MANIFESTO: Jurnal Gagasan Komunikasi, Politik, dan Budaya
Vol. 3, No. 4, Desember 2025, pp. 1 - 12
ISSN: 3025–4655
Open Access: https://journal.awatarapublisher.com/index.php/manifesto

POLITIK KOMUNIKASI BUDAYA DEWAN KESENIAN KABUPATEN BANYUMAS (DKKB)

R. Satria Setyanugraha[1]
[1] Universitas AMIKOM Purwokerto, Indoensia

e-mail: satriasetya@amikompurwokerto.ac.id[1]

INFO ARTIKEL
Sejarah Artikel:
Diterima September 12, 2025
Direvisi Oktober 20, 2025
Disetujui Desember 16, 2025

KEYWORDS
Political and Cultural Communication
Framing Analysis
Political Communication
Cultural Communication
Banyumas Regency Arts Council
DKKB

ABSTRACT

The Banyumas Regency Arts Council (DKKB) plays a crucial role in producing and disseminating cultural messages in the local public sphere. This article examines the DKKB's cultural communication politics through an analysis of the framing of online media coverage and digital content related to cultural activities such as Banyumas Aesthetic Soetedja, Banyumas Aesthetic Kota Lama, and other cultural collaborations. This qualitative approach utilizes political communication theory and cultural communication theory, as well as framing analysis (Entman, 1993). The results show that media and digital content consistently frame the DKKB as an agent of cultural legitimacy that mediates between power structures (government and legislature), the arts community, and the public. This framing shapes public discourse regarding culture as both a socio-political asset and a medium for collective communication. The findings also support the findings of cultural representation studies that local cultural practices can strengthen regional image and identity through effective communication strategies.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

KATA KUNCI
Politik Komunikasi Budaya
Analisis Framing
Komunikasi Politik
Komunikasi Budaya
Dewan Kesenian Kabupaten Banyumas
DKKB

CORRESPONDING AUTHOR
R. Satria Setyanugraha
Universitas AMIKOM Purwokerto
Purwokerto
satriasetya@amikompurwokerto.ac.id

ABSTRAK

Dewan Kesenian Kabupaten Banyumas (*DKKB*) memainkan peran penting dalam memproduksi dan menyebarkan pesan budaya di ruang publik lokal. Artikel ini mengkaji politik komunikasi budaya DKKB melalui analisis framing pemberitaan media daring dan konten digital terkait kegiatan budaya seperti *Banyumas Aesthetic Soetedja*, *Banyumas Aesthetic Kota Lama*, dan kolaborasi budaya lainnya. Pendekatan kualitatif ini memanfaatkan teori komunikasi politik dan teori komunikasi budaya, serta analisis framing (Entman, 1993). Hasil menunjukkan bahwa media dan konten digital secara konsisten membingkai DKKB sebagai agen legitimasi budaya yang memediasi antara struktur kekuasaan (pemerintah & legislatif), komunitas seni, dan publik. Framing ini membentuk wacana publik mengenai budaya sebagai aset sosial-politik sekaligus medium komunikasi kolektif. Temuan juga mendukung temuan studi representasi budaya bahwa praktik budaya lokal dapat memperkuat citra dan identitas daerah melalui strategi komunikasi yang efektif

PENDAHULUAN

Dalam kajian Ilmu Komunikasi, budaya dipahami sebagai sistem makna yang diproduksi, dipertukarkan, dan dilegitimasi melalui praktik komunikasi sosial (Hall, 1997). Budaya tidak hadir secara alamiah, melainkan dikonstruksi melalui proses representasi yang melibatkan simbol, bahasa, media, serta relasi kekuasaan. Komunikasi budaya dengan demikian bukan sekadar penyampaian informasi atau ekspresi estetis, tetapi merupakan proses simbolik yang melibatkan negosiasi nilai, ideologi, dan kepentingan politik dalam masyarakat. Hall (1997) menegaskan bahwa representasi

budaya memainkan peran sentral dalam pembentukan identitas kolektif, karena melalui representasilah makna budaya distabilkan sekaligus dipertentangkan di ruang publik.

Dalam perkembangan teori komunikasi kontemporer, media dipahami sebagai arena simbolik utama tempat proses representasi budaya dan politik berlangsung. Couldry (2012) menekankan bahwa media tidak hanya menjadi saluran distribusi pesan, tetapi juga institusi simbolik yang menentukan siapa yang berhak berbicara, kepentingan mana yang ditampilkan, dan nilai apa yang dinormalisasi. Dalam konteks ini, praktik komunikasi budaya selalu beririsan dengan politik komunikasi, karena menyangkut proses produksi wacana yang memengaruhi persepsi publik dan legitimasi sosial.

Pendekatan analisis wacana kritis yang dikemukakan Fairclough (1995) memperlihatkan bahwa wacana budaya dalam media merefleksikan dan mereproduksi relasi kekuasaan yang tidak simetris. Narasi budaya yang tampil dominan di media sering kali merupakan hasil dari interaksi antara aktor institusional, kebijakan negara, dan kepentingan elite lokal. Di sisi lain, Habermas (1989) melalui konsep ruang publik menunjukkan bahwa komunikasi budaya memiliki potensi deliberatif, yakni menjadi arena dialog antara negara dan masyarakat sipil. Namun, potensi tersebut sangat bergantung pada siapa aktor yang memediasi komunikasi dan bagaimana wacana dibingkai.

Dalam konteks lokal seperti Kabupaten Banyumas, praktik kebudayaan menunjukkan keterkaitan yang erat antara lembaga kebudayaan, pemerintah daerah, legislatif, komunitas seni, dan media. Perkembangan Banyumas—khususnya Purwokerto—sebagai wilayah yang semakin dilirik dalam peta seni, budaya, dan pariwisata nasional turut memperkuat posisi budaya sebagai isu publik. Representasi Banyumas dalam berbagai konten media sosial, termasuk unggahan artis dan figur publik nasional yang mempromosikan Purwokerto sebagai kota yang estetik, nyaman, dan kaya budaya, memperlihatkan bagaimana budaya lokal bertransformasi menjadi modal komunikasi dan daya tarik simbolik di ruang digital.

Dalam ekosistem komunikasi budaya tersebut, Dewan Kesenian Kabupaten Banyumas (DKKB) menempati posisi strategis sebagai aktor politik komunikasi budaya. DKKB tidak sekadar berfungsi sebagai fasilitator kegiatan seni, melainkan sebagai lembaga yang memproduksi, mengelola, dan mendistribusikan narasi budaya ke ruang publik. Melalui penyelenggaraan event seperti Banyumas Aesthetic Soetedja dan Banyumas Aesthetic Kota Lama, DKKB secara aktif membangun representasi budaya Banyumas yang selaras dengan wacana pembangunan daerah, pariwisata, dan identitas lokal.

Posisi DKKB menjadi semakin signifikan ketika dilihat dari relasinya dengan struktur kekuasaan daerah. Keterlibatan kepala daerah sebagai Ketua DKKB serta dukungan legislatif melalui kebijakan dan anggaran menunjukkan bahwa DKKB beroperasi dalam irisan antara kebudayaan dan politik institusional. Dalam perspektif politik komunikasi, kondisi ini menempatkan DKKB sebagai mediator yang menjembatani kepentingan negara, komunitas seni, dan publik. DKKB menerjemahkan bahasa kebijakan dan kepentingan politik ke dalam praktik budaya yang komunikatif dan dapat diterima secara sosial, sekaligus mengartikulasikan aspirasi komunitas seni ke dalam ruang kebijakan.

Melalui media daring dan konten digital, DKKB memperluas fungsi komunikatifnya dengan membingkai budaya sebagai pengalaman kolektif, aset identitas, dan simbol kemajuan daerah. Media tidak hanya melaporkan kegiatan DKKB, tetapi juga membangun legitimasi simbolik terhadap peran DKKB sebagai representasi resmi budaya Banyumas. Dalam konteks ini, DKKB berperan sebagai aktor yang mengelola framing, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui kolaborasi dengan media dan produksi konten digital.

Novelty penelitian ini terletak pada upaya membaca DKKB bukan semata sebagai lembaga kesenian, tetapi sebagai aktor politik komunikasi budaya lokal yang aktif dalam produksi wacana, legitimasi simbolik, dan negosiasi kepentingan. Studi ini berkontribusi pada kajian Ilmu Komunikasi

dengan menempatkan budaya lokal sebagai arena politik komunikasi yang kolaboratif, bukan konflikual, serta memperlihatkan bagaimana media digital memperkuat peran lembaga budaya dalam membentuk opini dan identitas publik.

Berdasarkan konteks tersebut, artikel ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan: bagaimana media daring dan konten digital membingkai DKKB dalam praktik politik komunikasi budaya di Kabupaten Banyumas? Pertanyaan ini penting untuk memahami dinamika kekuasaan, representasi, dan peran lembaga budaya dalam ekosistem komunikasi lokal yang semakin dimediasi oleh media digital.

Tinjauan Pustaka

1. Politik Komunikasi

Politik komunikasi merujuk pada proses produksi, distribusi, dan interpretasi pesan yang berkaitan dengan kekuasaan, legitimasi, dan pengaruh dalam masyarakat (McNair, 2018). Dalam pandangan ini, komunikasi tidak diposisikan sebagai proses netral, melainkan sebagai arena strategis tempat aktor politik berupaya membentuk persepsi, opini, dan konsensus publik. Asumsi dasar teori politik komunikasi adalah bahwa kekuasaan modern bekerja melalui simbol, wacana, dan representasi, bukan semata-mata melalui paksaan fisik atau kebijakan formal.

McNair (2018) menegaskan bahwa politik komunikasi tidak hanya berlangsung dalam kontestasi elektoral, parlemen, atau kampanye politik, tetapi juga dalam berbagai praktik sosial, termasuk budaya dan seni. Ketika pesan budaya diproduksi, didukung, dan disebarluaskan oleh aktor yang memiliki otoritas politik, praktik tersebut menjadi bagian dari politik komunikasi karena berkontribusi pada pembentukan legitimasi sosial. Dengan demikian, politik komunikasi mencakup relasi antara aktor politik, media, dan publik dalam membangun makna serta menetapkan agenda simbolik.

Asumsi lain dari perspektif ini adalah bahwa media memiliki peran sentral sebagai arena perantara (mediator) antara kekuasaan dan masyarakat. Media tidak hanya menyampaikan pesan politik, tetapi juga membingkai realitas sehingga menentukan bagaimana publik memahami suatu isu (McNair, 2018). Dalam konteks budaya lokal, politik komunikasi bekerja ketika aktivitas seni dan budaya dikonstruksikan sebagai kepentingan publik, identitas daerah, atau simbol keberhasilan pembangunan.

2. Komunikasi Budaya

Komunikasi budaya dipahami sebagai proses mediatisasi sistem makna budaya melalui simbol, bahasa, teks, dan praktik representasi (Hall, 1997). Teori ini berangkat dari asumsi dasar bahwa budaya bukanlah entitas statis atau diwariskan secara alamiah, melainkan dikonstruksi secara sosial melalui praktik komunikasi. Makna budaya tidak melekat secara tetap pada objek atau tradisi, tetapi dihasilkan melalui proses representasi yang terus-menerus.

Hall (1997) menekankan bahwa komunikasi budaya berfungsi sebagai mekanisme utama dalam pembentukan identitas kolektif dan subjektivitas sosial. Representasi budaya di media—baik melalui berita, narasi event, maupun konten digital—menjadi sarana penting dalam menentukan bagaimana suatu komunitas dipersepsikan, baik oleh dirinya sendiri maupun oleh pihak luar. Asumsi kunci dalam teori ini adalah bahwa makna selalu bersifat terbuka, diperdebatkan, dan dipengaruhi oleh relasi kekuasaan.

Dalam konteks media digital, komunikasi budaya menjadi semakin kompleks karena melibatkan berbagai aktor dengan tingkat otoritas yang berbeda, mulai dari lembaga resmi, komunitas budaya, hingga individu pengguna media sosial. Pemberitaan media dan konten digital tidak hanya merefleksikan budaya, tetapi juga menghasilkan realitas budaya baru yang

dapat memengaruhi kebijakan, pariwisata, dan citra daerah. Oleh karena itu, komunikasi budaya selalu berkaitan erat dengan kepentingan politik dan ekonomi.

3. Analisis Framing Media

Analisis framing merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami bagaimana media menyeleksi dan menonjolkan aspek tertentu dari realitas sehingga membentuk cara publik memahami suatu isu (Entman, 1993). Asumsi dasar teori framing adalah bahwa realitas sosial tidak disampaikan secara utuh oleh media; sebaliknya, media melakukan seleksi, penekanan, dan pengorganisasian informasi sesuai dengan kepentingan dan konteks tertentu.

Entman (1993) mengemukakan empat elemen utama framing, yaitu:

a. pendefinisian masalah,
b. identifikasi penyebab,
c. evaluasi atau penilaian moral, dan
d. rekomendasi solusi.

Keempat elemen ini bekerja secara simultan dalam membentuk interpretasi publik terhadap suatu peristiwa atau aktor. Dalam kajian komunikasi politik dan budaya, framing dipahami sebagai alat strategis untuk membangun legitimasi, menormalisasi kebijakan, dan mengarahkan perhatian publik.

Asumsi penting dalam analisis framing adalah bahwa media bukan aktor pasif, melainkan bagian dari struktur kekuasaan yang berkontribusi dalam pembentukan wacana dominan. Oleh karena itu, framing terhadap kegiatan budaya tidak hanya mencerminkan realitas kebudayaan, tetapi juga menunjukkan bagaimana budaya diposisikan dalam hubungan dengan negara, politik, dan kepentingan pembangunan. Dalam konteks lembaga budaya daerah, framing media berperan penting dalam membentuk citra lembaga tersebut sebagai aktor publik yang sah dan relevan.

4. Representasi Budaya dan Pariwisata

Representasi budaya memiliki peran strategis dalam membangun citra daerah dan mengembangkan pariwisata berbasis budaya. Asumsi dasar dalam kajian ini adalah bahwa pariwisata tidak hanya bergantung pada sumber daya fisik, tetapi juga pada konstruksi simbolik dan narasi budaya yang disebarkan melalui media (Urry, 2002). Budaya menjadi daya tarik ketika direpresentasikan sebagai unik, autentik, dan relevan dengan kebutuhan audiens kontemporer.

Penelitian Setyanugraha et al. (2025) mengenai event *Lengger Bicara* di Banyumas menunjukkan bahwa representasi budaya yang dikemas melalui strategi komunikasi multi-level mampu membangun citra budaya lokal sekaligus meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Studi ini berasumsi bahwa event budaya merupakan ruang komunikasi strategis yang mempertemukan kepentingan seni, media, dan pariwisata dalam satu narasi terintegrasi.

Dalam konteks ini, media berperan sebagai penghubung antara praktik budaya lokal dan audiens yang lebih luas. Representasi budaya melalui event, pemberitaan, dan media digital tidak hanya mempromosikan pariwisata, tetapi juga memperkuat identitas lokal dan legitimasi aktor budaya. Oleh karena itu, kajian representasi budaya dan pariwisata relevan untuk memahami bagaimana budaya lokal diposisikan sebagai aset simbolik dalam politik komunikasi daerah.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan metode analisis framing. Data dikumpulkan dari sumber berikut:

1. Pemberitaan media daring lokal dan nasional tentang event budaya DKKB;
2. Konten media sosial Instagram dan YouTube terkait aktivitas DKKB;
3. Situs resmi pemerintah dan portal berita.

Analisis framing menggunakan empat kategori Entman (1993) untuk mengetahui bagaimana media membentuk pesan komunikasi budaya DKKB.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

1. Framing DKKB sebagai Agen Legitimasi Budaya

Pemberitaan menonjolkan DKKB sebagai wadah legitimasi budaya lokal melalui keterlibatan struktural. Misalnya, ketika media *Suara Merdeka Banyumas* menyatakan bahwa *"DKKB kembali menyelenggarakan Banyumas Aesthetic Kota Lama sebagai wujud pelestarian budaya dengan dukungan pemerintah daerah setempat,"* narasi tersebut tidak hanya melaporkan sebuah kegiatan budaya, tetapi juga membangun makna simbolik mengenai posisi DKKB dalam struktur kekuasaan lokal. Kutipan ini memperlihatkan bahwa media memosisikan DKKB sebagai simpul komunikasi yang menghubungkan kepentingan pemerintahan dengan praktik budaya di tingkat publik.

Dalam perspektif politik komunikasi, framing semacam ini mencerminkan bagaimana legitimasi budaya dibangun melalui relasi institusional. McNair (2018) menegaskan bahwa legitimasi politik sering kali tidak disampaikan secara eksplisit melalui pesan kebijakan, tetapi melalui simbol, narasi, dan representasi yang diproduksi di ruang publik. Dalam konteks DKKB, legitimasi tersebut tidak dibangun melalui klaim kekuasaan, melainkan melalui representasi budaya yang mendapatkan pengakuan struktural dari pemerintah daerah.

Media dengan demikian berfungsi sebagai *legitimizing agent* yang memperkuat posisi DKKB sebagai aktor resmi budaya Banyumas. Dalam kerangka teori framing Entman (1993), penonjolan dukungan pemerintah daerah menjadi elemen kunci dalam pendefinisian masalah dan identifikasi aktor. Budaya didefinisikan sebagai isu publik yang membutuhkan intervensi kelembagaan, sementara DKKB diposisikan sebagai aktor yang sah untuk mengelola dan merepresentasikannya. Penilaian moral yang muncul dalam pemberitaan tersebut mengarah pada pandangan bahwa pelestarian budaya merupakan tanggung jawab bersama antara negara dan masyarakat, bukan sekadar inisiatif komunitas seni.

Narasi serupa juga ditemukan dalam pemberitaan media lain seperti RRI dan Antara Jawa Tengah, yang menekankan peran DKKB dalam menjaga keberlanjutan kesenian tradisional Banyumas serta kolaborasinya dengan berbagai pemangku kepentingan daerah. Pemberitaan RRI, misalnya, sering membingkai DKKB sebagai mitra strategis pemerintah dalam mencegah kepunahan seni tradisi di tengah arus modernisasi. Framing ini menempatkan DKKB sebagai agen stabilisasi budaya—yakni institusi yang menjaga kesinambungan antara tradisi dan perubahan sosial.

Keterlibatan Bupati Banyumas sebagai Ketua DKKB memperkuat fungsi legitimasi tersebut secara simbolik maupun politis. Dalam perspektif ekonomi politik komunikasi (Mosco, 2009), posisi ini menunjukkan adanya integrasi antara kekuasaan politik dan produksi makna budaya. Kehadiran kepala daerah dalam struktur kepemimpinan DKKB tidak hanya berimplikasi pada akses kebijakan dan anggaran, tetapi juga pada peningkatan otoritas simbolik DKKB di mata publik dan media. Budaya yang dikelola DKKB kemudian tidak dipandang sebagai ekspresi seni semata, melainkan sebagai bagian dari agenda pembangunan daerah dan identitas resmi Banyumas.

Dari sudut pandang komunikasi budaya, kondisi ini memperlihatkan bagaimana representasi budaya dilembagakan melalui struktur kekuasaan. Hall (1997) menyatakan bahwa makna budaya menjadi dominan ketika mendapatkan dukungan institusional yang kuat. Media, melalui pemberitaannya, berperan memperkuat dominasi makna tersebut dengan menampilkan DKKB sebagai representasi sah budaya Banyumas. Representasi ini pada akhirnya membentuk pemahaman publik bahwa DKKB adalah *otoritas kultural* yang legitimate dan dipercaya untuk berbicara atas nama budaya lokal.

Lebih jauh, keterlibatan aktor politik dalam struktur DKKB juga dapat dibaca melalui konsep ruang publik Habermas (1989). DKKB berfungsi sebagai arena mediasi antara negara dan masyarakat sipil, di mana kepentingan kebijakan dan aspirasi komunitas seni dinegosiasikan dalam bentuk kegiatan budaya. Namun, berbeda dari arena politik formal yang bersifat konflikual, ruang publik budaya yang dimediasi DKKB cenderung dibingkai media sebagai ruang konsensus. Media tidak menonjolkan potensi konflik kepentingan, melainkan memproduksi narasi kolaborasi dan harmoni antara pemerintah, seniman, dan masyarakat.

Dengan demikian, framing media terhadap DKKB sebagai penyelenggara event budaya dengan dukungan struktural bukanlah praktik jurnalistik yang netral, melainkan bagian dari proses produksi legitimasi simbolik. DKKB tampil sebagai agen politik komunikasi budaya yang efektif: mengemas kepentingan politik dan pembangunan dalam bentuk narasi budaya yang diterima secara luas oleh publik. Temuan ini menegaskan bahwa politik komunikasi budaya di Banyumas berlangsung secara kolaboratif, melalui simbol, representasi, dan legitimasi yang dibangun bersama oleh lembaga budaya, aktor politik, dan media.

Tabel 1. Analisis Framing Pemberitaan DKKB

Elemen Framing	Apa yang Ditonjolkan	Contoh dari Data
Definisi Masalah	Pelestarian budaya lokal perlu ruang publik	Event Banyumas Aesthetic diposisikan sebagai solusi pelestarian
Aktor & Penyebab	Pemerintah & legislatif sebagai pendukung utama	Bupati sebagai Ketua DKKB, DPRD melalui Pokir, DINPORABUDPAR sebagai penanggungjawab anggaran
Penilaian Moral	Budaya sebagai aset identitas bersama	Media menekankan nilai kebanggaan lokal
Rekomendasi Solusi	Event + media sosial sebagai media publik budaya	Event + konten digital sebagai sarana komunikasi publik

Tabel ini mengilustrasikan pola framing media yang menempatkan DKKB dalam konteks legitimasi kultur dan komunikasi publik. Framing media seperti ini selaras dengan cara media membangun narasi budaya sebagai upaya *cultural mediation* antara komunikasi dan kekuasaan.

2. Framing Positif terhadap Keterlibatan Politik

Media mencitrakan keterlibatan politisi bukan semata sebagai kepentingan politik formal, melainkan sebagai bentuk dukungan terhadap pelestarian budaya. Misalnya, narasi *Suara Merdeka Banyumas* mengenai dukungan DPRD terhadap pertunjukan Ebeg atau sendratari digambarkan sebagai *"dukungan anggota DPRD terhadap pertunjukan Ebeg sebagai bentuk kepedulian terhadap kelangsungan seni tradisi."* Representasi ini menunjukkan bagaimana media membingkai kehadiran dan dukungan politisi sebagai tindakan moral yang berorientasi pada kepentingan budaya, bukan sebagai strategi pencitraan politik elektoral.

Framing semacam ini sejalan dengan konsep legitimasi simbolik dalam kajian politik komunikasi. McNair (2018) menjelaskan bahwa legitimasi politik tidak selalu dibangun melalui kebijakan atau pernyataan resmi, melainkan melalui representasi simbolik yang menciptakan

kesan keberpihakan terhadap nilai-nilai yang dihormati publik. Dalam konteks budaya lokal Banyumas, dukungan terhadap seni tradisi seperti Ebeg menjadi simbol kepedulian terhadap identitas dan warisan kultural, yang secara implisit meningkatkan legitimasi aktor politik di mata masyarakat.

Dari perspektif analisis framing Entman (1993), media melakukan seleksi aspek realitas dengan menonjolkan dimensi kepedulian dan pelestarian, sementara dimensi politis seperti kepentingan kekuasaan, alokasi anggaran, atau kalkulasi elektoral cenderung diredam. Dengan demikian, pendefinisian masalah diarahkan pada ancaman kepunahan seni tradisi, aktor penyebab diletakkan pada dinamika modernisasi, dan solusi ditampilkan dalam bentuk dukungan legislatif dan institusional. Penilaian moral yang muncul adalah bahwa politisi yang mendukung seni tradisi merupakan aktor yang bertanggung jawab secara sosial.

Framing positif terhadap keterlibatan politik ini juga terlihat dalam pemberitaan media lain, seperti RRI dan Antara Jawa Tengah, yang menempatkan peran DPRD dan pemerintah daerah sebagai mitra strategis DKKB dalam menjaga keberlanjutan budaya. Media-media tersebut sering menyoroti kolaborasi antara DKKB, legislatif, dan pemerintah daerah dalam konteks pelestarian seni tradisional dan penguatan identitas lokal. Pola pemberitaan ini memperkuat narasi bahwa keterlibatan politik merupakan bagian integral dari ekosistem budaya, bukan bentuk dominasi kekuasaan atas seni.

Dalam kerangka *political economy of communication*, Mosco (2009) menegaskan bahwa relasi kekuasaan dalam komunikasi budaya tidak selalu hadir dalam bentuk kontrol langsung atau represi, tetapi sering kali dibangun melalui narasi simbolik dan konsensus ideologis. Dukungan DPRD terhadap pertunjukan seni, sebagaimana dibingkai media, menjadi contoh bagaimana kekuasaan bekerja secara halus (soft power), dengan mengasosiasikan aktor politik pada nilai-nilai kebudayaan yang positif. Narasi ini menutupi relasi material seperti politik anggaran dan kebijakan, dan menggantinya dengan wacana moral dan kultural yang lebih dapat diterima publik.

Lebih jauh, framing positif ini juga berkaitan dengan fungsi DKKB sebagai mediator komunikasi budaya. Dengan menempatkan dukungan politik dalam konteks pelestarian seni, media secara tidak langsung memperkuat posisi DKKB sebagai lembaga yang mampu mengharmoniskan kepentingan politik dan kultural. DKKB diposisikan sebagai aktor yang mengelola relasi tersebut sehingga tidak tampak konflikual, melainkan kolaboratif. Dalam perspektif komunikasi budaya (Hall, 1997), hal ini menunjukkan bagaimana makna budaya dikonstruksikan secara hegemonik melalui representasi yang didukung oleh institusi dan kekuasaan.

Dari sudut pandang ruang publik Habermas (1989), framing media terhadap keterlibatan politisi dalam kegiatan DKKB memperlihatkan terbentuknya ruang publik budaya yang bersifat konsensual. Media tidak memfasilitasi debat kritis mengenai batas antara politik dan seni, melainkan memproduksi narasi harmoni antara negara dan budaya. Meskipun berpotensi meredam kritik, framing ini sekaligus memperlihatkan bagaimana budaya digunakan sebagai medium komunikasi politik yang relatif aman dan diterima oleh publik.

Dengan demikian, framing positif terhadap keterlibatan politik DKKB menunjukkan bahwa media berperan aktif dalam menormalisasi relasi antara kekuasaan dan budaya. Keterlibatan politisi direpresentasikan sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial, sementara DKKB tampil sebagai aktor sentral yang mengorkestrasi legitimasi simbolik tersebut. Temuan ini memperkuat argumen bahwa politik komunikasi budaya di Banyumas berlangsung melalui mekanisme simbolik dan kolaboratif, di mana media berfungsi sebagai produsen makna yang mempertemukan kepentingan politik dan kebudayaan dalam satu narasi yang diterima publik.

3. Framing Event Budaya sebagai Ruang Rekonstruksi Identitas Lokal

Berita mengenai *Festival Film Banyumas 2025* yang merupakan hasil kolaborasi antara Dewan Kesenian Kabupaten Banyumas (DKKB) dan Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Muhammadiyah Purwokerto (DKV UMP) diposisikan media sebagai ruang integrasi antara budaya dan pendidikan. Pemberitaan di laman resmi *ump.ac.id* menyatakan bahwa *"Festival Film Banyumas menghadirkan film-film dokumenter yang menggambarkan kehidupan budaya Banyumas sebagai bentuk representasi seni modern dan tradisional."* Narasi ini memperlihatkan bagaimana event budaya tidak semata dipahami sebagai kegiatan seni, melainkan sebagai medium refleksi, dokumentasi, dan reproduksi makna budaya Banyumas dalam konteks kekinian.

Dalam perspektif komunikasi budaya, framing ini menunjukkan fungsi event budaya sebagai ruang representasi dan rekonstruksi identitas lokal. Hall (1997) menegaskan bahwa identitas budaya bukanlah sesuatu yang tetap, melainkan selalu berada dalam proses *becoming*—dibentuk dan dibingkai ulang melalui praktik representasi. Festival film, melalui medium audio-visual, memungkinkan proses reartikulasi identitas Banyumas dengan bahasa visual yang dekat dengan generasi muda dan publik digital. Dokumentasi budaya dalam bentuk film menjadi sarana penting untuk menerjemahkan tradisi ke dalam format modern tanpa kehilangan makna simboliknya.

Framing media terhadap Festival Film Banyumas juga mencerminkan konsep *unique cultural capital*, yakni budaya sebagai sumber daya simbolik yang memiliki nilai diferensiatif dan daya saing (Bourdieu, 1991). Dengan mengemas kehidupan budaya Banyumas dalam bentuk film dokumenter, event ini tidak hanya memproduksi artefak seni, tetapi juga membangun narasi bahwa Banyumas memiliki kekayaan budaya yang layak diposisikan dalam wacana budaya nasional. Media berperan dalam mengangkat nilai tersebut melalui penekanan pada aspek edukatif, kreatif, dan kolaboratif dari event.

Pola framing serupa juga ditemukan dalam pemberitaan media lain seperti RRI dan Antara Jawa Tengah, yang menempatkan event budaya kolaboratif sebagai sarana penguatan identitas daerah dan regenerasi pelaku budaya. Media-media tersebut menekankan bahwa keterlibatan institusi pendidikan dalam kegiatan budaya merupakan strategi penting untuk menjaga keberlanjutan tradisi sekaligus mendorong inovasi. Dengan demikian, event budaya dibingkai sebagai ruang temu antara tradisi, pendidikan, dan industri kreatif, yang memperluas fungsi budaya dari sekadar pelestarian menuju pengembangan.

Dalam kerangka analisis framing Entman (1993), pendefinisian masalah diarahkan pada tantangan keberlanjutan budaya lokal di tengah modernisasi dan globalisasi. Aktor yang ditonjolkan adalah DKKB dan institusi pendidikan sebagai agen solusi, sementara solusi yang ditawarkan berupa penyelenggaraan event kreatif berbasis media. Penilaian moral yang muncul adalah bahwa upaya dokumentasi dan edukasi budaya melalui film merupakan bentuk tanggung jawab sosial dan kultural yang progresif. Framing ini mengarahkan publik untuk memaknai Festival Film Banyumas sebagai praktik budaya yang visioner dan relevan dengan kebutuhan zaman.

Temuan ini berhubungan erat dengan hasil studi Setyanugraha et al. (2025) mengenai *Lengger Bicara*, yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi multi-level—melibatkan event luring, pemberitaan media, dan konten digital—berhasil membangun citra budaya Banyumas secara berkelanjutan. Kedua kasus tersebut memperlihatkan bahwa event budaya tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi bagian dari ekosistem komunikasi yang dirancang untuk memperkuat identitas lokal melalui berbagai kanal komunikasi. Media berfungsi sebagai penguat wacana yang menghubungkan praktik budaya lokal dengan audiens yang lebih luas.

Dari sudut pandang politik komunikasi budaya, framing event sebagai ruang integrasi budaya dan pendidikan juga berimplikasi pada legitimasi kelembagaan DKKB. DKKB tidak hanya tampil sebagai penyelenggara event, tetapi sebagai arsitek narasi identitas lokal, yang mampu memadukan kepentingan kebudayaan, pendidikan, dan pembangunan daerah. Media melalui pemberitaan tersebut turut memperkuat posisi DKKB sebagai aktor strategis dalam produksi makna budaya Banyumas.

Dengan demikian, framing Festival Film Banyumas sebagai ruang rekonstruksi identitas lokal menunjukkan bahwa media berperan aktif dalam membentuk wacana budaya yang adaptif dan progresif. Event budaya direpresentasikan bukan sekadar sebagai perayaan seni, tetapi sebagai strategi komunikasi yang mampu memperbaharui makna identitas Banyumas di tengah dinamika sosial dan media digital. Temuan ini mempertegas bahwa politik komunikasi budaya di Banyumas berlangsung melalui praktik representasi yang kreatif, kolaboratif, dan terintegrasi lintas sektor.

4. Media Digital sebagai Ruang Mediasi

Konten Instagram dan YouTube DKKB memperkuat narasi budaya sebagai pengalaman kolektif yang dialogis. Melalui representasi visual seperti potongan pertunjukan seni, dokumentasi event, wawancara seniman, hingga cuplikan suasana ruang budaya, DKKB memproduksi pesan budaya yang tidak hanya informatif tetapi juga partisipatif. Representasi visual budaya lokal dalam media sosial memungkinkan pesan budaya menjangkau generasi muda secara lebih efektif, sebagaimana dikaji dalam literatur media digital dan budaya yang menekankan pergeseran konsumsi budaya ke format visual dan interaktif (Couldry, 2012).

Dalam perspektif komunikasi budaya, media digital berfungsi sebagai ruang representasi sekaligus mediasi makna. Hall (1997) menekankan bahwa makna budaya dibentuk melalui proses encoding dan decoding yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan pengalaman audiens. Platform seperti Instagram dan YouTube memungkinkan proses ini berlangsung secara dialogis, di mana audiens tidak hanya menerima pesan, tetapi juga memberikan respons melalui komentar, berbagi konten, dan interaksi digital lainnya. Dengan demikian, budaya tidak lagi dikomunikasikan secara satu arah, melainkan dinegosiasikan secara kolektif di ruang digital.

Media digital juga menguatkan fungsi DKKB sebagai mediator antara negara, aktor politik, dan publik budaya. Dalam kerangka ruang publik Habermas (1989), platform digital dapat dipahami sebagai bentuk ruang publik baru (*networked public sphere*), di mana komunikasi tidak lagi dimonopoli oleh institusi media arus utama. DKKB memanfaatkan ruang ini untuk memperluas jangkauan komunikasinya, sekaligus membangun kedekatan simbolik dengan masyarakat, terutama generasi muda yang menjadi pengguna utama media sosial.

Selain akun resmi DKKB, narasi budaya juga diperkuat melalui akun media sosial tokoh politik dan pejabat daerah Banyumas. Misalnya, unggahan Ketua DPRD Banyumas, Subagyo, yang mendokumentasikan kehadiran dan dukungannya terhadap kegiatan budaya DKKB, memperlihatkan bagaimana aktor legislatif menggunakan media sosial untuk mengafirmasi komitmen terhadap pelestarian budaya. Konten semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai komunikasi personal, tetapi juga sebagai pesan politik simbolik yang mengaitkan kekuasaan legislatif dengan nilai-nilai budaya lokal.

Pola serupa juga tampak pada unggahan pejabat eksekutif, seperti Kepala Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata (DINPORABUDPAR) serta Kepala Bidang Kebudayaan, yang secara rutin membagikan dokumentasi kegiatan DKKB dan event budaya Banyumas melalui akun media sosial resmi DINPORABUDPAR. Media sosial para pejabat ini berfungsi sebagai saluran legitimasi tambahan, yang memperkuat narasi bahwa DKKB merupakan mitra strategis pemerintah dalam pengelolaan kebudayaan daerah. Dalam perspektif

political economy of communication (Mosco, 2009), praktik ini menunjukkan bagaimana kekuasaan simbolik bekerja melalui integrasi antara struktur birokrasi dan komunikasi digital.

Framing media digital terhadap DKKB dan kegiatan budayanya juga memperlihatkan normalisasi kolaborasi antara budaya dan politik. Tidak seperti media arus utama yang cenderung bersifat formal, media sosial menghadirkan representasi yang lebih personal, emosional, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat keterlibatan aktor politik dalam kegiatan budaya tidak terbaca sebagai intervensi kekuasaan, melainkan sebagai bentuk partisipasi dan kepedulian. Narasi semacam ini memperkuat legitimasi simbolik DKKB sekaligus mengaburkan batas antara komunikasi budaya dan komunikasi politik.

Media daring nasional dan lokal seperti RRI, Antara Jawa Tengah, serta portal berita daerah juga sering mengutip atau merujuk konten media sosial DKKB dan pejabat daerah sebagai sumber informasi. Praktik ini menunjukkan adanya sirkulasi wacana lintas platform, di mana narasi budaya diproduksi di media sosial, lalu diperkuat kembali melalui media arus utama. Dalam konteks ini, media digital berfungsi sebagai ruang awal produksi wacana, sementara media massa bertindak sebagai penguat legitimasi.

Dengan demikian, media digital dapat dipahami sebagai ruang mediasi strategis dalam politik komunikasi budaya Banyumas. DKKB, bersama aktor politik dan birokrasi budaya, memanfaatkan media sosial untuk membangun narasi budaya yang dialogis, partisipatif, dan inklusif. Representasi ini tidak hanya memperluas jangkauan budaya Banyumas, tetapi juga membentuk pemahaman publik tentang hubungan harmonis antara kekuasaan, kebudayaan, dan masyarakat. Temuan ini menegaskan bahwa politik komunikasi budaya di Banyumas semakin dimediasi oleh logika media digital, yang menggabungkan simbol, visual, dan interaksi sebagai sumber utama legitimasi dan pembentukan identitas kolektif.

KESIMPULAN

Hasil analisis framing menunjukkan bahwa media daring dan konten digital secara konsisten membingkai Dewan Kesenian Kabupaten Banyumas (DKKB) sebagai aktor kunci dalam politik komunikasi budaya lokal. Melalui pemberitaan media dan representasi digital, budaya diposisikan sebagai isu publik yang memiliki nilai legitimasi kolektif, sementara DKKB ditampilkan sebagai institusi yang sah dan strategis dalam menjaga, mengelola, serta merepresentasikan identitas kultural Banyumas. Kesimpulan ini menegaskan bahwa praktik komunikasi budaya tidak dapat dipisahkan dari dinamika politik komunikasi, terutama dalam konteks kebudayaan daerah yang semakin dimediasi oleh media.

1. Framing DKKB sebagai Agen Legitimasi Budaya

   Media membingkai DKKB sebagai wadah legitimasi budaya lokal melalui penonjolan keterlibatan struktural dan institusional, baik dari pemerintah daerah maupun legislatif. DKKB direpresentasikan sebagai simpul komunikasi yang menghubungkan negara, komunitas seni, dan publik budaya. Framing ini memperkuat posisi DKKB sebagai otoritas kultural yang legitimate, bukan sekadar penyelenggara kegiatan seni. Melalui dukungan simbolik dan struktural yang ditampilkan media, budaya Banyumas ditempatkan sebagai kepentingan publik yang memperoleh pengakuan resmi dalam ruang kekuasaan daerah.

2. Framing Positif terhadap Keterlibatan Politik

   Keterlibatan aktor politik, khususnya legislatif dan kepala daerah, dibingkai media secara positif sebagai bentuk kepedulian terhadap pelestarian budaya, bukan sebagai kepentingan politik elektoral. Media menonjolkan dimensi moral dan simbolik dari dukungan politik terhadap seni tradisi, sehingga relasi antara budaya dan kekuasaan tampil harmonis dan kolaboratif. Framing ini memperlihatkan bagaimana legitimasi politik dibangun melalui narasi

budaya, sejalan dengan pandangan ekonomi politik komunikasi yang menempatkan simbol dan konsensus sebagai mekanisme utama kekuasaan. Konflik politik formal cenderung diredam, digantikan oleh narasi dukungan dan sinergi.

3. Framing Event Budaya sebagai Ruang Rekonstruksi Identitas Lokal
   Event budaya yang difasilitasi DKKB, seperti Banyumas Aesthetic dan Festival Film Banyumas, dibingkai media sebagai ruang rekonstruksi identitas lokal. Media menempatkan event budaya tidak hanya sebagai perayaan seni, tetapi sebagai sarana refleksi, dokumentasi, dan pembaruan makna budaya Banyumas. Melalui integrasi antara tradisi, pendidikan, dan media kreatif, event budaya direpresentasikan sebagai strategi komunikasi yang mampu menerjemahkan identitas lokal ke dalam bahasa kontemporer. Framing ini memperkuat posisi budaya sebagai *unique cultural capital* yang relevan dalam wacana pembangunan daerah dan pariwisata.
4. Media Digital sebagai Ruang Mediasi
   Media digital—khususnya Instagram dan YouTube—berfungsi sebagai ruang mediasi utama dalam politik komunikasi budaya Banyumas. Melalui representasi visual dan interaksi dialogis, DKKB dan aktor politik daerah memproduksi narasi budaya yang partisipatif dan inklusif, menjangkau generasi muda secara efektif. Media digital tidak hanya memperluas jangkauan pesan budaya, tetapi juga membangun legitimasi simbolik melalui kedekatan, personalisasi, dan sirkulasi wacana lintas platform. Dalam konteks ini, media digital berperan sebagai ruang publik baru yang mempertemukan kepentingan kebudayaan, politik, dan masyarakat dalam relasi yang relatif konsensual.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa politik komunikasi budaya di Kabupaten Banyumas berlangsung melalui mekanisme framing media yang bersifat kolaboratif dan simbolik. DKKB tampil sebagai aktor sentral yang mampu memediasi kepentingan kekuasaan dan kebudayaan melalui representasi media dan praktik digital. Studi ini menegaskan pentingnya pendekatan komunikasi politik dan komunikasi budaya dalam memahami kebudayaan daerah, serta membuka peluang penelitian lanjutan untuk mengkaji resepsi publik, dinamika kekuasaan yang lebih kritis, dan dampak jangka panjang praktik komunikasi budaya terhadap identitas lokal.

REFERENSI

Castells, M. (2009). Communication power. Oxford University Press.

Couldry, N. (2012). Media, society, world: Social theory and digital media practice. Polity.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51–58.

Fairclough, N. (1995). Media discourse. Edward Arnold.

Habermas, J. (1989). The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society. MIT Press.

Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage.

McNair, B. (2018). An introduction to political communication (6th ed.). Routledge.

Mosco, V. (2009). The political economy of communication (2nd ed.). Sage.

Setyanugraha, R. S., Alfajri Laksawukir, A., & Panggayuh, D.A. (2025). Representasi budaya pada event Lengger Bicara untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan di Kabupaten Banyumas. OPTIMAL Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 5(3), 427–438.

Urry, J. (2002). The tourist gaze (2nd ed.). Sage Publications.

https://www.banyumaskab.go.id/detail/berita2/19

https://banyumas.suaramerdeka.com/banyumas/0914090984/pelestarian-kesenian-asli-banyumas-digencarkan-melalui-gelar-budaya-dprd-dorong-ebeg-bisa-mendunia

https://banyumas.suaramerdeka.com/gaya-hidup/0911412345/sadewo-tri-lastiono-kembali-pimpin-dewan-kesenian-kabupaten-banyumas-siap-dukung-sentra-budaya-banyumas-kota-lama
https://banyumas.suaramerdeka.com/gaya-hidup/0913559782/banyumas-aesthetic-kota-lama-wujud-pelestarian-dan-pemajuan-seni-budaya-banyumasan
https://www.instagram.com/banyumas.aesthetic/
https://www.instagram.com/dinporabudpar_banyumas/
https://www.instagram.com/p/DMxdj9PRsvM/
https://www.instagram.com/p/DOG0OKTE2ZM/?img_index=1
http://instagram.com/p/DOvktciksln/
https://www.instagram.com/p/DQI8M6TEXXJ/
https://www.youtube.com/@banyumasartscouncil2397
https://rri.co.id/daerah/485344/kunci-supaya-kesenian-tradisional-tidak-punah-ditelan-zaman
https://ump.ac.id/Berita-4128-Kerja.Sama.DKV.UMP.dan.Dewan.Kesenian.Banyumas.Gelar.Festival.Film.Banyumas.2025.html