

## **Jejak Niskala: Kampanye Budaya untuk Mengenalkan Kembali Urban Legend kepada Generasi Muda**

\* Winda Dwi Klarisa<sup>1</sup>, Nasywa Faridatussalima<sup>2</sup>, Risma Novita<sup>3</sup>, Izzatunnisa Isnaeni<sup>4</sup>, Diana Kartika Sari<sup>5</sup>, Nadya Arin Vellycia<sup>6</sup>, Qonita Rohadathul Aisysaptiyadi<sup>7</sup>

Universitas Semarang, Indonesia

windadwiklarisa0306@gmail.com<sup>1</sup>, nasywafarida22@gmail.com<sup>2</sup>, r.novitaa110@gmail.com<sup>3</sup>, izzatunnis23@gmail.com<sup>4</sup>, dianakartika069@gmail.com<sup>5</sup>, nadyaarinv@gmail.com<sup>6</sup>, qonitatata87@gmail.com<sup>7</sup>

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola masyarakat dalam memperoleh informasi sehingga budaya lisan, seperti urban legend, mitos, dan cerita rakyat, semakin kurang dikenal oleh generasi muda. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi upaya pelestarian budaya lokal yang memerlukan pendekatan inovatif dan relevan dengan perkembangan zaman. Artikel ini bertujuan mendeskripsikan pelaksanaan kampanye budaya Jejak Niskala sebagai media untuk mengenalkan kembali urban legend kepada generasi muda sekaligus meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya pelestarian budaya lokal. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan partisipatif melalui tiga tahapan kegiatan, yaitu kampanye digital melalui media sosial Instagram dan TikTok, promosi langsung kepada masyarakat, serta penyelenggaraan acara puncak yang meliputi sesi storytelling, pameran budaya, dan permainan interaktif. Evaluasi dilakukan melalui observasi selama kegiatan, dokumentasi, serta respons peserta terhadap seluruh rangkaian program. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital yang dipadukan dengan interaksi langsung mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dan menarik minat generasi muda untuk mengenal kembali urban legend sebagai bagian dari warisan budaya lokal. Antusiasme peserta selama kampanye maupun acara puncak menunjukkan bahwa penyampaian budaya dengan konsep yang edukatif, kreatif, dan interaktif lebih mudah diterima oleh generasi muda. Dengan demikian, Jejak Niskala membuktikan bahwa kolaborasi antara media digital dan aktivitas partisipatif dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pelestarian budaya lokal di era digital.

Kata Kunci: : Jejak Niskala, Kampanye Budaya, Media Digital, Pelestarian Budaya Lokal, Urban Legend

### **PENDAHULUAN**

Budaya lisan merupakan bagian dari warisan budaya yang memiliki peran penting dalam membentuk identitas masyarakat. Melalui budaya lisan, berbagai nilai, norma, kepercayaan, pengalaman, serta sejarah diwariskan dari satu generasi ke generasi selanjutnya. Mitos dan urban legend tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga mengandung pesan moral serta mencerminkan cara pandang masyarakat terhadap kehidupan. Di Indonesia, setiap daerah memiliki cerita rakyat dan urban legend yang berkembang sesuai dengan karakteristik budaya, lingkungan, serta kepercayaan masyarakat setempat. Keberagaman tersebut menjadi kekayaan budaya yang perlu dijaga karena tidak hanya merekam sejarah dan nilai-nilai kehidupan masyarakat, tetapi juga menjadi bagian dari identitas lokal yang membedakan satu daerah dengan daerah lainnya. Namun, perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh, mengakses, dan membagikan informasi. Arus informasi yang semakin cepat membuat generasi muda lebih banyak mengonsumsi konten hiburan dan budaya populer melalui media digital dibandingkan mengenal cerita rakyat atau urban legend dari daerahnya sendiri. Kondisi tersebut menyebabkan budaya lisan mulai kurang dikenal dan semakin jarang diwariskan dalam kehidupan sehari-hari. Apabila kondisi ini terus berlangsung tanpa adanya sebuah upaya pelestarian yang berkelanjutan, berbagai cerita yang selama ini diwariskan secara turun-temurun dikhawatirkan akan semakin terlupakan oleh generasi selanjutnya. Oleh sebab itu, diperlukan pendekatan pelestarian budaya yang mampu mengikuti perkembangan zaman tanpa menghilangkan sebuah nilai-nilai yang terkandung di

dalamnya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu memanfaatkan media digital sebagai sarana edukasi dan kampanye budaya sehingga informasi mengenai budaya lokal dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda (Fadhilarsi & Rahmanto, 2021; Wibawa & Awaliah, 2022).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola masyarakat dalam memperoleh, mengakses, dan menyebarkan informasi. Kehadiran internet serta media sosial memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh berbagai informasi secara cepat dan luas. Di sisi lain, perubahan tersebut juga membawa tantangan terhadap pelestarian budaya lokal. Generasi muda sebagai kelompok pengguna media digital terbesar cenderung lebih akrab dengan budaya populer global dibandingkan budaya lokal yang berasal dari lingkungan sekitarnya (Silalahi & Kusumo, 2023). Kondisi tersebut menyebabkan berbagai bentuk budaya lisan, termasuk urban legend, mulai kehilangan ruang dalam kehidupan masyarakat karena semakin jarang diperkenalkan dan diwariskan kepada generasi berikutnya (Zahrani et al., 2025). Rendahnya ketertarikan generasi muda terhadap budaya lokal menjadi perhatian berbagai pihak karena berpotensi mengurangi keberlangsungan warisan budaya. Padahal, generasi muda memiliki peran strategis sebagai penerus yang akan menjaga, mengembangkan, dan memperkenalkan kembali budaya kepada masyarakat luas. Oleh sebab itu, upaya pelestarian budaya tidak lagi dapat dilakukan melalui cara-cara konvensional, tetapi perlu menyesuaikan karakteristik masyarakat modern yang dekat dengan teknologi digital. Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi dinilai mampu menjadi sarana edukasi budaya yang lebih efektif karena memiliki jangkauan luas, bersifat interaktif, dan sesuai dengan kebiasaan generasi muda dalam mengonsumsi informasi (Wibawa & Awaliah, 2022; Sirait et al., 2025).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media digital memiliki kontribusi positif terhadap pelestarian budaya lokal apabila dimanfaatkan secara kreatif dan berkelanjutan. Integrasi teknologi dengan konten budaya memungkinkan masyarakat memperoleh informasi budaya secara lebih menarik melalui visual, audio, maupun media interaktif (Nua et al., 2025; Candra, 2025). Selain itu, penyampaian budaya melalui konsep edukatif dan partisipatif mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dibandingkan penyampaian informasi secara satu arah (Widyastiteningrum & Herdiani, 2023). Hal tersebut menunjukkan bahwa inovasi dalam strategi komunikasi budaya menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan eksistensi budaya lokal di tengah arus globalisasi. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak membahas pemanfaatan media digital sebagai sarana pelestarian budaya secara umum. Kajian mengenai implementasi kampanye budaya yang secara khusus mengangkat tema urban legend sebagai media edukasi budaya masih relatif terbatas. Padahal, urban legend merupakan bagian dari budaya lisan yang berkembang di masyarakat dan mengandung nilai historis, sosial, serta kearifan lokal yang layak dikenalkan kembali kepada generasi muda. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pendekatan yang tidak hanya memanfaatkan media digital sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga mampu menghadirkan pengalaman budaya secara langsung melalui keterlibatan aktif masyarakat.

Sebagai bentuk implementasi dari upaya tersebut, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Semarang menyelenggarakan kampanye budaya bertajuk Jejak Niskala. Kampanye ini dirancang sebagai media edukasi budaya yang mengangkat tema urban legend dan mitos lokal melalui perpaduan antara komunikasi digital dan kegiatan luring. Rangkaian kegiatan meliputi kampanye melalui media sosial Instagram dan TikTok, promosi langsung kepada masyarakat, serta penyelenggaraan acara puncak yang menghadirkan sesi storytelling, pameran budaya, dan permainan interaktif. Pendekatan tersebut bertujuan menciptakan pengalaman belajar yang lebih menarik sehingga peserta tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga dapat berinteraksi secara langsung dengan materi budaya yang disampaikan. Jejak Niskala tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi mengenai urban legend, tetapi juga sebagai ruang partisipasi masyarakat dalam mengenal, mendiskusikan, serta berbagi pengalaman mengenai cerita-cerita yang berkembang di lingkungan mereka. Keterlibatan peserta dalam setiap rangkaian kegiatan diharapkan mampu meningkatkan pemahaman bahwa urban legend bukan sekadar cerita hiburan, melainkan bagian dari warisan budaya yang mengandung nilai sosial, sejarah, dan identitas

masyarakat. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi salah satu bentuk inovasi komunikasi budaya yang memadukan unsur edukasi, hiburan, dan partisipasi masyarakat dalam satu rangkaian program.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan kampanye budaya Jejak Niskala serta menganalisis peran kampanye digital dan kegiatan partisipatif dalam mengenalkan kembali urban legend kepada generasi muda sebagai bagian dari upaya pelestarian budaya lokal. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan program pelestarian budaya yang memanfaatkan media digital dan komunikasi partisipatif sehingga budaya lokal tetap relevan dan mampu menjangkau masyarakat luas di era digital.

## METODE

### Pendekatan Kegiatan

Kegiatan Jejak Niskala menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan partisipatif. Metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan seluruh proses pelaksanaan kampanye budaya sekaligus menggambarkan keterlibatan masyarakat dalam upaya mengenalkan kembali urban legend sebagai bagian dari warisan budaya lokal. Pendekatan partisipatif dipilih karena kegiatan tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga melibatkan peserta secara aktif melalui berbagai aktivitas edukatif dan interaktif. Pelaksanaan kegiatan mengombinasikan media digital dan komunikasi langsung agar penyampaian pesan budaya dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas. Melalui pendekatan tersebut diharapkan peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai urban legend, tetapi juga memiliki pengalaman langsung yang mampu meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya lokal.

### Lokasi dan Sasaran Kegiatan

Jejak Niskala diselenggarakan oleh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang. Sasaran utama kegiatan adalah mahasiswa dan masyarakat umum, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media digital sebagai sumber informasi dan media komunikasi. Pemilihan sasaran tersebut didasarkan pada rendahnya minat generasi muda terhadap budaya lisan di tengah pesatnya perkembangan media digital. Oleh karena itu, kegiatan dirancang menggunakan media komunikasi yang dekat dengan kehidupan mereka sehingga penyampaian pesan budaya menjadi lebih efektif dan mudah diterima.

### Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan Jejak Niskala dilakukan melalui tiga tahapan utama yang saling berkaitan, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Rangkaian kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1.

**Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Jejak Niskala**



Tahapan pelaksanaan kegiatan dijelaskan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Jejak Niskala**

<b>Tahapan</b>	<b>Uraian Kegiatan</b>
Perencanaan	Menentukan tema kegiatan, menyusun konsep kampanye, membagi tugas panitia, menyusun media promosi, serta menyiapkan kebutuhan teknis acara.
Kampanye Digital	Publikasi poster digital, video teaser, konten edukasi, serta penyebaran informasi melalui Instagram dan TikTok untuk meningkatkan jangkauan audiens.
Promosi Langsung	Sosialisasi kepada mahasiswa dan masyarakat mengenai tujuan kegiatan serta ajakan untuk berpartisipasi dalam acara Jejak Niskala.
Pelaksanaan Acara	Registrasi peserta, pembukaan, storytelling bertema urban legend, pameran budaya, permainan interaktif, dan sesi dokumentasi.
Evaluasi	Observasi jalannya kegiatan, dokumentasi foto dan video, pencatatan respons peserta, serta evaluasi pelaksanaan sebagai bahan perbaikan program berikutnya.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Data pada artikel ini diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan pencatatan respons peserta selama kegiatan berlangsung. Observasi dilakukan untuk mengetahui tingkat partisipasi peserta pada setiap rangkaian kegiatan, mulai dari kampanye digital hingga acara puncak. Dokumentasi berupa foto, video, dan arsip media sosial digunakan sebagai bukti pelaksanaan kegiatan sekaligus sebagai bahan evaluasi. Selain itu, tanggapan peserta selama sesi diskusi, permainan interaktif, maupun interaksi pada media sosial digunakan sebagai data pendukung untuk melihat efektivitas kampanye budaya yang telah dilaksanakan.

#### **Teknik Analisis Data**

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan dengan mendeskripsikan seluruh tahapan pelaksanaan kegiatan, tingkat partisipasi peserta, serta hasil yang diperoleh selama program berlangsung. Selanjutnya, hasil observasi dan dokumentasi dibandingkan dengan tujuan kegiatan untuk mengetahui efektivitas kampanye budaya Jejak Niskala dalam meningkatkan pemahaman dan ketertarikan urban legend sebagai bagian dari warisan bakan generasi muda terhadap budaya lokal. Hasil analisis kemudian disajikan secara naratif pada bagian hasil dan pembahasan sehingga dapat memberikan gambaran mengenai proses pelaksanaan, dampak kegiatan, serta evaluasi program sebagai rekomendasi bagi pelaksanaan kegiatan serupa pada masa mendatang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Kampanye Digital Jejak Niskala**

Kampanye digital Jejak Niskala bertujuan memperkenalkan kembali legenda dan mitos urban sebagai bagian dari budaya lisan kepada generasi muda. Kampanye ini memanfaatkan media digital sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan cara masyarakat mengakses dan membagikan informasi di era modern (Wibawa & Awaliah, 2022). Penggunaan media sosial menjadi strategi utama karena generasi muda saat ini lebih dekat dengan platform digital dibandingkan media konvensional.

Pelaksanaan kampanye dilakukan melalui platform Instagram dan TikTok dengan penyebaran konten berupa poster promosi, video promosi, konten edukasi mengenai urban legend, infografis, serta konten dokumentasi acara kegiatan. Selama periode 29 Mei hingga 27 Juni 2026, akun Instagram Jejak Niskala berhasil mengunggah 39 postingan dengan total 55,5 ribu tayangan, sedangkan selama periode 31 Mei hingga 27 Juni 2026, akun TikTok Jejak Niskala berhasil mengunggah 22 postingan dengan total 13,1 ribu tayangan, menunjukkan jangkauan audiens yang cukup luas dan efektivitas media sosial dalam menyebarkan pesan kampanye.

Poster promosi digunakan untuk memperkenalkan tema, tujuan, jadwal, dan rangkaian kegiatan dengan memanfaatkan unsur visual bernuansa misteri dan budaya agar menarik perhatian audiens. Selain itu, video edukasi dipublikasikan secara bertahap untuk membangun rasa penasaran sekaligus meningkatkan antusiasme calon peserta terhadap kegiatan utama. Konten edukasi yang disampaikan dikemas menggunakan bahasa sederhana dan visual menarik agar mudah dipahami oleh target audiens, khususnya mahasiswa dan generasi muda.

Interaksi digital menjadi salah satu indikator keberhasilan kampanye. Tingginya jumlah tayangan, interaksi berupa komentar, serta keterlibatan pengguna dalam fitur interaktif menunjukkan bahwa pendekatan digital efektif dalam meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya pelestarian budaya lisan. Kampanye ini membuktikan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana pelestarian budaya lokal di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat.

### **Promosi Langsung Kepada Masyarakat**

Setelah tahap kampanye digital, kegiatan dilanjutkan dengan promosi langsung kepada masyarakat sebagai upaya memperkuat penyebaran informasi melalui komunikasi tatap muka. Kegiatan ini bertujuan menjelaskan secara langsung konsep Jejak Niskala sekaligus mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam pelestarian budaya lisan melalui pendekatan yang lebih personal dan interaktif (Silalahi & Kusumo, 2023).

Promosi dilakukan kepada mahasiswa dan masyarakat umum dengan penjelasan mengenai pentingnya menjaga cerita rakyat, legenda, serta urban legend sebagai bagian dari identitas budaya Indonesia. Melalui interaksi langsung, masyarakat diberikan kesempatan untuk memahami bahwa cerita-cerita tersebut tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga memiliki nilai sosial, historis, dan edukatif.

Respons masyarakat terhadap kegiatan promosi menunjukkan hasil positif. Banyak peserta menunjukkan ketertarikan terhadap tema urban legend karena dianggap dekat dengan kehidupan sehari-hari. Beberapa peserta juga membagikan pengalaman pribadi terkait cerita-cerita mistis yang pernah mereka dengar di lingkungan sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa budaya lisan masih hidup di tengah masyarakat meskipun pola penyebarannya telah berubah akibat perkembangan teknologi komunikasi.

Kombinasi promosi digital dan promosi langsung dinilai efektif karena mampu menjangkau kelompok masyarakat yang aktif menggunakan media sosial maupun yang kurang terpapar platform digital. Strategi ini memperluas jangkauan penyebaran pesan sekaligus meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya pelestarian budaya lokal

### **Pelaksanaan Acara Puncak Jejak Niskala**

Acara puncak Jejak Niskala menjadi tahap utama dalam keseluruhan rangkaian kegiatan. Kegiatan dilaksanakan dalam dua momentum berbeda, yaitu pada 7 Juni 2026 di CFD Simpang Lima Semarang serta 21 Juni 2026 pada rangkaian Dies Natalis ke-39 Universitas Semarang (USM). Pemilihan dua lokasi tersebut bertujuan menjangkau masyarakat umum sekaligus lingkungan akademik sebagai target utama generasi muda. Rangkaian acara dimulai dengan registrasi peserta, pembukaan, serta penjelasan mengenai tujuan kegiatan dan pentingnya pelestarian budaya lisan di era digital. Salah satu kegiatan utama adalah sesi storytelling yang menyampaikan berbagai kisah urban legend dan mitos lokal sebagai bentuk edukasi budaya yang dikemas secara menarik dan komunikatif. Metode ini dipilih karena mampu menghadirkan pengalaman belajar yang lebih interaktif dibandingkan penyampaian materi satu arah.

Selain sesi storytelling, kegiatan juga menghadirkan booth pameran budaya yang menampilkan informasi visual mengenai berbagai urban legend dan cerita rakyat. Untuk meningkatkan keterlibatan peserta, panitia menyediakan permainan interaktif bertema budaya yang mendorong peserta berpartisipasi aktif sambil belajar mengenai warisan budaya lokal. Respons peserta selama acara menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi. Peserta aktif mengajukan pertanyaan selama sesi diskusi, menunjukkan perhatian besar terhadap materi yang disampaikan. Pada sesi storytelling, peserta terlihat fokus mengikuti alur cerita dan memberikan respons positif terhadap konsep acara. Suasana semakin ramai ketika sesi permainan berlangsung, di mana peserta menunjukkan semangat kompetitif sekaligus menikmati proses belajar budaya secara menyenangkan. Antusiasme peserta membuktikan bahwa penyampaian budaya melalui pendekatan kreatif, interaktif, dan dekat dengan kebiasaan generasi muda mampu meningkatkan ketertarikan terhadap budaya lokal yang sebelumnya dianggap kurang relevan.

### **Dampak Kegiatan terhadap Pelestarian Budaya Lokal**

Antusiasme peserta membuktikan bahwa penyampaian budaya melalui pendekatan kreatif, interaktif, dan dekat dengan kebiasaan generasi muda mampu meningkatkan ketertarikan terhadap budaya lokal yang sebelumnya dianggap kurang relevan. Kegiatan ini juga berhasil menarik perhatian generasi muda yang sebelumnya kurang tertarik terhadap budaya tradisional. Tingginya keterlibatan peserta dalam sesi diskusi, storytelling, maupun permainan interaktif menunjukkan bahwa budaya lokal tetap relevan apabila dikemas melalui pendekatan kreatif yang sesuai dengan perkembangan zaman. Pemanfaatan media digital melalui Instagram dan TikTok juga memperluas jangkauan edukasi budaya kepada audiens yang lebih luas. Secara keseluruhan, Jejak Niskala berhasil meningkatkan kesadaran budaya, memperkuat partisipasi masyarakat, serta membuktikan bahwa teknologi digital dapat menjadi alat efektif dalam mendukung pelestarian budaya lokal di era modern.

### **Evaluasi dan Tantangan Pelaksanaan Kegiatan**

Secara umum, kegiatan Jejak Niskala berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, meskipun pelaksanaan dihadapkan pada beberapa tantangan. Salah satu kendala utama adalah masih rendahnya pemahaman sebagian masyarakat mengenai urban legend yang sering dianggap hanya sebagai hiburan tanpa melihat nilai budaya di dalamnya. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi budaya memerlukan proses yang berkelanjutan dan tidak dapat dilakukan dalam satu kegiatan saja. Tantangan lain muncul pada tahap kampanye digital, terutama dalam menjaga konsistensi keterlibatan audiens di media sosial. Meskipun akun Instagram berhasil memperoleh 55,5 ribu tayangan dan TikTok 13,1 ribu tayangan, tingkat interaksi aktif dari audiens perlu terus ditingkatkan melalui strategi konten yang lebih variatif. Selain itu, keterbatasan waktu, sumber daya panitia, dan koordinasi selama pelaksanaan acara juga menjadi tantangan tersendiri, terutama ketika mengelola alur peserta agar seluruh rangkaian kegiatan berjalan sesuai jadwal.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kombinasi promosi digital, komunikasi langsung, dan kegiatan interaktif merupakan strategi yang efektif dalam pelestarian budaya. Untuk pengembangan kegiatan berikutnya, diperlukan peningkatan variasi materi, perluasan kerja sama dengan komunitas budaya, lembaga pendidikan, serta pemanfaatan inovasi media digital yang lebih kreatif agar jangkauan kampanye semakin luas. Secara keseluruhan, Jejak Niskala menunjukkan bahwa pelestarian budaya lokal dapat dilakukan secara efektif melalui integrasi antara teknologi digital, komunikasi langsung, dan pengalaman budaya yang interaktif. Program ini menjadi contoh bahwa budaya lokal tetap relevan ketika dikemas dengan pendekatan yang inovatif dan sesuai perkembangan zaman.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari kegiatan budaya Jejak Niskala adalah bahwa program ini berhasil menggabungkan nilai-nilai budaya lokal dengan teknologi digital untuk melestarikan budaya, khususnya di kalangan generasi muda. Dengan minat yang menurun terhadap budaya lisan, kegiatan ini merespons kondisi tersebut melalui kampanye digital, promosi langsung, dan acara budaya interaktif. Jejak Niskala menunjukkan bahwa budaya lokal tetap menarik jika disajikan dengan cara yang kreatif dan edukatif. Kampanye digital di Instagram dan TikTok berperan penting dalam menjangkau masyarakat lebih luas. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi budaya secara cepat dan efektif, meningkatkan keterlibatan audiens melalui berbagai

konten. Partisipasi aktif menunjukkan bahwa tema urban legend masih relevan di masyarakat modern. Selain itu, promosi langsung memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai pentingnya pelestarian budaya lisan dan menciptakan ruang untuk berbagi pengalaman. Acara puncak Jejak Niskala menciptakan pengalaman belajar yang menarik dengan aktivitas interaktif dan diskusi. Tingginya antusiasme generasi muda mengindikasikan ketertarikan mereka terhadap budaya lokal. Dampak dari kegiatan ini terlihat dari meningkatnya kesadaran budaya dan pemahaman bahwa urban legend adalah bagian penting dari warisan budaya. Keterlibatan generasi muda juga menunjukkan potensi untuk menciptakan agen pelestarian budaya di masa depan.

Kegiatan Jejak Niskala menunjukkan bahwa budaya lokal tetap penting meskipun ada pengaruh globalisasi dan teknologi. Urban legend, mitos, dan cerita rakyat dapat menarik perhatian masyarakat jika disampaikan dengan cara yang inovatif. Masalah pelestarian budaya bukanlah kurangnya minat, tetapi cara budaya diperkenalkan. Jika budaya disajikan melalui media yang dekat dengan kehidupan masyarakat, terutama generasi muda, ketertarikan mereka akan meningkat. Inovasi dalam komunikasi budaya adalah kunci untuk menjaga warisan budaya di era digital. Jejak Niskala juga menunjukkan pentingnya kolaborasi antara pendidikan, komunikasi, dan budaya untuk menghasilkan program yang informatif dan berkesan. Kegiatan ini memungkinkan pembelajaran budaya yang interaktif, mendorong pemahaman dan kesadaran bahwa budaya adalah bagian penting dari identitas yang harus dijaga. Kegiatan ini membuktikan bahwa generasi muda bisa jadi mitra dalam pelestarian budaya jika mereka diikutsertakan. Mereka dapat menjadi agen pelestarian budaya jika mendapatkan informasi dengan cara yang sesuai. Pelestarian budaya membutuhkan komitmen, inovasi, dan kerja sama. Jejak Niskala menunjukkan bahwa budaya dapat terhubung dengan masyarakat melalui pendekatan kreatif. Program ini dapat menjadi contoh untuk kegiatan pelestarian budaya lainnya. Sehingga, Jejak Niskala menjadi inspirasi dalam menjaga dan mengembangkan kekayaan budaya Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Candra, A. P. (2025). Model konseptual pelestarian cerita rakyat Nusantara berbasis AI generatif dan visualisasi interaktif. *Jurnal Media Digital*, 2(1). <https://doi.org/10.69969/jmd.v2i1.175>
- Fadhilasari, I., & Rahmanto, M. N. (2021). Nilai budaya dan sistem kepercayaan dalam legenda Raden Ayu Oncattondo Wurung: Kajian folklor. *SULUK: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 3(1), 34–45. <https://doi.org/10.15642/suluk.2021.3.1.34-45>
- Gafallo, M. F. Y., Iriansyah, A., & Adiansyah. (2022). Budaya partisipasi dan resistensi komunitas keagamaan di media sosial. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 26(2). <https://doi.org/10.17933/jskm.2022.4902>
- Hidayat, S., Bachtiar, B. M., & Ardian, R. (2025). Memperkuat identitas nasional melalui generasi muda dalam melestarikan budaya lokal di Sanggar Astagiri Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan (JUPANK)*, 5(2). <https://doi.org/10.36085/jupank.v5i2.9257>
- Jumardi. (2020). Relevansi nilai-nilai sejarah lokal dan nasionalisme generasi muda. *Jurnal Pendidikan Sejarah*, 9(1), 74–89. <https://journals.unj.ac.id/unj/index.php/jps/article/view/14269>
- Nua, S. P., Isla, M., Gobel, C. Y., & Hunowu, R. P. S. (2025). Optimalisasi pelestarian budaya lokal menggunakan augmented reality sebagai media pembelajaran inovatif generasi muda. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 12(1). <https://doi.org/10.30605/onoma.v12i1.7722>
- Setiartin, T., Hidayat, E. W., Mustofa, R. F., & Putra, A. W. (2024). Transformasi cerita rakyat ke multimedia interaktif: Inovasi digital sebagai bahan ajar. *Diksa: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 10(2), 93–105. <https://doi.org/10.33369/diksa.v10i2.37344>
- Silalahi, W., & Kusumo, V. K. (2023). Urgensi komunikasi di era digital terhadap pelestarian kearifan lokal di Indonesia. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(1). <https://doi.org/10.24912/jssh.v1i1.24544>
- Sirait, J., Thesalonica, Hutahaean, E. H., & Sinaga, D. W. (2025). Analisis peran media sosial TikTok dalam upaya pelestarian budaya Batak oleh remaja Gen Z. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(4). <https://doi.org/10.23969/jp.v10i04.40428>
- Triana, N., & Hendriyani. (2022). Pengaruh persepsi risiko, pencarian dan pemrosesan informasi risiko, serta perilaku komunikasi terhadap intensi perilaku. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 26(2). <https://doi.org/10.17933/jskm.2022.4694>

- Wibawa, S., & Awaliah, Y. R. (2022). Literasi kebudayaan melalui media sosial. *Jurnal IKADBUDI*, 10(1). <https://doi.org/10.21831/ikadbudi.v10i1.49910>
- Widyastitieningrum, S. R., & Herdiani, E. (2023). Pelestarian budaya Jawa: Inovasi dalam bentuk pertunjukan Wayang Orang Sriwedari. *Panggung*, 33(1), 58–71. <https://doi.org/10.26742/panggung.v33i1.1752>
- Zahrani, I. P., Purwanto, E., Ardiyanti, N., Lusiyanti, S., & Riani, A. E. (2025). Media sebagai alat penguatan budaya lokal di tengah arus globalisasi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(3). <https://doi.org/10.47134/dkv.v2i3.4281>