

PERAN MAHASISWA SEBAGAI AGEN PELESTARIAN BUDAYA MELALUI KOLABORASI EDUKATIF DAN MEDIA DALAM CIREBON KARTINI'S DAY

Felicia Linggayani Tan^{1*}, Intan Widara², Marsani Asfi³

^{1,2,3}Universitas Catur Insan Cendekia, Cirebon, Indonesia

email Koresponden : felicia.tan.si.22@cic.ac.id

DOI : <https://doi.org/10.63935/gr.v2i2.131>

Diterima: 10-06-2025

Direvisi: 20-06-2025

Diterbitkan: 20-06-2025

Abstrak: Kegiatan Cirebon Kartini's Day 2024 yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon bertujuan memberdayakan mahasiswa sebagai agen pelestarian budaya melalui kolaborasi edukatif dan pemanfaatan media digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dengan tahapan observasi, identifikasi masalah, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi hasil. Mahasiswa berperan aktif dalam menyusun konsep acara, membangun kerja sama dengan sponsor dan media partner, serta melakukan promosi melalui media sosial dan kunjungan langsung ke sekolah-sekolah di wilayah Cirebon. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam partisipasi pelajar, terjalinnya kemitraan strategis dengan sponsor seperti Maxim dan Kocak Gaming, serta dukungan dari berbagai media partner internal dan eksternal. Keberhasilan ini menegaskan efektivitas strategi promosi edukatif dan kolaboratif berbasis media digital dalam mendukung pelestarian budaya lokal. Selain itu, kegiatan ini juga berperan sebagai sarana pengembangan kemampuan manajerial, komunikasi, dan jejaring sosial mahasiswa sebagai agen perubahan budaya di masyarakat. Dengan demikian, peran mahasiswa tidak hanya terbatas pada pelaksanaan teknis acara, tetapi juga sebagai penghubung nilai-nilai budaya dengan generasi muda melalui pendekatan kreatif dan kolaboratif.

Kata Kunci: pelestarian budaya; peran mahasiswa; hari kartini

Abstract: *The Cirebon Kartini's Day 2024 event, organized by the Information Systems Student Association of Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon, aims to empower students as agents of cultural preservation through educational collaboration and the use of digital media. The implementation method employs a participatory approach with stages including observation, problem identification, activity execution, and evaluation. Students actively participate in designing the event concept, establishing partnerships with sponsors and media partners, and promoting the event through social media platforms and direct visits to schools in the Cirebon area. The results show a significant increase in student participation, the formation of strategic partnerships with sponsors such as Maxim and Kocak Gaming, and support from various internal and external media partners. This success confirms the effectiveness of educational and collaborative promotion strategies based on digital media in supporting local cultural preservation. Moreover, the activity serves as a platform for developing students' managerial, communication, and social networking skills as cultural change agents within the community. Thus, the role of students extends beyond technical event execution to becoming connectors of cultural values with younger generations through creative and collaborative approaches.*

Keywords: *cultural preservation, student role; kartini's day*

Pendahuluan

Pelestarian budaya lokal merupakan tantangan yang semakin kompleks di era digital dan globalisasi. Generasi muda, khususnya mahasiswa, diharapkan mampu menjadi motor penggerak dalam menjaga eksistensi budaya daerah melalui berbagai inovasi dan kolaborasi. Salah satu momentum penting untuk menanamkan nilai-nilai budaya sekaligus memperkuat identitas nasional adalah peringatan Hari Kartini. Melalui kegiatan lomba kreatif yang diinisiasi oleh Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HIMASI) Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pelaksana kegiatan, namun juga sebagai perancang, penghubung, dan promotor utama dalam upaya pelestarian budaya.

Peran mahasiswa sebelum pelaksanaan acara sangat krusial dalam menentukan keberhasilan kegiatan. Dimulai dari proses penyusunan konsep acara yang edukatif dan relevan dengan semangat Kartini, mahasiswa melakukan riset kebutuhan peserta, menyusun jadwal, dan menentukan bentuk lomba yang menarik bagi generasi muda. Selain itu, mahasiswa juga aktif membangun kerja sama strategis dengan berbagai brand dan media partner, baik lokal maupun nasional, guna memperluas jangkauan informasi serta mendapatkan dukungan logistik dan promosi. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat jejaring sosial mahasiswa, tetapi juga meningkatkan kredibilitas dan daya tarik acara di mata publik (Sari et al., 2023).

Strategi promosi yang dijalankan mahasiswa pun sangat variatif dan adaptif dengan perkembangan media digital. Promosi dilakukan secara masif melalui media sosial, bekerja sama dengan akun-akun populer di Cirebon, serta melakukan promosi langsung ke sekolah-sekolah tingkat SMP/MTs dan SMA/SMK di wilayah 3 Cirebon. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi generasi muda dan memperluas dampak kegiatan. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya belajar tentang manajemen acara, tetapi juga mengasah kemampuan komunikasi, negosiasi, dan kepemimpinan (Putri & Rahmawati, 2022). Kegiatan lainnya yang pernah diselenggarakan oleh organisasi mahasiswa di Universitas Catur Insan Cendekia (UCIC) yaitu kegiatan pengabdian masyarakat di Panti Asuhan Siti Khadijah yang dikoordinasikan oleh Badan Koordinasi Mahasiswa (BKM) Universitas Catur Insan Cendekia (UCIC) di tahun 2021. Bentuk kegiatan berupa perlombaan menggambar dan mewarnai antar anak-anak panti asuhan dan pemberian donasi (Purnamasari, 2022).

Tujuan kegiatan ini adalah memberdayakan mahasiswa sebagai agen pelestarian budaya melalui kolaborasi edukatif dan pemanfaatan media digital. Keterlibatan mahasiswa sejak tahap perencanaan hingga promosi diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat, khususnya generasi muda, dalam menjaga dan melestarikan budaya lokal. Lebih jauh, kegiatan ini juga menjadi sarana pembelajaran praktis bagi mahasiswa untuk mengembangkan *soft skills* yang dibutuhkan di dunia kerja dan masyarakat (Nugroho et al., 2024). Dengan demikian, peran mahasiswa dalam penyusunan, kolaborasi, dan promosi acara menjadi pondasi utama keberhasilan kegiatan pelestarian budaya, sekaligus menegaskan posisi mahasiswa sebagai agen perubahan di tengah masyarakat modern.

Metode

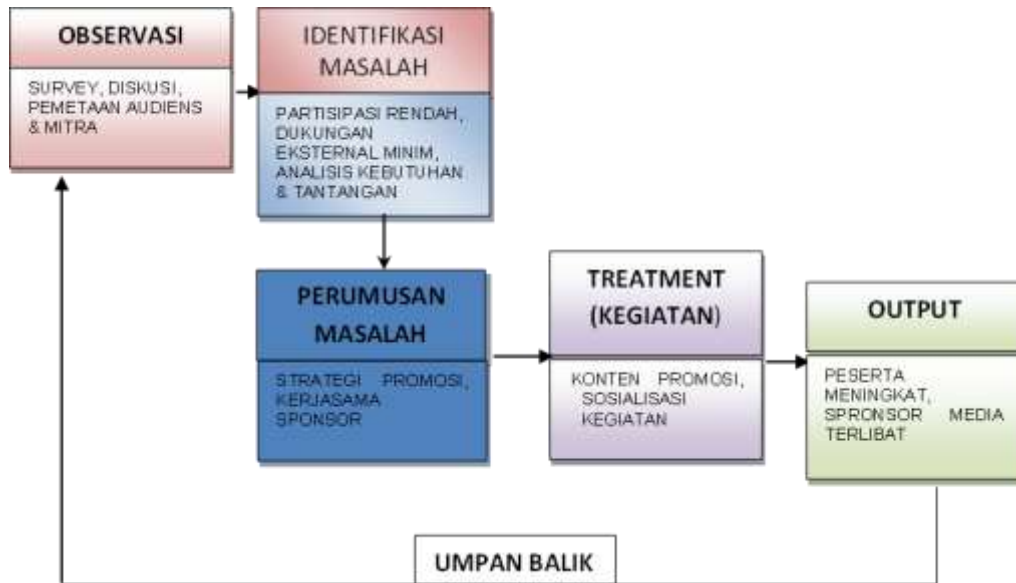
Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan tahapan sistematis yang melibatkan observasi awal, identifikasi dan perumusan masalah, pelaksanaan kegiatan (*treatment*), serta evaluasi hasil (output). Tahapan pertama adalah observasi, yang dilakukan melalui survei lokasi, diskusi internal antar panitia, serta pemetaan target audiens dan potensi mitra eksternal. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting, kebutuhan partisipan, serta peluang kolaborasi dengan sponsor dan media.

Berdasarkan hasil observasi, ditemukan beberapa permasalahan utama, antara lain rendahnya partisipasi generasi muda dalam kegiatan pelestarian budaya dan terbatasnya keterlibatan pihak eksternal dalam mendukung kegiatan budaya mahasiswa. Permasalahan ini kemudian diidentifikasi dan dianalisis lebih lanjut melalui proses pengumpulan data, penguraian tantangan yang dihadapi, dan klasifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan promosi dan kolaborasi. Rumusan masalah yang disusun mencakup dua fokus utama, yaitu:

1. bagaimana strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan partisipasi generasi muda dalam kegiatan budaya
2. bagaimana membangun kerja sama dengan sponsor dan *media partner* untuk mendukung pelaksanaan kegiatan.

Berdasarkan rumusan tersebut, dirancang dan dilaksanakan serangkaian kegiatan, antara lain penyusunan konten promosi digital yang disebarluaskan melalui platform media sosial (*Instagram, TikTok, dan WhatsApp*), promosi langsung ke sekolah-sekolah di wilayah Cirebon bagian 3, serta pendekatan komunikatif kepada calon sponsor dan *media partner*.

Output yang dihasilkan dari kegiatan ini meliputi meningkatnya jumlah peserta dari kalangan pelajar, diperolehnya dukungan sponsor seperti Maxim dan Kocak Gaming, MOUNTOYA. Serta terjalinnya kerjasama dengan berbagai *media partner*, baik dari internal kampus maupun media lokal. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa strategi promosi edukatif dan kolaboratif yang berbasis media digital efektif dalam mendukung pelestarian budaya lokal oleh mahasiswa. Dibawah ini merupakan kerangka pemecahan masalah yang ada dalam kegiatan.



Bagan 1. Kerangka Pemecahan Masalah

Hasil dan Pembahasan

Cirebon Kartini's Day 2024 merupakan program kerja yang diinisiasi oleh Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi Universitas Catur Insan Cendekia (UCIC) dalam rangka memperingati Hari Kartini sekaligus melestarikan budaya lokal melalui media kompetisi seni. Mahasiswa berperan sebagai penggerak utama dalam kegiatan ini, mulai dari menyusun proposal kegiatan, membentuk panitia, hingga bertanggung jawab penuh dalam pelaksanaan dan evaluasi program.

Mahasiswa menunjukkan kepedulian terhadap pelestarian budaya melalui inisiasi dua bentuk lomba seni, yaitu Lomba Tari Kreasi Tradisional dan Lomba Menyanyi Daerah yang menyasar pelajar tingkat SMP/MTs dan SMA/SMK se-Kota dan Kabupaten Cirebon. Total peserta yang mengikuti kegiatan ini sebanyak 11 grup (7 grup tari dan 4 grup menyanyi). Dengan mengangkat nilai-nilai budaya lokal ke dalam ruang publik seperti pusat perbelanjaan, mahasiswa berkontribusi dalam menghidupkan kembali semangat berkesenian dan memperkenalkan budaya kepada masyarakat luas. Salah satu aspek penting dari keberhasilan kegiatan ini adalah kolaborasi yang dilakukan secara edukatif. Mahasiswa tidak bekerja sendiri, melainkan membangun jejaring dan kerja sama dengan berbagai pihak yang terbagi ke dalam dua bentuk kemitraan utama: *media partner* dan *support by*.

Media partner dalam kegiatan ini meliputi organisasi kampus dan komunitas eksternal yang berperan dalam mendukung promosi, publikasi acara, serta memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Beberapa media partner yang terlibat antara lain:

1. Organisasi kampus: Badan Koordinasi Mahasiswa (BKM), Himpunan Mahasiswa Komputerisasi Akuntansi (HIMAKA), Himpunan Mahasiswa Manajemen Bisnis (HIMABIS), Himpunan Mahasiswa Manajemen Informatika (HIMAMI), Himpunan Mahasiswa Manajemen (HIMAJEMEN), Himpunan Mahasiswa Teknik Informatika

(HIMATIF).

2. Komunitas/organisasi eksternal: DIALOG Indocirebon, LPK Budi Cindrawati, Aura Griya Pengantin, Kiem Dancers, Sanggar Seni Lutfi Dancer, Respati Enterprise, Cirebon Berita, dan About CIREBON

Sedangkan *support by* diberikan oleh pihak-pihak sponsor yang turut membantu dalam bentuk logistik dan dukungan dana, di antaranya:

1. Kocak Gaming
2. Maxim
3. MOUNTOYA

Kolaborasi ini tidak hanya memperkaya kualitas kegiatan dari segi pendanaan dan eksposur, tetapi juga memperkuat nilai edukatif yang disampaikan kepada peserta dan pengunjung. Melalui sinergi tersebut, mahasiswa mampu menjalankan peran koordinatif dan komunikatif lintas sektor.

Salah satu dokumentasi penting yang merepresentasikan proses kolaborasi ini adalah saat panitia melakukan rapat bersama perwakilan dari brand yang ingin bekerja sama dengan acara Cirebon Kartini's Day. Dalam pertemuan ini, dibahas bentuk dukungan yang dapat diberikan oleh pihak brand, serta sinergi promosi bersama menjelang acara utama.



Gambar 1. Rapat panitia dengan brand untuk kerjasama dukungan acara

Dalam Dokumentasi tersebut menunjukkan perwakilan panitia mahasiswa sedang berdiskusi dengan tim brand di lokasi rapat. Pertemuan ini menjadi bagian penting dalam proses membangun kepercayaan dan menyelaraskan konsep antara pihak penyelenggara dengan sponsor.

Selain itu, mahasiswa juga melakukan promosi langsung ke sekolah-sekolah tingkat SMP/MTs dan SMA/SMK di wilayah III Cirebon. Kegiatan ini bertujuan tidak hanya untuk menjaring peserta lomba, tetapi juga sebagai sarana edukatif untuk menumbuhkan kesadaran pelajar akan pentingnya pelestarian budaya lokal.



Gambar 2. Persiapan panitia kunjungan ke sekolah-sekolah



Gambar 2. Persiapan rapat panitia

Pada gambar 2 sebelum melakukan kunjungan langsung, tim panitia terlebih dahulu menyiapkan materi promosi dan undangan lomba untuk dibagikan ke sekolah-sekolah. Proses persiapan ini melibatkan seluruh anggota panitia, yang memastikan setiap materi promosi dapat diterima dan tersampaikan dengan baik kepada pihak sekolah.

Penggunaan media menjadi aspek penting dalam kegiatan ini. Divisi media komunikasi membuat berbagai materi promosi seperti poster digital dan konten publikasi lainnya yang disebarluaskan melalui Instagram dan platform media sosial lainnya. Media sosial, khususnya Instagram, digunakan sebagai sarana utama promosi kegiatan Cirebon Kartini's Day 2024. Mahasiswa mengunggah poster digital melalui akun @cirebonkartinis_day dan berkolaborasi dengan akun HIMASI serta Grage Mall untuk menjangkau lebih banyak peserta. Promosi dilakukan melalui unggahan feed dan reels untuk menarik minat pelajar mengikuti lomba pada acara ini.



Gambar 3. Promosi kegiatan melalui poster di Instagram



Gambar 4. Promosi kegiatan melalui reels di Instagram

Melalui kegiatan ini, peran mahasiswa sebagai agen pelestarian budaya terbukti nyata. Tidak hanya berperan dalam teknis pelaksanaan, mahasiswa juga mengambil posisi strategis sebagai penghubung antara nilai-nilai budaya lokal dengan generasi muda di era digital. Keterlibatan mahasiswa dalam menyusun proposal, membangun relasi dengan mitra, dan menyampaikan nilai-nilai budaya secara langsung ke sekolah menandakan bahwa mahasiswa memiliki kapasitas sebagai pelopor gerakan pelestarian budaya.

Strategi promosi yang dilakukan melalui media sosial maupun secara langsung ke sekolah menjadi metode edukatif dan kolaboratif yang efektif. Di samping itu, keberhasilan menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, termasuk tenant dan sponsor, juga menunjukkan kemampuan mahasiswa dalam membangun jejaring sosial dan ekonomi kreatif. Mahasiswa mampu menciptakan ruang ekspresi budaya yang inklusif, memperkuat kebanggaan terhadap warisan lokal, dan menanamkan nilai perjuangan Kartini melalui pendekatan yang kreatif dan kolaboratif.

Kesimpulan

Kegiatan Cirebon Kartini's Day 2024 yang diinisiasi oleh Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon berhasil menunjukkan peran strategis mahasiswa sebagai agen pelestarian budaya melalui pendekatan kolaboratif dan edukatif. Sebelum pelaksanaan acara, mahasiswa secara aktif mengambil peran penting dalam menyusun konsep kegiatan, membangun kerja sama dengan berbagai brand dan media partner, serta melakukan promosi yang efektif melalui media sosial dan kunjungan langsung ke sekolah-sekolah tingkat SMP/MTs dan SMA/SMK di wilayah Cirebon bagian 3. Strategi promosi digital yang terintegrasi dengan promosi offline terbukti mampu meningkatkan partisipasi pelajar dalam lomba seni tradisional, sekaligus memperluas jangkauan informasi dan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya lokal. Keberhasilan menjalin kemitraan dengan sponsor seperti Maxim, Kocak Gaming, dan MOUNTOYA serta berbagai media partner internal dan eksternal memperkuat dukungan logistik dan eksposur acara. Melalui proses ini, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai penghubung yang mengintegrasikan nilai-nilai budaya dengan generasi muda di era digital. Kegiatan ini membuktikan bahwa peran mahasiswa dalam perencanaan, kolaborasi, dan promosi sangat krusial untuk menyukseskan acara sekaligus menumbuhkan kesadaran kolektif akan pentingnya pelestarian budaya. Dengan demikian, mahasiswa dapat berkontribusi secara nyata dalam menjaga dan mengembangkan budaya lokal, sekaligus mengasah kemampuan manajerial, komunikasi, dan jejaring sosial yang bermanfaat bagi pengembangan diri dan masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan Cirebon Kartini's Day 2024, antara lain:

1. Dinas Pendidikan Kota Cirebon atas dukungan dan izin pelaksanaan kegiatan di lingkungan pelajar.
2. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cirebon atas partisipasi dan kehadiran perwakilan sebagai dewan juri.
3. Manajemen Grage Mall Cirebon atas kerja sama dan fasilitas tempat yang diberikan untuk menyelenggarakan kegiatan.
4. Seluruh *media partner* yang telah membantu mempublikasikan dan menyebarluaskan informasi kegiatan, baik dari organisasi kampus maupun komunitas lokal.
5. Sponsor kegiatan: Kocak Gaming, Maxim, dan Mountoya atas dukungan logistik dan dana.
6. Sekolah-sekolah tingkat SMP/MTs dan SMA/SMK/MA di wilayah III Cirebon yang telah menerima dan menyambut baik kegiatan promosi lomba dari panitia.
7. Seluruh panitia mahasiswa Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HIMASI UCIC) yang telah bekerja keras dalam merancang dan menjalankan program ini dengan semangat kolaboratif.

Referensi

- Ambarwati, S., & Wibowo, T. (2021). Strategi pelestarian budaya lokal melalui keterlibatan generasi muda. *Jurnal Budaya dan Masyarakat*, 8(2), 34–42.
- Hidayat, R., & Lestari, D. (2022). Peran media sosial dalam meningkatkan kesadaran budaya di kalangan remaja. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 10(1), 60–71.
- Khoirunnisa, I. (2025). Pengoptimalan peran aktif mahasiswa dalam melestarikan budaya Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 9(1), 15–27.
- Kurniawan, A., & Setiawan, Y. (2020). Kolaborasi mahasiswa dengan sponsor dalam kegiatan pengabdian masyarakat. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan*, 6(4), 200–210.
- Mardawani, & Lusiana. (2018). Peran mahasiswa dalam membentuk generasi muda berkarakter melalui pendekatan humanis berbasis kearifan lokal suku Dayak di Desa Telaga II. *Jurnal PEKAN*, 3(1), 4–8.
- Nasution, Z., & Rahman, S. (2023). Pendekatan partisipatif dalam pelaksanaan program budaya mahasiswa. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 11(1), 22–33.
- Pradana, M. A. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi kegiatan budaya oleh mahasiswa. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 12(2), 45–57.
- Purnamasari, D. L., Pranata, S., & Asfi, M. (2022). Pengabdian Masyarakat BKM UCIC dengan Panti Asuhan Siti Khadijah Al-Zahroh melalui kegiatan lomba kreatifitas anak. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 173–176.
- Santoso, H. (2021). Efektivitas promosi digital dalam mendukung pelestarian budaya lokal. *Jurnal Digital Marketing dan Budaya*, 7(3), 48–55.
- Suryani, I., & Hidayat, R. (2023). Kegiatan mahasiswa sebagai agen perubahan sosial budaya: Studi kasus Universitas Catur Insan Cendekia. *Jurnal Transformasi Sosial*, 3(2), 50–59.
- Yunita, R., & Mahdi, F. (2023). Mahasiswa sebagai agen perubahan sosial dan pelestari budaya di era digital. *Jurnal Sosial Humaniora*, 14(1), 101–114.