



Kajian Strategi Promosi dan Komunikasi Ubud Writers & Readers Festival melalui Integrasi Media Tradisional dan Digital

Ida Ayu Suci Aksara Jejineng^{1*}, Ni Putu Yunita Anggreswari¹, Sahri Aflah Ramadiansyah¹, Putri Ekaresty Haes¹

¹Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Indonesia

*Corresponding Author's e-mail: iasuciaksara@gmail.com

Article History:

Received: November 12, 2025

Revised: November 24, 2025

Accepted: December 29, 2025

Keywords:

Ubud Writers & Readers Festival, marketing communication, conventional media, digital media, cultural promotion

Abstract: *This study explores the communication and marketing strategies of the Ubud Writers & Readers Festival (UWRF) through the use of both conventional and digital media. Positioned as one of Southeast Asia's leading literary events, UWRF not only functions as a cultural platform but also as a case study of how traditional and modern communication approaches coexist in promoting cultural tourism. Using a qualitative descriptive method, this research analyzes official promotional materials, media coverage, and digital campaigns implemented by the UWRF committee. The findings reveal that while conventional media such as print advertisements, brochures, and public relations remain essential for maintaining credibility and reaching local audiences, digital platforms—particularly social media and the official website—have become central in expanding international engagement. The integration of both media types demonstrates a hybrid communication strategy that balances authenticity, accessibility, and global visibility. This study contributes to communication and cultural studies by illustrating how cultural events in Indonesia adapt marketing communication practices to the challenges of digital transformation while preserving local identity and cultural narrative.*

Copyright © 2025, The Author(s).
This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Jejineng, I. A. S. A., Anggreswari, N. P. Y., Ramadiansyah, S. A., & Haes, Putri E. (2025). Kajian Strategi Promosi dan Komunikasi Ubud Writers & Readers Festival melalui Integrasi Media Tradisional dan Digital. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(12), 3927–3935. <https://doi.org/10.55681/sentri.v4i12.4961>

PENDAHULUAN

Festival sastra merupakan salah satu bentuk komunikasi budaya yang memiliki peran strategis dalam membangun jembatan lintas budaya dan memperkuat diplomasi kultural antarbangsa (Sapiro, 2022). Ia tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga sebagai ruang interaksi intelektual di mana ide, nilai, dan identitas kebangsaan dinegosiasikan serta dipertukarkan. Dalam ekosistem komunikasi global, festival sastra menempati posisi penting karena memadukan unsur estetika, pendidikan, dan promosi budaya. Melalui diskusi, pembacaan karya, dan pertemuan lintas generasi penulis, festival sastra menjadi wahana yang memfasilitasi dialog antarperadaban dan memperluas pemahaman tentang kemanusiaan melalui bahasa dan sastra.

Di Indonesia, Ubud Writers & Readers Festival (UWRF) telah tumbuh menjadi salah satu ajang sastra paling bergengsi di kawasan Asia Tenggara yang menghadirkan penulis, pembaca, akademisi, dan jurnalis dari berbagai negara. Festival ini bukan hanya sekadar kegiatan tahunan, melainkan manifestasi dari kemampuan Indonesia, khususnya Bali, dalam memposisikan diri sebagai pusat kebudayaan global. UWRF telah berhasil

menggabungkan nilai lokal dan semangat universal, menjadikan Ubud bukan hanya destinasi wisata alam, tetapi juga destinasi intelektual yang mempertemukan berbagai perspektif tentang kemanusiaan, kreativitas, dan keberagaman budaya. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari strategi komunikasi yang dirancang dengan cermat, yang tidak hanya berorientasi pada penyebaran informasi, tetapi juga pada pembentukan citra dan penguatan makna simbolik festival sebagai ruang pertemuan lintas budaya. Dalam konteks komunikasi massa modern, daya tarik dan keberlangsungan UWRF bergantung pada sejauh mana strategi komunikasi yang diterapkan mampu menyesuaikan diri dengan dinamika media dan perilaku khalayak yang terus berubah.

Perubahan pola konsumsi media di masyarakat global saat ini menuntut penyelenggara festival untuk beradaptasi dengan cepat (Van Winkle et al., 2018). Media konvensional seperti surat kabar, majalah, baliho, dan siaran radio tetap memiliki peran penting dalam menjaga kredibilitas dan menjangkau audiens lokal, terutama masyarakat Bali dan wisatawan domestik yang masih mengandalkan informasi dari kanal tradisional. Bentuk-bentuk media tersebut memberikan sentuhan personal dan kedekatan komunitas yang sulit tergantikan oleh media digital. Namun, perkembangan teknologi komunikasi dan internet telah menggeser lanskap promosi budaya secara signifikan. Media digital menawarkan kecepatan, interaktivitas, dan jangkauan global yang memungkinkan pesan budaya disebarluaskan melampaui batas geografis. Melalui platform seperti Instagram, Facebook, X (Twitter), dan situs web resmi, UWRF mampu mempublikasikan kegiatan secara real-time, menciptakan keterlibatan audiens (engagement) yang lebih tinggi, dan memperluas partisipasi masyarakat internasional yang tidak dapat hadir secara langsung.

Integrasi antara media konvensional dan digital ini menandai pergeseran paradigma komunikasi dari model linier dan satu arah menuju model partisipatif yang menempatkan audiens sebagai subjek aktif. Dalam paradigma baru ini, pesan tidak lagi dianggap final setelah disampaikan, tetapi terus dinegosiasi melalui umpan balik, interaksi, dan kolaborasi yang terjadi di ruang publik digital. Dalam konteks UWRF, strategi komunikasi tidak lagi berhenti pada penyampaian informasi tentang jadwal acara atau profil pembicara, melainkan berkembang menjadi upaya membangun dialog, menciptakan rasa memiliki, serta memperkuat jaringan komunitas pembaca dan penulis lintas budaya. Media sosial menjadi ruang ekspresi bersama, tempat di mana pengalaman individual audiens berubah menjadi narasi kolektif yang memperkaya citra festival.

Dengan demikian, penelitian terhadap strategi komunikasi pemasaran Ubud Writers & Readers Festival menjadi relevan dan signifikan. Ia bukan hanya berfungsi untuk memahami efektivitas promosi sebuah acara, melainkan juga untuk menelaah bagaimana festival budaya berperan dalam membentuk wacana identitas dan citra bangsa melalui integrasi media konvensional dan digital. UWRF menghadirkan contoh konkret bagaimana komunikasi budaya dapat menjadi instrumen diplomasi yang halus (soft diplomacy), memperkenalkan Indonesia kepada dunia bukan melalui propaganda, melainkan melalui karya, narasi, dan interaksi yang autentik. Kajian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi budaya dan pemasaran, dengan menunjukkan bahwa keberhasilan suatu festival budaya tidak hanya ditentukan oleh program artistik yang ditawarkan, tetapi juga oleh bagaimana pesan budaya itu dikomunikasikan secara strategis di tengah arus globalisasi digital.

LANDASAN TEORI

1. Komunikasi Pemasaran dan Promosi Budaya

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa komunikasi pemasaran merupakan suatu proses strategis dalam menyampaikan pesan yang dirancang untuk membangun kesadaran, menumbuhkan minat, serta mendorong tindakan terhadap suatu produk, layanan, atau kegiatan. Dalam kerangka modern, komunikasi pemasaran tidak lagi sekadar mempromosikan barang secara komersial, melainkan juga berfungsi membangun citra, kepercayaan, dan keterhubungan emosional antara penyelenggara dan khalayaknya. Proses ini melibatkan serangkaian elemen komunikasi yang saling terintegrasi — seperti periklanan, hubungan masyarakat (public relations), promosi penjualan, pemasaran langsung, hingga pemasaran digital — yang bekerja secara sinergis untuk menghasilkan dampak persuasi yang efektif.

Dalam konteks kebudayaan, komunikasi pemasaran mengalami perluasan makna yang lebih mendalam. Morrison (2019) menegaskan bahwa strategi komunikasi budaya tidak semata bertujuan ekonomi, tetapi juga ideologis, yakni memperkenalkan nilai-nilai, identitas, dan narasi suatu bangsa kepada publik internasional melalui simbol-simbol kultural. Promosi budaya tidak hanya mengandalkan daya tarik artistik, tetapi juga berupaya mengonstruksi citra bangsa di mata dunia. Dengan demikian, setiap kegiatan promosi budaya dapat dipahami sebagai bentuk diplomasi kultural (cultural diplomacy), di mana komunikasi berperan penting dalam membangun hubungan sosial antarnegara melalui seni, sastra, dan warisan budaya.

Dalam konteks ini, festival sastra seperti Ubud Writers & Readers Festival (UWRF) memiliki fungsi ganda: di satu sisi sebagai ruang estetika dan ekspresi kreatif, dan di sisi lain sebagai instrumen promosi budaya yang berorientasi global. Melalui UWRF, nilai-nilai budaya Indonesia, khususnya kearifan lokal Bali, dikomunikasikan kepada audiens internasional melalui kegiatan sastra, diskusi, dan pertunjukan seni. Purnami et al. (2022) menekankan bahwa promosi budaya seperti ini memperkuat posisi Indonesia sebagai destinasi wisata budaya yang memiliki kedalaman intelektual dan spiritual. Beragam bentuk komunikasi digunakan — mulai dari media cetak, televisi, radio, hingga media sosial — untuk memperluas jangkauan pesan dan memperkuat citra festival. Dengan demikian, strategi komunikasi pemasaran UWRF bukan hanya berfungsi memperkenalkan acara, tetapi juga menegaskan identitas nasional dan memperkuat soft power Indonesia dalam ranah internasional.

2. Teori Integrasi Media

Dalam studi komunikasi kontemporer, teori konvergensi media yang dikemukakan oleh Jenkins (2006) menjadi salah satu konsep penting dalam memahami dinamika media saat ini. Teori ini menjelaskan bahwa batas antara media konvensional (seperti surat kabar, radio, dan televisi) dan media digital (seperti internet dan media sosial) semakin kabur. Konvergensi tidak hanya mengacu pada percampuran teknologi, tetapi juga pada perubahan budaya partisipasi masyarakat dalam memproduksi dan mengonsumsi informasi. Fenomena ini melahirkan bentuk komunikasi baru yang bersifat kolaboratif, di mana audiens tidak lagi menjadi penerima pasif, melainkan turut berperan aktif dalam membentuk makna pesan.

Integrasi antara media konvensional dan digital memungkinkan pencapaian audiens yang lebih luas sekaligus menjaga kedalaman pesan yang ingin disampaikan (Singh, 2024). Media konvensional masih dianggap memiliki nilai kredibilitas dan prestise, terutama di kalangan masyarakat yang lebih mengandalkan sumber informasi tradisional. Sementara

itu, media digital menghadirkan fleksibilitas, kecepatan, dan interaktivitas yang membuat pesan dapat tersebar secara instan dan lintas batas geografis. Ketika kedua media ini digabungkan, organisasi mampu menciptakan strategi komunikasi yang tidak hanya efektif secara jangkauan, tetapi juga kuat secara makna.

Festival budaya yang berhasil menerapkan strategi konvergensi biasanya mampu menyeimbangkan kedua fungsi media tersebut. Dalam konteks UWRF, sinergi ini terlihat dari upaya panitia menggunakan media cetak dan televisi lokal untuk menjaga kehadiran fisik dan kredibilitas acara, sementara media sosial dimanfaatkan untuk membangun keterlibatan emosional dan interaksi langsung dengan audiens global. Integrasi ini menjadikan UWRF sebagai model praktik komunikasi budaya di era digital yang tetap menghargai nilai tradisional sembari merangkul inovasi teknologi. Melalui konvergensi, pesan budaya menjadi lebih cair, adaptif, dan berdaya jangkau tinggi tanpa kehilangan keotentikannya.

3. Model Komunikasi Interaktif

Grunig dan Hunt (1984) dalam teori komunikasi dua arah simetris menekankan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya berjalan satu arah dari pengirim ke penerima pesan, tetapi melibatkan dialog dan partisipasi publik untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan audiensnya. Model ini berangkat dari gagasan bahwa keberhasilan komunikasi bukan diukur dari seberapa banyak informasi disampaikan, melainkan sejauh mana terjadi pemahaman dan kesepakatan timbal balik antara kedua belah pihak. Dalam konteks organisasi budaya, penerapan model ini menuntut kemampuan untuk mendengarkan, merespons, dan beradaptasi terhadap kebutuhan audiens.

Dalam praktiknya, model dua arah simetris ini sangat relevan dengan strategi komunikasi yang diterapkan oleh UWRF. Festival ini tidak hanya menyebarkan informasi tentang jadwal atau kegiatan, tetapi juga membuka ruang bagi partisipasi aktif peserta dan pengunjung. Melalui forum diskusi, sesi tanya jawab, serta ruang kolaborasi daring, festival menciptakan atmosfer komunikasi yang demokratis dan dialogis. Interaksi di media sosial memperkuat dimensi ini, di mana panitia dan audiens saling bertukar ide, pengalaman, serta rekomendasi dalam waktu nyata.

Lebih jauh, pendekatan komunikasi interaktif memungkinkan terbentuknya sense of belonging di antara komunitas festival (Gedecho et al., 2023). Pengunjung merasa menjadi bagian dari ekosistem budaya, bukan sekadar penonton. Dalam konteks komunikasi modern, hal ini mencerminkan pergeseran dari paradigma penyiaran (broadcasting) ke paradigma keterlibatan (engagement). Model dua arah simetris tidak hanya meningkatkan loyalitas audiens, tetapi juga memperkuat posisi UWRF sebagai ruang dialog budaya yang terbuka dan inklusif. Dengan demikian, teori komunikasi interaktif memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk memahami bagaimana festival budaya seperti UWRF berhasil membangun hubungan jangka panjang dengan khalayaknya melalui komunikasi yang partisipatif dan reflektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Ubud Writers & Readers Festival (UWRF). Metode ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena komunikasi dalam konteks sosial dan budaya yang kompleks tanpa mengabaikan makna di baliknya. Studi kasus UWRF dianggap relevan karena

festival ini merupakan contoh nyata integrasi media konvensional dan digital dalam promosi budaya berskala internasional.

Objek penelitian berfokus pada strategi komunikasi pemasaran UWRF, yang meliputi aktivitas promosi melalui dua jalur utama: media konvensional (koran, majalah, baliho, dan radio) serta media digital (website, Instagram, Facebook, dan X). Dengan menelusuri kedua bentuk media ini, penelitian berupaya menjelaskan bagaimana UWRF menjaga kredibilitas budaya sekaligus memperluas jangkauan global.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama. Pertama, observasi nonpartisipatif terhadap konten promosi seperti poster, situs web, dan unggahan media sosial untuk menilai pola pesan dan gaya komunikasi. Kedua, dokumentasi, berupa analisis publikasi seperti artikel media, majalah, dan siaran pers yang menyoroti kegiatan UWRF. Ketiga, wawancara mendalam dengan panitia dan relawan yang terlibat dalam penyusunan strategi promosi.

Analisis data dilakukan secara tematik, yakni dengan mengidentifikasi pola komunikasi, strategi penyampaian pesan, dan peran masing-masing media dalam membentuk citra festival. Untuk menjaga keabsahan temuan, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara. Langkah ini memastikan interpretasi yang diperoleh valid, konsisten, dan mencerminkan praktik komunikasi UWRF secara nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Media Konvensional: Kredibilitas dan Citra Budaya

Meskipun era digital mendominasi lanskap komunikasi global, Ubud Writers & Readers Festival (UWRF) secara sadar tetap mempertahankan penggunaan media konvensional seperti surat kabar, majalah, baliho, brosur, dan siaran radio sebagai bagian integral dari strategi promosinya. Keputusan ini bukan tanpa alasan: media konvensional memiliki peran simbolik dan kultural yang kuat dalam membangun kredibilitas serta legitimasi budaya. Dalam konteks masyarakat Indonesia—khususnya di Bali—kehadiran informasi melalui media cetak masih dipersepsikan sebagai sumber yang valid dan terpercaya.

Kerja sama strategis dengan media nasional seperti The Jakarta Post, Kompas, dan Bali Advertiser menunjukkan upaya UWRF untuk menjaga citra sebagai festival sastra berskala internasional. Artikel-artikel promosi dan liputan mendalam yang dimuat di media tersebut tidak hanya memperluas eksposur publik, tetapi juga membentuk persepsi positif mengenai profesionalisme dan kualitas festival. Media konvensional, melalui kekuatan editorialnya, menempatkan UWRF sejajar dengan acara budaya bergengsi dunia, seperti Edinburgh International Book Festival atau Melbourne Writers Festival.

Selain media cetak, baliho dan spanduk di ruang publik Ubud memainkan fungsi simbolik yang signifikan. Keberadaannya tidak sekadar berperan sebagai alat promosi visual, tetapi juga sebagai tanda kehadiran fisik festival di tengah komunitas lokal. Penempatan strategis di lokasi-lokasi wisata seperti Monkey Forest, Jalan Raya Ubud, dan Museum Puri Lukisan memberikan efek visual yang menegaskan eksistensi festival di ruang budaya Bali. Hal ini menciptakan pengalaman semiotik bagi masyarakat: setiap kali melewati baliho bertuliskan “Ubud Writers & Readers Festival,” publik tidak hanya melihat iklan, tetapi juga merasakan atmosfer intelektual yang dibangun festival.

Bentuk promosi semacam ini juga memperkuat rasa memiliki (sense of belonging) di kalangan masyarakat lokal. Warga Ubud merasa menjadi bagian dari peristiwa budaya

yang membawa nama daerah mereka ke panggung dunia. Dengan demikian, media konvensional tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi simbolik yang menegaskan hubungan emosional antara festival, masyarakat, dan identitas lokal Bali. Dalam kerangka komunikasi budaya, fungsi ini berkontribusi besar terhadap pembentukan citra positif UWRF sebagai festival yang berakar pada nilai-nilai lokal namun berwawasan global.

2. Strategi Media Digital: Interaktivitas dan Akses Global

Sementara media konvensional mempertahankan kredibilitas dan keintiman lokal, media digital menjadi tulang punggung komunikasi UWRF dalam menjangkau audiens global. Transformasi digital yang meluas di sektor pariwisata dan seni budaya telah memaksa lembaga kultural untuk beradaptasi dengan cepat. Bagi UWRF, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya merupakan bentuk inovasi teknis, tetapi juga strategi komunikasi yang mendasar dalam membangun keterlibatan audiens lintas negara.

Melalui situs web resmi, festival menyediakan berbagai fitur informatif seperti jadwal acara, profil pembicara, sistem registrasi daring, serta artikel blog yang menyoroti tema-tema tahunan. Website ini dirancang bukan hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai portal budaya yang memperkenalkan narasi Indonesia kepada khalayak internasional. Desain antarmuka yang estetis dengan nuansa warna khas Bali menjadi elemen visual yang mengomunikasikan nilai-nilai artistik lokal.

Di sisi lain, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan X (Twitter) digunakan untuk membangun interaktivitas dan engagement jangka panjang dengan komunitas pembaca dan penulis dari berbagai negara. UWRF memanfaatkan pendekatan storytelling digital, yaitu teknik penyampaian pesan yang berpusat pada kisah, gambar, dan video pendek yang menggugah emosi. Melalui unggahan harian berupa kutipan inspiratif, foto suasana festival, dan video refleksi pembicara, UWRF berhasil menciptakan kedekatan emosional dengan audiensnya.

Strategi ini memungkinkan audiens menjadi produsen sekaligus konsumen konten (prosumer). Banyak peserta dan penonton yang mengunggah ulang (repost) atau membuat konten pribadi tentang pengalaman mereka selama festival, yang pada akhirnya memperluas jangkauan promosi secara organik. UWRF juga menggunakan fitur live streaming di Instagram dan YouTube untuk menyiarluaskan sesi diskusi secara langsung, memberikan kesempatan bagi audiens di luar Indonesia untuk ikut berpartisipasi. Hal ini memperkuat posisi UWRF sebagai ruang literasi global yang menghapus batas geografis melalui teknologi komunikasi.

Selain aspek interaktivitas, media digital juga berfungsi sebagai sarana analisis perilaku audiens. Melalui data analitik media sosial, tim komunikasi UWRF dapat memantau tren keterlibatan, minat pengguna, dan respons publik terhadap tema-tema tertentu. Informasi ini kemudian digunakan untuk menyesuaikan strategi komunikasi berikutnya agar lebih relevan dan berdampak. Dengan kata lain, media digital memungkinkan UWRF menerapkan komunikasi dua arah berbasis data yang responsif terhadap dinamika publik global.

3. Integrasi Strategi Komunikasi: Sinergi antara Tradisi dan Inovasi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan UWRF dalam mempertahankan reputasi dan jangkauan globalnya tidak dapat dilepaskan dari kemampuannya mengintegrasikan media konvensional dan digital secara harmonis. Kedua bentuk media ini tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling melengkapi dalam membentuk sistem komunikasi yang berlapis. Media konvensional berfungsi sebagai

penjaga kredibilitas, kontinuitas budaya, dan kehadiran fisik festival, sedangkan media digital berperan sebagai penggerak interaktivitas, inovasi, dan perluasan jangkauan global.

Pendekatan hibrid ini menandai pergeseran paradigma dalam promosi budaya: dari sekadar penyebaran pesan menuju penciptaan ekosistem komunikasi yang saling terhubung (Bollini & Borsotti, 2024). Melalui kombinasi kedua media tersebut, UWRF mampu menghadirkan pengalaman komunikasi yang holistik — di mana audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berpartisipasi dalam membentuk narasi festival.

Sinergi ini juga menjadi strategi penting dalam menjaga keseimbangan citra lokal dan global. Media konvensional membantu mempertahankan nilai-nilai tradisional Bali, seperti kehangatan komunitas dan spiritualitas budaya, sementara media digital memastikan bahwa pesan-pesan tersebut dapat diakses oleh khalayak internasional secara instan. Dengan demikian, UWRF tidak sekadar beradaptasi terhadap teknologi baru, tetapi berhasil menggunakan untuk memperkuat esensi budaya yang diusung.

Strategi komunikasi hibrid UWRF juga menunjukkan bahwa inovasi teknologi tidak harus bertentangan dengan pelestarian tradisi. Justru melalui integrasi yang cermat, keduanya dapat berkolaborasi dalam menciptakan komunikasi budaya yang relevan dengan perkembangan zaman tanpa kehilangan akar identitasnya (Wang & Gu, 2023). Hal ini menjadikan UWRF contoh ideal dari praktik komunikasi lintas media yang berkelanjutan dan berorientasi pada pelestarian nilai-nilai lokal dalam konteks globalisasi budaya.

4. Dimensi Kultural dan Diplomasi Budaya

Lebih dari sekadar strategi promosi acara, pendekatan komunikasi UWRF memiliki makna yang lebih luas dalam konteks diplomasi budaya Indonesia. Festival ini bukan hanya ruang pertukaran sastra, tetapi juga arena simbolik di mana identitas nasional dinegosiasikan dan diproyeksikan kepada dunia. Melalui pesan visual, narasi multibahasa, dan partisipasi lintas negara, UWRF menempatkan Bali sebagai ruang dialog antara Timur dan Barat, antara lokalitas dan globalitas.

Digitalisasi media memperkuat fungsi diplomasi ini. Konten promosi yang disebarluaskan secara daring melalui situs web dan media sosial mampu menjangkau khalayak internasional secara cepat dan efisien (Mikraj et al., 2023). Kehadiran tokoh-tokoh sastra dunia dalam festival memperkaya interaksi lintas budaya yang memperkuat citra Indonesia sebagai negara yang terbuka terhadap keberagaman gagasan.

Dalam perspektif komunikasi internasional, UWRF berfungsi sebagai instrumen soft power — kekuatan non-koersif yang membangun pengaruh melalui budaya dan nilai-nilai kemanusiaan. Strategi komunikasi festival ini secara tidak langsung berkontribusi pada pembentukan citra Indonesia sebagai bangsa yang berbudaya literat, kreatif, dan toleran. Melalui cara yang halus namun efektif, UWRF memperlihatkan bagaimana diplomasi publik dapat dijalankan melalui kegiatan kultural tanpa harus melibatkan politik formal.

Selain itu, partisipasi komunitas lokal dalam penyelenggaraan festival memperkuat nilai community-based diplomacy, di mana masyarakat menjadi agen aktif dalam memperkenalkan budaya mereka sendiri kepada dunia (Kolokytha, 2022). Hal ini memperlihatkan bahwa komunikasi budaya tidak hanya top-down, tetapi juga bersifat partisipatif, di mana masyarakat lokal memiliki peran dalam membentuk pesan yang dikomunikasikan ke tingkat global.

Dengan demikian, strategi komunikasi UWRF dapat dipandang sebagai model diplomasi budaya modern — memadukan kekuatan tradisi lokal dengan jangkauan

teknologi digital, menciptakan dialog lintas budaya yang sejajar, terbuka, dan saling memperkaya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan Ubud Writers & Readers Festival (UWRF) dalam mempertahankan eksistensinya sebagai festival sastra berskala internasional tidak dapat dilepaskan dari penerapan strategi komunikasi pemasaran yang terintegrasi antara media konvensional dan digital. Integrasi ini memungkinkan terwujudnya sistem komunikasi yang menyeluruh, di mana setiap kanal memiliki fungsi dan kekuatan yang saling melengkapi. Media konvensional seperti surat kabar, majalah, baliho, dan radio berperan penting dalam menjaga kredibilitas, legitimasi, serta kesinambungan nilai-nilai tradisional yang telah menjadi fondasi reputasi UWRF selama dua dekade terakhir. Sementara itu, media digital seperti situs web resmi, Instagram, dan platform sosial lainnya berperan sebagai penggerak utama dalam memperluas jangkauan komunikasi, memperkuat interaktivitas, serta membangun keterlibatan audiens global secara berkelanjutan.

Sinergi kedua bentuk media tersebut menunjukkan bahwa dalam era digitalisasi dan disrupti teknologi informasi, komunikasi budaya tidak bisa hanya bergantung pada inovasi teknologi semata. Transformasi digital memang menawarkan kecepatan dan jangkauan luas, namun keberhasilan komunikasi budaya tetap memerlukan akar nilai-nilai lokal dan autentisitas narasi yang menjadi identitas bangsa. Dalam konteks UWRF, kemampuan untuk menjaga keseimbangan antara tradisi dan modernitas menjadi kunci utama yang membedakan festival ini dari banyak ajang sastra lain di kawasan Asia Tenggara. Keberhasilan tersebut membuktikan bahwa nilai lokal seperti kebersahajaan, gotong royong, dan keterbukaan budaya dapat diartikulasikan secara efektif melalui media digital tanpa kehilangan makna aslinya.

Lebih jauh, temuan penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi hibrid yang diterapkan UWRF bukan sekadar alat promosi, tetapi juga bentuk diplomasi budaya yang halus (soft diplomacy). Melalui penyebaran pesan lintas media, festival ini berperan sebagai jembatan dialog antara budaya Indonesia dan masyarakat dunia, sekaligus memperkuat posisi Bali sebagai ruang pertemuan budaya global. UWRF membuktikan bahwa promosi budaya yang sukses tidak hanya diukur dari jumlah pengunjung atau liputan media, tetapi juga dari sejauh mana pesan budaya mampu menciptakan pemahaman, empati, dan koneksi lintas budaya.

Dengan demikian, strategi komunikasi UWRF dapat dijadikan model konseptual bagi pengembangan promosi festival budaya lainnya di Indonesia. Pendekatan yang menyeimbangkan kredibilitas media konvensional dengan daya jangkau media digital dapat diterapkan untuk memperkuat citra budaya daerah lain yang memiliki potensi internasional (Alzubi, 2023). Lebih penting lagi, pendekatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi budaya bukan hanya hasil dari penggunaan teknologi mutakhir, tetapi dari kemampuan menyusun narasi yang konsisten, bermakna, dan berakar pada kearifan lokal. Dalam era global yang semakin kompetitif, keberhasilan UWRF menjadi bukti bahwa identitas lokal bukanlah penghalang bagi modernitas, melainkan fondasi kuat bagi komunikasi budaya yang berkelanjutan dan berdaya saing global.

PENGAKUAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pendidikan Nasional Denpasar atas dukungan akademik yang diberikan dalam penyusunan kajian ini, serta kepada rekan-rekan yang telah memberikan masukan konseptual dan referensi ilmiah yang relevan.

DAFTAR REFERENSI

1. Alzubi, A. (2023). *Towards digital media and conventional media challenge and opportunity: What to expect*. <https://doi.org/10.56225/ijassh.v2i3.157>
2. Bollini, L., & Borsotti, M. (2024). *Exhibitions as hybrid environments: Exploring situated & embodied interaction in cultural heritage*. *Diid. Disegno Industriale Industrial Design*, 1(Digital Special Issue 1). <https://doi.org/10.30682/diiddsi23t3d>
3. Gedecho, E. K., Kim, S. (Sam), & Xiao, H. (2023). *Sense of community and well-being in diaspora festivals*. *Tourism Geographies*. <https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2280690>
4. Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.
5. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
6. Kolokytha, O. (2022). *Bottom-up cultural diplomacy in the Greek periphery: The city of Chania and Dance Days Chania festival*. *City, Culture and Society*, 29, 100448. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2022.100448>
7. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
8. Mikraj, A., Putu, I., & Saputra, D. A. (2023). *Pemanfaatan digital marketing dalam mempromosikan destinasi pariwisata*. *AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3621>
9. Morrison, A. M. (2019). *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge.
10. Purnami, N. M. S., Putra, I. N. D., & Yanthy, P. S. (2022). *Event Ubud Writers & Readers Festival sebagai promosi destinasi Ubud*. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata (JUMPA)*, 9(1), 31. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v09.i01.p02>
11. Sapiro, G. (2022). *Literature festivals*. *Journal of World Literature*, 7(3), 303–331. <https://doi.org/10.1163/24056480-00703002>
12. Singh, N. (2024). *An integrated approach to boosting sales through digital marketing strategies: An exploration of synergies between traditional and modern marketing techniques*. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2024.58110>
13. Ubud Writers & Readers Festival. (2023). *Official website*. <https://www.ubudwritersfestival.com>
14. Wang, X., & Gu, Y. (2023). Protection and Communication Strategy of Traditional Culture from the Perspective of Digital Humanities —— An Example of Digital Dunhuang Project. *SHS Web of Conferences*, 159, 02005. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202315902005>
15. Van Winkle, C. M., MacKay, K. J., & Halpenny, E. A. (2018). *Information and communication technology and the festival experience* (pp. 254–262). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315186320-26>