

STRATEGI KOMUNIKASI BUDAYA DALAM PELESTARIAN WAYANG KULIT DI DESA WISATA WAYANG SIDOWARNO

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Stefanus Julian Ardi

21.M1.0043

Dosen Pembimbing:

B. Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom.

Samantha Elisabeth Claudya, S.I.Kom., M.I.Kom.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2026**

STRATEGI KOMUNIKASI BUDAYA DALAM PELESTARIAN WAYANG KULIT DI DESA WISATA WAYANG SIDOWARNO

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Stefanus Julian Ardi

21.M1.0043

Dosen Pembimbing:

B. Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom.

Samantha Elisabeth Claudya, S.I.Kom., M.I.Kom.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2026**

ABSTRACT

The declining interest of the younger generation in wayang kulit (shadow puppetry) due to modernization and the proliferation of digital entertainment poses a significant challenge to cultural preservation . This research highlights the adaptive response of Sidowarno Village, which transformed from a craftspeople's village into an Educational Tourism Village to address this challenge. This descriptive qualitative study aims to thoroughly analyze the cultural communication strategies implemented by the local community in an effort to preserve wayang kulit. Data was collected using three primary methods: in-depth interviews with key informants representing various community elements, including tourism village managers (Mamik Raharjo, Sunardi Baron), artisans, the village head (Jaka Sumarna), the younger generation (Genmawa), a young puppeteer (Nano Aji), and a visitor (Yayuk); participatory observation of the puppet-making process, *workshop* atmospheres, and interactions between artisans and visitors; and documentation in the form of archival photos, activity videos, and the village's digital promotional materials. Data analysis employed the Culture-Centered Approach (CCA) framework to examine how the community positions itself as the center of strategy and change. The findings reveal a community-centered strategy through four pillars. First, *Voice*: The community defines wayang as the core of their identity, philosophy, and economy, passed down through generations . Second, *Reflexivity*: A collective community consciousness exists in reflecting upon challenges, which forms the basis for proactive action. Third, *Agency*: The community actively innovates with clear role divisions; the older generation safeguards the craft's standards, while the younger generation (Genmawa) manages digital promotion and management . Fourth, *Structural transformation*: Success is supported by external collaborations (private sector and academia) and intensive social media marketing . It is concluded that this community-based strategy successfully bridges tradition and modernity. However, the main challenge faced is a regeneration crisis of artisans, as the younger generation's interest is more focused on digital management than on mastering the craft itself . Future research is advised to further investigate how social media is used to introduce cultural values to the younger generation in other tourism villages.

Keywords: Cultural Communication Strategy, Wayang Kulit Preservation, Sidowarno Tourism Village, Culture-Centered Approach, Cultural Regeneration

ABSTRAK

Menurunnya minat generasi muda terhadap wayang kulit akibat modernisasi dan gempuran hiburan digital menjadi tantangan besar dalam pelestarian budaya . Penelitian ini menyoroti respons adaptif Desa Sidowarno yang bertransformasi dari desa pengrajin menjadi Desa Wisata Edukasi untuk menjawab tantangan tersebut. Penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi komunikasi budaya yang diterapkan oleh masyarakat setempat dalam upaya melestarikan wayang kulit. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama: wawancara mendalam dengan narasumber kunci yang mewakili berbagai elemen komunitas, meliputi pengelola desa wisata (Mamik Raharjo, Sunardi Baron), pengrajin, kepala desa (Jaka Sumarna), generasi muda (Genmawa), dalang cilik (Nano Aji), dan pengunjung (Yayuk); observasi partisipatif pada proses pembuatan wayang, suasana lokakarya, dan interaksi antara pengrajin dengan pengunjung ; serta dokumentasi berupa arsip foto, video kegiatan, dan materi promosi digital desa. Analisis data menggunakan landasan teori Culture-Centered Approach (CCA) untuk membedah bagaimana komunitas menempatkan diri sebagai pusat dari strategi dan perubahan. Hasil penelitian menunjukkan strategi yang berpusat pada komunitas (CCA) melalui empat pilar. Pertama, *Voice*: Masyarakat memaknai wayang sebagai inti identitas, filosofi, dan sumber ekonomi yang diwariskan turun-temurun . Kedua, *Reflexivity*: Adanya kesadaran bersama komunitas dalam merefleksikan tantangan, yang menjadi dasar tindakan inisiatif. Ketiga, *Agency*: Komunitas aktif berinovasi dengan pembagian peran yang jelas; generasi tua menjaga pakem kerajinan, sementara generasi muda (Genmawa) mengelola manajemen dan promosi digital . Keempat, *Structural transformation*: Keberhasilan didukung oleh kolaborasi eksternal (swasta dan akademisi) serta pemasaran intensif di media sosial . Disimpulkan bahwa strategi berbasis komunitas ini berhasil menjembatani tradisi dan modernitas. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah krisis regenerasi pengrajin, karena minat generasi muda lebih tertuju pada manajemen digital daripada menekuni kerajinan . Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti lebih dalam tentang bagaimana media sosial digunakan untuk memperkenalkan nilai budaya kepada generasi muda di desa wisata lainnya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Budaya, Pelestarian Wayang Kulit, Desa Wisata Sidowarno, *Culture Centered Approach*, Pengrajin Wayang Kulit.