ini memberikan novelty melalui pemetaan tematik terhadap faktor-faktor psikososial yang memengaruhi keterlibatan pemuda, yang belum banyak dikaji secara mendalam dalam studi-studi sebelumnya. Selain itu, penggunaan data faktual tentang kegiatan komunitas, struktur usia dan keaktifan anggota memperkuat validitas hasil temuan serta memberikan konteks nyata dalam analisis. Penelitian ini juga menawarkan model strategi komunikasi komunitas yang berpotensi direplikasi dan disesuaikan oleh komunitas budaya lain di Indonesia, sebagai bentuk inovasi sosial dalam penguatan kohesi masyarakat multikultural melalui pelibatan generasi muda secara aktif dan berkelanjutan. Dengan demikian, tujuan penelitian ini secara langsung diarahkan untuk mengisi kesenjangan penelitian terdahulu yang belum mengaitkan strategi komunikasi organisasi dengan TPB dalam konteks komunitas budaya lokal.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah proses pertukaran pesan atau informasi yang terjadi antar anggota dalam suatu organisasi yang terdiri dari berbagai unit atau bagian dalam hubungan yang bersifat formal maupun informal (Sumirah, 2021). Proses ini tidak hanya melibatkan penyampaian pesan, tetapi juga interpretasi dan respons dari para anggota organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif. Komunikasi organisasi juga berperan penting untuk mengelola aktivitas dalam organisasi melalui penyampaian instruksi, koordinasi, dan pengawasan yang mempengaruhi efisiensi kerja dan hubungan antar anggota (Morissan, 2024).

Fungsi komunikasi dalam organisasi meliputi fungsi informatif yang bertujuan untuk menyampaikan dan menerima informasi guna mendukung kelancaran aktivitas, fungsi regulatif untuk mempertahankan aturan dan pedoman organisasi, fungsi persuasif untuk mengajak anggota melakukan tugas melalui cara yang halus, serta fungsi integratif yang membantu anggota berkoordinasi dan bekerja sama secara solid (Matondang, Nasution, Annisak, Parapat, & Puspitasari, 2025). Komunikasi organisasi mencakup komunikasi internal di antara anggota dan pimpinan serta komunikasi eksternal yang berfokus pada interaksi organisasi dengan pihak luar, seperti dalam mencari sponsor atau menjalin kerja sama (Silviani, 2020).

Dalam konteks penelitian ini, fungsi-fungsi komunikasi organisasi tersebut memiliki implikasi langsung terhadap konstruk Theory of Planned Behavior (TPB). Komunikasi informatif membantu membentuk **sikap** pemuda melalui penyampaian nilai budaya dan pemaknaan kegiatan komunitas. Komunikasi persuasif berperan dalam membentuk norma subjektif melalui pengaruh sosial dari pengurus, tokoh, dan anggota lain. Sementara itu, komunikasi regulatif dan integratif memperkuat persepsi kontrol perilaku dengan memberikan struktur, dukungan, dan ruang partisipasi yang membuat pemuda merasa mampu dan berdaya untuk terlibat dalam kegiatan komunitas.

### Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior merupakan teori yang digunakan untuk memahami dan memprediksi perilaku manusia berdasarkan niat atau intensi yang dimiliki seseorang (Sartika, 2020). Teori ini menyatakan bahwa niat perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor

utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sikap terhadap perilaku menggambarkan bagaimana seseorang menilai tindakan tertentu, norma subjektif terkait dengan tekanan sosial yang dirasakan individu dari lingkungan sekitar, sementara kontrol perilaku adalah persepsi individu terhadap kemampuannya dalam melaksanakan tindakan tersebut (Gross & Christian, 2017).

Ketiga konstruk utama ini bersama-sama membentuk niat yang menjadi penentu langsung dari perilaku seseorang. Intensi atau niat ini mencerminkan motivasi seseorang untuk melakukan suatu tindakan, yang pada gilirannya akan menentukan apakah perilaku tersebut benar-benar dilakukan atau tidak. TPB banyak digunakan dalam berbagai bidang seperti kesehatan, pemasaran, dan komunikasi untuk mengkaji bagaimana faktor psikologis memengaruhi tindakan individu dalam konteks sosial (Gross, 2017).

Dalam konteks komunitas budaya, ketiga konstruk TPB bekerja secara simultan dalam membentuk niat pemuda untuk terlibat aktif. Sikap positif terhadap nilai budaya mendorong motivasi internal. Norma subjektif dari sesama pemuda dan tokoh komunitas menciptakan tekanan sosial yang konstruktif. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku meningkat ketika organisasi memberi kesempatan, peran, dan dukungan. Hal ini menunjukkan bahwa TPB memberikan kerangka analitis yang tepat untuk memahami bagaimana strategi komunikasi organisasi dapat meningkatkan partisipasi pemuda.

### **Komunikasi Budaya**

Komunikasi budaya adalah proses interaksi yang terjadi antara individu atau kelompok yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Dalam komunikasi ini, unsur budaya seperti nilai, norma, bahasa, dan simbol menjadi sangat penting karena memengaruhi cara pesan disampaikan, diterima, serta dipahami oleh pihak-pihak yang terlibat. Komunikasi budaya tidak hanya melibatkan pertukaran informasi tetapi juga pengelolaan perbedaan budaya agar tercipta hubungan yang harmonis dan pengertian bersama (Nasrulah, 2020). Perbedaan budaya dapat menyebabkan hambatan komunikasi yang meliputi perbedaan bahasa, stereotip, prasangka, dan persepsi yang berbeda terhadap makna pesan. Proses komunikasi budaya menuntut kemampuan adaptasi dan sensitivitas terhadap budaya lain agar pesan yang disampaikan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Sehingga, komunikasi budaya berperan penting dalam membangun toleransi, saling pengertian, dan kerja sama antar kelompok budaya yang beragam (Nigar, Gregorius, Roswita, & Wulan Purnama, 2023).

Dalam penelitian ini, komunikasi budaya memiliki peran langsung dalam pembentukan **sikap** pemuda terhadap nilai budaya lokal. Proses internalisasi nilai, simbol, dan praktik budaya melalui interaksi dalam komunitas memperkuat pemahaman mereka terhadap makna budaya dan toleransi. Ketika pemuda menerima pesan budaya dalam bentuk narasi, ritual, atau ekspresi seni, mereka membangun sikap positif yang menjadi dasar niat berpartisipasi. Dengan demikian, komunikasi budaya menjadi elemen penting yang melengkapi analisis TPB—khususnya dalam menjelaskan bagaimana sikap budaya terbentuk secara sosial dan kolektif.

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena strategi komunitas Budaya Karangjati Nyawiji dalam meningkatkan partisipasi pemuda melalui komunikasi organisasi berbasis Theory of Planned Behavior. Menurut Sugiyono (2021), pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap gejala sosial yang terjadi secara alami melalui pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan analisis yang induktif. Penelitian ini fokus pada penggambaran dan

pemahaman proses komunikasi organisasi yang terjadi di komunitas tersebut serta bagaimana strategi yang diterapkan mampu mempengaruhi sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dari para pemuda sebagai partisipan aktif komunitas.

Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena paling tepat untuk mengungkap makna, pengalaman, dan proses komunikasi secara alami sebagaimana terjadi di lingkungan komunitas. Analisis mendalam seperti ini tidak dapat dicapai melalui metode kuantitatif yang bersifat terstruktur dan terukur. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat memahami bagaimana pemuda membangun makna (sense-making) terhadap nilai budaya, bagaimana mereka merespons pengaruh sosial, serta bagaimana persepsi kontrol perilaku terbentuk dalam praktik komunikasi sehari-hari. Dengan demikian, metode ini mampu menangkap dinamika psikososial yang selaras dengan konstruk TPB dan diperlukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian yang berorientasi pada proses dan pengalaman subjektif.

Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara dan observasi. Wawancara dilaksanakan secara mendalam dengan informan kunci yakni pemuda aktif yang terlibat dalam kegiatan komunitas serta pengurus Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji. Tujuan wawancara adalah menggali pandangan, pengalaman, motivasi, dan persepsi mereka terkait strategi komunikasi yang diterapkan dan dampaknya terhadap partisipasi pemuda. Observasi dilakukan secara partisipatif untuk mengamati aktivitas komunikasi yang berlangsung dalam organisasi. Struktur observasi difokuskan pada interaksi verbal dan nonverbal antara anggota komunitas, pola komunikasi yang terbentuk, dan praktek organisasi yang berjalan. Teknik observasi ini dirancang agar peneliti dapat memperoleh data otentik mengenai suasana, proses, dan mekanisme komunikasi dalam komunitas.

Penggunaan wawancara mendalam dan observasi partisipatif sesuai dengan kebutuhan penelitian karena keduanya memungkinkan peneliti menangkap proses komunikasi secara holistik, termasuk konteks, ekspresi nonverbal, dinamika kelompok, dan pengalaman subjektif informan. Metode ini sejalan dengan konstruksi TPB yang menekankan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku, yang masing-masing hanya dapat dipahami melalui eksplorasi naratif, bukan melalui pengukuran kuantitatif.

Analisis data dalam penelitian ini mengikuti tahapan yang dijelaskan oleh Miles & Huberman (2018) yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data merupakan proses seleksi, pemusatan perhatian, penyederhanaan, dan pengabstrakan data dari hasil wawancara dan observasi sehingga hanya informasi penting yang relevan dengan fokus penelitian yang dipertahankan. Penyajian data dilakukan secara sistematis dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel untuk memudahkan pemahaman pola komunikasi serta strategi yang terbentuk. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengkaji kembali seluruh data yang telah dipadatkan dan disajikan sehingga dapat menghasilkan pemahaman menyeluruh dan valid tentang bagaimana strategi komunitas tersebut meningkatkan partisipasi pemuda melalui Theory of Planned Behavior. Pendekatan analisis seperti yang disarankan Miles & Huberman ini relevan karena memudahkan peneliti mengklasifikasikan temuan ke dalam konstruk TPB sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku sekaligus menggambarkan bagaimana strategi komunikasi organisasi memengaruhi ketiganya secara empiris dan kontekstual.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Secara empiris, temuan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan internal dan penguatan jaringan sosial internal berkontribusi pada pembentukan sikap positif pemuda, pemanfaatan media sosial dan interaksi antarsesama anggota menciptakan norma sosial

yang mendorong keterlibatan, sementara pemberian tanggung jawab dalam kegiatan memperkuat rasa mampu (perceived control) untuk berpartisipasi secara aktif. Strategi komunikasi organisasi komunitas Budaya Karangjati Nyawiji terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi pemuda melalui pendekatan Theory of Planned Behavior. Proses komunikasi yang sistematis membentuk sikap positif dan motivasi pemuda terhadap pelestarian budaya melalui kegiatan pelatihan nilai budaya, pemanfaatan media sosial, serta penguatan jaringan sosial internal. Interaksi yang terjadi tidak hanya sekadar penyampaian informasi, melainkan proses pembentukan makna dan keterikatan emosional yang mendorong niat dan perilaku partisipatif. Norma subjektif yang muncul melalui tekanan sosial konstruktif serta persepsi kontrol perilaku yang tumbuh dari pemberian ruang tanggung jawab membuat pemuda merasa berdaya dan termotivasi untuk aktif berkontribusi dalam berbagai program komunitas.

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara oleh Sekretaris Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji yang mengatakan bahwa *“Kami berusaha melibatkan pemuda dengan memberikan mereka kesempatan untuk memimpin acara dan mengemukakan ide-ide baru sehingga mereka merasa dihargai dan berperan penting dalam komunitas.”* Selanjutnya, Ketua Pemuda Karangjati Nyawiji menyatakan *“Partisipasi saya meningkat karena komunikasi yang terjadi antar anggota sangat terbuka dan saling mendukung, sehingga saya tidak takut untuk aktif dan menyumbangkan tenaga maupun ide.”* Keterbukaan komunikasi ini tidak hanya menciptakan rasa diterima, tetapi juga membangun keyakinan bahwa pemuda memiliki kapasitas nyata untuk memimpin, mengambil keputusan, dan memengaruhi arah kegiatan komunitas—= yang merupakan inti dari persepsi kontrol perilaku dalam kerangka TPB.

Hal ini mempertegas peran komunikasi organisasi yang inklusif dalam membentuk sikap dan persepsi kontrol perilaku, sebab keterbukaan dalam berkomunikasi menciptakan suasana aman bagi pemuda untuk menyalurkan aspirasinya tanpa rasa takut dihakimi, membangun rasa saling percaya antar anggota, serta menumbuhkan keyakinan bahwa kontribusi mereka benar-benar diakui dalam komunitas.

Pengurus Humas Komunitas menjelaskan bahwa strategi komunikasi menggunakan media sosial sebagai sarana efektif menyebarkan informasi dan mengajak pemuda berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan budaya. Ia mengungkapkan *“Media sosial kami gunakan untuk mendekatkan budaya pada pemuda, menjadikan nilai-nilai budaya terasa relevan dan dekat dengan keseharian mereka, bukan sesuatu yang kuno dan jauh.”* Dengan demikian, pemanfaatan media sosial tidak hanya mengubah cara informasi budaya disebarkan, tetapi juga membentuk sikap positif pemuda karena mereka melihat budaya sebagai bagian dari identitas dan gaya hidup, sekaligus menumbuhkan norma baru bahwa menghadiri dan mendukung kegiatan budaya adalah sesuatu yang wajar dan diharapkan dalam lingkungan pergaulan mereka.

Penggunaan media modern dalam komunikasi budaya menunjukkan bagaimana adaptasi sarana informasi mampu menjangkau kelompok usia muda secara lebih tepat, menghadirkan budaya dalam format yang mudah diterima generasi digital, serta menumbuhkan norma sosial baru yang mendorong keterlibatan aktif karena mereka merasa bahwa tradisi tidak terputus dari realitas kehidupan sehari-hari.

Pemuda aktif yang diwawancarai menyampaikan bahwa eksistensi komunikasi antar anggota, termasuk melalui diskusi dan kegiatan bersama, menumbuhkan norma sosial yang mendorong mereka untuk turut serta. Seorang anggota pemuda menyampaikan *“Rasa tanggung jawab kami sebagai generasi penerus budaya makin kuat karena ada dorongan dari teman-teman dan pimpinan yang selalu mengingatkan kita pentingnya ikut menjaga tradisi.”*

Aspek penguatan norma subjektif melalui interaksi sosial memantapkan niat dan komitmen mereka dalam aktivitas komunitas, sebab dukungan kelompok sebaya dan arahan tokoh komunitas berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial yang menekankan kewajiban moral, memperkuat kesadaran kolektif, serta menegaskan bahwa keterlibatan bukan hanya pilihan pribadi melainkan juga bagian dari tanggung jawab bersama untuk melestarikan warisan budaya. Dalam konteks TPB, tekanan sosial konstruktif dari teman sebaya dan tokoh komunitas tersebut berfungsi sebagai norma subjektif yang kuat, karena pemuda merasakan bahwa orang-orang yang penting bagi mereka mengharapkan keterlibatan aktif dalam pelestarian budaya.

Hal ini menegaskan hubungan kontrol perilaku yang dirasakan dengan keaktifan pemuda di komunitas, sebab kesempatan untuk mengambil keputusan memberi pengalaman nyata dalam mengelola kegiatan, melatih kemandirian berpikir, menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap program yang dijalankan, serta memperkuat keyakinan bahwa kontribusi mereka memiliki dampak nyata terhadap keberlangsungan komunitas.

Hasil observasi partisipatif mendukung temuan wawancara, menunjukkan bahwa komunikasi berlangsung secara interaktif dan partisipatoris. Observasi memotret suasana organisasi yang cair dan terbuka dengan komunikasi lintas generasi, pengaturan peran yang jelas, serta aktivitas yang memfasilitasi pertukaran gagasan dan kolaborasi. Aktivitas rutin seperti rapat anggota, pelatihan seni, serta koordinasi penggunaan media sosial menciptakan lingkungan komunikasi yang mendukung pembentukan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Observasi tersebut mengonfirmasi bahwa strategi komunikasi dalam komunitas ini berjalan efektif sebagai sarana meningkatkan partisipasi pemuda secara konsisten dan berkelanjutan. Temuan observasi ini juga menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku pemuda tidak terbentuk secara terpisah, tetapi saling menguatkan melalui pola komunikasi rutin yang terstruktur dan partisipatif.

## **Pembahasan**

Strategi komunikasi organisasi yang diterapkan komunitas Budaya Karangjati Nyawiji menunjukkan keterkaitan erat dengan konstruk sikap dalam *Theory of Planned Behavior*. Sikap positif pemuda terhadap pelestarian budaya terbentuk melalui komunikasi yang menekankan nilai, makna, serta relevansi budaya dengan kehidupan mereka sehari-hari. Proses komunikasi yang sistematis tidak hanya memindahkan informasi, melainkan juga menginternalisasi pesan budaya sehingga menumbuhkan apresiasi dan motivasi intrinsik. Sejalan dengan pandangan Gross dan Christian (2017), sikap individu terhadap perilaku akan menentukan bagaimana seseorang menilai tindakan tersebut, dan dalam konteks ini, sikap positif mendorong niat kuat untuk terlibat aktif dalam kegiatan komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pesan-pesan organisasi dirancang untuk menonjolkan relevansi budaya dengan kehidupan sehari-hari, pemuda tidak lagi melihat kegiatan budaya sebagai beban atau kewajiban seremonial, melainkan sebagai aktivitas yang bernilai dan memuaskan. Perubahan cara pandang inilah yang menjelaskan terbentuknya sikap positif yang stabil terhadap partisipasi dalam kegiatan komunitas.

Norma subjektif juga terbukti memainkan peran besar dalam partisipasi pemuda. Lingkungan sosial yang dibangun melalui interaksi terbuka, diskusi, serta kegiatan bersama menghadirkan tekanan sosial konstruktif. Dorongan dari teman sebaya maupun figur komunitas menumbuhkan kewajiban moral untuk ikut serta dalam melestarikan budaya. Menurut Gross (2017), norma subjektif mencerminkan sejauh mana individu merasa bahwa orang-orang penting dalam kehidupannya mengharapkan suatu perilaku tertentu. Hal ini terlihat jelas pada komunitas, di mana pemuda merasa partisipasi mereka tidak hanya sekadar pilihan, melainkan tanggung jawab kolektif yang diharapkan oleh lingkungannya.

Kontrol perilaku yang dirasakan juga mendapat penguatan melalui strategi komunikasi organisasi. Pemberian ruang bagi pemuda untuk mengambil keputusan, memimpin kegiatan, serta mengelola program secara mandiri menumbuhkan keyakinan akan kemampuan mereka. Gross dan Christian (2017) menyatakan bahwa kontrol perilaku adalah persepsi individu terhadap kapasitas dirinya untuk melakukan tindakan tertentu. Dalam praktiknya, ketika pemuda diberi kepercayaan dan pengalaman langsung, mereka merasakan kompetensi yang lebih tinggi, yang kemudian memperbesar kemungkinan perilaku partisipatif benar-benar dilakukan. Komunikasi organisasi berperan sebagai medium yang mengklarifikasi peran, membagi tugas secara proporsional, dan memberikan umpan balik terhadap kinerja pemuda. Kombinasi kejelasan peran dan apresiasi ini mengurangi rasa ragu atau takut salah, sehingga persepsi kontrol perilaku meningkat bukan hanya karena “kesempatan diberi”, tetapi juga karena pemuda merasa mampu memenuhi ekspektasi tersebut.

Integrasi antara sikap positif, norma subjektif yang kuat, dan kontrol perilaku yang dirasakan menghasilkan niat yang konsisten untuk berpartisipasi. Teori yang dikemukakan oleh Gross (2017) menjelaskan bahwa niat adalah faktor penentu langsung dari perilaku seseorang, sebab niat mencerminkan motivasi untuk bertindak. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa komunikasi organisasi membangun motivasi kolektif pemuda, menjadikan partisipasi sebagai tindakan yang didasari niat kuat, bukan sekadar keterlibatan pasif. Proses ini menjelaskan mengapa partisipasi pemuda dalam komunitas tidak hanya terjadi sesaat, melainkan berkelanjutan. Dengan demikian, strategi komunikasi organisasi dapat dipahami sebagai faktor penghubung yang mengintegrasikan ketiga konstruk TPB sekaligus, sehingga tidak hanya memicu partisipasi jangka pendek, tetapi juga mendukung keberlanjutan keterlibatan pemuda.

Adaptasi media sosial sebagai sarana komunikasi juga memperkuat implementasi TPB dalam konteks komunitas budaya. Pesan yang disampaikan melalui platform digital membuat nilai-nilai budaya terasa relevan, modern, dan sesuai dengan identitas generasi muda. Hal ini memperkuat sikap positif karena budaya dipersepsikan sebagai bagian dari gaya hidup mereka, bukan sekadar warisan masa lalu. Di saat yang sama, media sosial menciptakan norma baru berupa kebiasaan kolektif untuk berbagi, mendukung, dan menghadiri kegiatan budaya. Perkembangan ini memperlihatkan bagaimana faktor psikologis dan sosial dalam teori TPB dapat dipengaruhi oleh pemanfaatan teknologi komunikasi yang tepat.

Hal ini sejalan dengan temuan Asri (2022) yang menekankan aspek pemahaman pesan, penerimaan, motivasi tindakan, dan pemberian penghargaan. Kedua hasil tersebut menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, melainkan juga menekankan kualitas interaksi yang membuat komunikan merasa dihargai. Perbedaan terletak pada konteks, di mana penelitian Asri berfokus pada pegawai dalam organisasi formal, sedangkan penelitian ini membuktikan efektivitas strategi serupa dalam ruang komunitas budaya, khususnya pada pemuda.

Keterlibatan pemuda Karangjati Nyawiji dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan budaya memiliki kesesuaian dengan hasil Dabitha S & Juariyah (2023) yang menyoroti peran pemuda karang taruna dalam pelestarian tradisi Puter Kayun. Kedua penelitian menunjukkan bahwa pemuda tidak sekadar menjadi peserta pasif, tetapi turut terlibat dalam setiap tahapan proses organisasi. Namun, penelitian sebelumnya menekankan adanya hambatan komunikasi seperti kurang responsif dan miss communication, sedangkan penelitian ini justru memperlihatkan komunikasi yang lebih terbuka, cair, dan efektif sehingga hambatan dapat diminimalisir.

Pemanfaatan media sosial oleh komunitas Karangjati Nyawiji untuk menjangkau generasi muda memiliki keterhubungan dengan penelitian Fridayani P (2022) yang menekankan strategi komunikasi KEMENDIKBUD-RISTEK melalui perencanaan, manajemen, dan pelaksanaan komunikasi. Kedua penelitian memperlihatkan bagaimana perencanaan pesan, pemilihan saluran komunikasi, serta pengelolaan informasi menjadi kunci dalam menarik perhatian pemuda. Persamaan terletak pada penggunaan media modern sebagai sarana edukatif dan persuasif, sementara perbedaan terdapat pada skala, di mana penelitian Fridayani berfokus pada kebijakan nasional, sedangkan penelitian ini berada pada level komunitas lokal.

Konsep partisipasi pemuda sebagai aktor utama dalam komunitas Karangjati Nyawiji juga sejalan dengan penelitian Lestari (2016) mengenai partisipasi pemuda dalam pengelolaan desa wisata berbasis komunitas. Keduanya menekankan bahwa keterlibatan generasi muda bukan hanya berkontribusi pada keberhasilan program, tetapi juga memperkuat ketahanan sosial budaya wilayah. Penelitian ini memperlihatkan bahwa komunikasi organisasi yang partisipatif mampu menumbuhkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab moral, sementara penelitian Lestari menunjukkan bahwa partisipasi pemuda berkontribusi pada prinsip kemitraan, kemandirian, dan perlindungan nilai lokal. Pemanfaatan media komunikasi dalam penelitian ini juga berhubungan dengan temuan Ramadhani & Prihantoro (2020) serta Solihat & Nursanti (2019) yang menekankan strategi berbasis media, desain instruksional, dan partisipatif untuk mendorong keterlibatan masyarakat. Komunitas Karangjati Nyawiji menggunakan media sosial untuk menghubungkan nilai budaya dengan kehidupan pemuda sehari-hari, serupa dengan strategi pemerintah daerah Bojonegoro yang menggunakan media dalam mendukung SDGs, serta strategi Disdukcapil Karawang yang menggunakan WhatsApp group untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Kesamaan tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan media komunikasi modern menjadi faktor yang efektif untuk menjangkau target audiens yang lebih spesifik, baik di bidang pelayanan publik maupun pelestarian budaya.

## **PENUTUP**

Kesimpulannya, strategi komunikasi organisasi Komunitas Budaya Karangjati Nyawiji berhasil mengintegrasikan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku sebagaimana dijelaskan dalam Theory of Planned Behavior (TPB) untuk meningkatkan partisipasi pemuda. Pendekatan yang digunakan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memperkuat nilai budaya, membentuk ekspektasi sosial, dan menyediakan ruang aktualisasi generasi muda. Strategi ini memberi implikasi bagi komunitas budaya lain untuk mereplikasi pola serupa dengan menyesuaikan konteks sosial budaya lokal, meski keterbatasan penelitian pada satu komunitas membuat generalisasi hasil masih perlu diuji melalui kajian lintas daerah dan metode campuran guna memperkuat validitas temuan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Asri, I. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Semangat Kerja Pegawai Pusdiklat Tenaga Administrasi Kementerian Agama RI. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3).
- Baihaqi, A., & Martino, R. (2021). Efek Komunikasi dalam Organisasi Karang Taruna. *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(01), 54. <https://doi.org/10.30739/jdariscomb.v1i01.802>

- Dabitha S, A., & Juariyah, J. (2023). Peran Komunikasi Organisasi Karang Taruna dalam Melestarikan Tradisi Puter Kayun di Desa Boyolangu Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(2).
- Fridayani P, S. (2022). Strategi Komunikasi Program KBKM 2021 dalam Upaya Pemajuan Kebudayaan oleh KEMDIKBUD-RISTEK. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 3(2).
- Gross, M. (2017). *Planned Behavior: The Relationship Between Human Thought and Action*. Oxfordshire: Taylor & Francis.
- Gross, M., & Christian, J. (2017). *Planned Behavior: The Relationship Between Human Thought and Action*. New York: Taylor & Francis.
- Hakim, F. B., Yunita, P. E., Supriyadi, D., Isbaya, I., & Ramly, A. T. (2021). Persepsi, Pengambilan Keputusan, Konsep diri dan Value. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 1(3). <https://doi.org/10.32832/djip-uika.v1i3.3972>
- Lestari, G.-. (2016). Partisipasi Pemuda Dalam Mengembangkan Pariwisata Berbasis Masyarakat Untuk Meningkatkan Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Pentingsari, Umbulharjo, Cangkringan, Sleman, D.I. Yogyakarta). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 22(2).
- Matondang, A. H., Nasution, F. H., Annisak, F., Parapat, K. M., & Puspitasari, P. (2025). Komunikasi dalam Organisasi Pendidikan. *Education Achievement: Journal of Science and Research*, 159–164. <https://doi.org/10.51178/jsr.v6i1.2266>
- Miles, & Huberman. (2018). *Qualitative Data Analysis*. United States: SAGE Publication.
- Morissan. (2024). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Nasrulah, R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nigar, P., Gregorius, G. S., Roswita, O., & Wulan Purnama, S. (2023). *Budaya Pop: Komunikasi dan Masyarakat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ramadhani, R. W., & Prihantoro, E.-. (2020). Strategi Komunikasi Pembangunan Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam Menerapkan Nawacita dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(02).
- Sartika, D. (2020). Melihat Attitude and Behavior Manusia Lewat Analisis Teori Planned Behavioral. *JIGC (Journal of Islamic Guidance and Counseling)*, 4(1), 51–70. <https://doi.org/10.30631/jigc.v4i1.40>
- Silviani, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sinambela, L., Hendrarini, D., & Marpaung, A. H. (2025). Penguatan Identitas Budaya Terhadap Pemuda Indonesia Melalui Komunikasi Partisipatif Program Perintis Ngo Ibeka. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 269–281. <https://doi.org/10.21009/COMM.033.06>
- Solihat, Y., & Nursanti, S. (2019). Strategi Komunikasi Peningkatan Pelayanan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Karawang. *Jurnal Politikom Indonesiana*, 4(1).

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumirah, R. R. D. P. A. (2021, December 18). *Kelompok Kerja Dan Komunikasi Dalam Organisasi*. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/b9zh5>