

PENDEKATAN BERBASIS KOMUNITAS (*CULTURE-CENTERED APPROACH*) DALAM PELESTARIAN WAYANG KULIT DI DESA WISATA SIDOWARNO

A CULTURE-CENTERED APPROACH TO WAYANG KULIT PRESERVATION IN SIDOWARNO TOURISM VILLAGE

Stefanus Julian Ardi¹, Bernadeta Lenny Setyowati², Samantha Elisabeth Claudya³

¹Universitas Katolik Soegijapranata

²Universitas Katolik Soegijapranata

³Universitas Katolik Soegijapranata

Abstract

The declining interest of the younger generation in traditional wayang kulit puppetry due to digital entertainment proliferation poses a critical threat to cultural preservation. This research investigates the cultural communication strategy applied by the community of Sidowarno Tourism Village, Klaten Regency, in preserving wayang kulit through an educational tourism framework. Using a descriptive qualitative approach with Mohan J. Dutta's Culture-Centered Approach (CCA) framework, data were gathered via in-depth interviews with key actors (village authority, tourism managers, artisans, youth group Genmawa, young puppeteers, and visitors), participatory observation, and documentation. The findings reveal a community-centered strategy structured around four CCA pillars: First, Voice: Wayang is defined as the core of local identity and philosophy passed down through intergenerational transmission. Second, Agency: The community actively innovates educational tourism products at Omah Wayang and establishes a clear division of roles, where older artisans safeguard craft standards while youth manage digital branding. Third, Structural Transformation: Supported by multi-stakeholder collaboration (private sector, government, academia) and social media marketing to penetrate new market access. Fourth, Reflexivity: Collective consciousness drives internal motivation to overcome community doubts. However, the preservation model faces a structural vulnerability regarding an artisan regeneration crisis. This study demonstrates that community-centered cultural communication successfully bridges tradition and digital modernity.

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

Abstrak

Menurunnya minat generasi muda terhadap kesenian wayang kulit akibat gempuran hiburan digital menjadi tantangan krusial dalam pelestarian budaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi budaya yang diterapkan oleh masyarakat Desa Wisata Wayang Sidowarno, Kabupaten Klaten, dalam melestarikan wayang kulit melalui transformasi eduwisata. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berlandaskan teori *Culture-Centered Approach* (CCA) dari Mohan J. Dutta, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan aktor kunci (pemerintah desa, pengelola, pengrajin, pemuda Genmawa, dalang cilik, dan pengunjung), observasi partisipatif, serta dokumentasi. Hasil penelitian mengungkapkan strategi berbasis komunitas yang terstruktur dalam empat pilar CCA: Pertama, *Voice*: Wayang dimaknai sebagai inti identitas dan filosofi hidup yang ditransmisikan antargenerasi. Kedua, *Agency*: Komunitas aktif berinovasi pada produk eduwisata Omah Wayang serta membagi peran secara

jelas, di mana generasi tua menjaga pakem kerajinan dan generasi muda mengelola *branding* digital. Ketiga, *Structural Transformation*: Didukung oleh kolaborasi lintas sektor (swasta, pemerintah, akademisi) serta pemasaran media sosial untuk menciptakan akses pasar baru. Keempat, *Reflexivity*: Kesadaran kolektif menumbuhkan motivasi internal warga dalam meredam keraguan komunal. Meskipun berhasil menjembatani tradisi dan modernitas digital, model pelestarian ini masih menghadapi kerentanan berupa krisis regenerasi pengrajin tatah sungging.

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

PENDAHULUAN

Eksistensi kesenian tradisional seperti wayang kulit menghadapi ancaman marjinalisasi yang signifikan di era globalisasi dan digitalisasi. Pergeseran preferensi hiburan di kalangan generasi muda menjadi tantangan utama pelestarian budaya lokal. Data penelitian Dewi et al. (2024) mengungkapkan bahwa lebih dari 60% remaja Indonesia lebih menggemari budaya populer asing (seperti *K-Pop*) dibandingkan kebudayaan daerahnya sendiri yang dianggap kuno. Fenomena ini diperkuat oleh survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) yang mencatat bahwa Generasi Z mendominasi konsumsi media sosial terutama Instagram (51,9%) dan TikTok (46,84%) yang algoritmanya secara agresif mempromosikan tren budaya global. Terdesaknya ruang ekspresi budaya lokal di platform digital ini mempercepat keterasingan generasi muda dari akar tradisinya (Fitria & Supriono, 2024). Tanpa strategi adaptasi yang adaptif dan komunikatif, warisan budaya takbenda seperti wayang kulit berisiko kehilangan relevansi sosial dan berujung pada kepunahan.

Dalam kajian komunikasi budaya, pelestarian seni tradisional tidak lagi cukup disajikan dalam format pertunjukan konvensional, melainkan memerlukan rekualifikasi pesan yang sesuai dengan struktur simbolik masyarakat modern (Nuzuli, 2023). Strategi komunikasi budaya harus mampu menyelaraskan esensi nilai lokal dengan pendekatan media kontemporer (Muhtarom et al., 2024). Sejumlah penelitian terdahulu telah menelaah interaksi komunikasi dan budaya. Meifilina (2021) menemukan bahwa pelibatan pemuda karang taruna dan penyediaan akses digital efektif mempertahankan wayang kulit pada ritual bersih desa. Rolando dan Walidah (2021) menggarisbawahi peran media televisi dalam mentransmisikan pesan moral Teater Dulmuluk. Sementara itu, Ohorella et al. (2024) menekankan integrasi komunikasi interpersonal dan promosi media sosial dalam pelestarian Tari Jaipong. Riset-riset tersebut merekam keberhasilan komunikasi budaya, namun mayoritas studi masih menempatkan budaya sekadar sebagai objek ritual atau pertunjukan panggung. Masih terbatas penelitian yang membedah bagaimana komunitas lokal mentransformasi diri secara mandiri dari sentra kerajinan menjadi destinasi eduwisata berbasis komunikasi partisipatif untuk menjawab ancaman krisis regenerasi.

Keunikan dan kebaruan tersebut ditemukan di Desa Sidowarno, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Sebagai sentra kriya wayang kulit kerbau sejak 1960-an dengan 75% warga bertindak sebagai pengrajin, Desa Sidowarno berhasil merespons krisis ekonomi dan modernisasi melalui pembentukan "Desa Wisata Wayang" (Solopos, 2023; Kompas Regional, 2024). Keberhasilan interaksi eduwisata berbasis komunitas ini diakui secara nasional sebagai Peringkat IV Suvenir Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2023 dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) (Media Indonesia, 2023) serta mengundang apresiasi langsung dari UNESCO

(Kompas Regional, 2024). Namun, di balik keberhasilan eksternal tersebut, komunitas Sidowarno menghadapi dinamika komunikasi internal yang kompleks, terutama krisis regenerasi pengrajin akibat pergeseran minat pemuda yang lebih menyukai manajemen digital daripada menekuni keahlian menatah dan menyungging.

Untuk membedah dinamika ini, penelitian ini menggunakan landasan teori *Culture-Centered Approach* (CCA) yang digagas oleh Mohan J. Dutta (2011). Berbeda dengan pendekatan konvensional yang bersifat *top-down*, CCA memposisikan agensi masyarakat lokal/marjinal sebagai pusat perubahan sosial budaya melalui empat pilar interaktif: *voice* (suara lokal dalam memfungsikan budaya), *agency* (kapasitas bertindak dan berinovasi), *structural transformation* (upaya menembus hambatan sistemik dan pasar), serta *reflexivity* (kesadaran kritis kolektif) (Littlejohn et al., 2017).

Berdasarkan latar belakang dan *gap* penelitian tersebut, masalah utama yang dikaji adalah: Bagaimana Strategi Komunikasi Budaya dalam Pelestarian Wayang Kulit di Desa Wisata Wayang Sidowarno? Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi komunikasi budaya masyarakat Sidowarno dalam mekonstruksi nilai tradisi, membagi peran antargenerasi, dan menjembatani modernisasi. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya khazanah studi komunikasi budaya dan teori CCA dalam ruang riset kriya tradisional. Secara praktis, riset ini memberikan gambaran model pelestarian berbasis eduwisata yang dapat direplikasi oleh komunitas budaya lain di Indonesia dalam menghadapi tantangan era digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif berparadigma konstruktivisme (Sugiyono, 2025). Paradigma konstruktivisme dipilih karena memandang realitas sosial, khususnya praktik pelestarian budaya sebagai hasil konstruksi bersama yang dinamis, sarat makna, dan dipengaruhi oleh interaksi kontekstual antar-aktor lokal. Metode kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti mengeksplorasi secara mendalam dan menyeluruh mengenai bagaimana masyarakat mengkonstruksi strategi komunikasi budaya tanpa memanipulasi kondisi alamiah di lapangan.

Penetapan Desa Wisata Wayang Sidowarno (Dusun Butuh, Desa Sidowarno, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah) sebagai lokasi dan objek penelitian didasari oleh argumentasi ilmiah yang kuat (*purposive selection*). Pertama, Desa Sidowarno merupakan satu-satunya sentra kriya wayang kulit kerbau di Kabupaten Klaten yang secara sukses bertransformasi dari desa kriya tradisional terisolasi menjadi destinasi eduwisata berprestasi nasional (Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2023 dan mendapat apresiasi internasional dari UNESCO (Kompas Regional, 2024; Media Indonesia, 2023). Kedua, desa ini menyimpan paradoks kultural yang unik: di satu sisi memiliki konsentrasi pengrajin tatah sungging yang tinggi (75% warga) serta kelembagaan eduwisata yang maju, namun di sisi lain menghadapi krisis regenerasi pengrajin yang ekstrem akibat keterasingan pemuda lokal dari seni menatah (Solopos, 2023). Fenomena ini menjadikannya *critical case* yang sangat kaya (*information-rich case*) untuk menguji efektivitas *Culture-Centered Approach* (CCA). Penelitian di lapangan dilaksanakan selama delapan bulan, terhitung sejak Maret hingga Oktober 2025.

Teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria keterlibatan langsung, penguasaan pengetahuan (*knowledgeability*), serta keterwakilan triadik aktor (pemerintah desa/pengelola, pengrajin/penerus, dan pengunjung/akademisi). Subjek penelitian terdiri dari enam informan kunci: Kepala Desa Sidowarno (mewakili otoritas formal dan dukungan struktur), dua orang pengelola desa wisata dan pengrajin senior (mewakili aktor operasional dan pewaris tradisi), dua orang anggota Gerakan Muda Wayang/Genmawa (mewakili agen promosi digital), satu orang dalang cilik (mewakili regenerasi pelaku seni), serta 1 orang pengunjung kebetulan sebagai dosen Antropologi (mewakili perspektif eksternal). Keterwakilan informan ini menjamin kedalaman dan variasi data yang komprehensif.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama yang saling mengonfirmasi (*triangulasi data*):

1. *Wawancara Mendalam (In-depth Interview)*: Dilakukan menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur untuk mengeksplorasi artikulasi makna wayang, proses pewarisan ilmu, motivasi internal, hingga hambatan ekonomi-struktural yang dihadapi para informan.
2. *Observasi Partisipatif*: Peneliti terlibat langsung mengamati proses teknis pembuatan wayang kulit (ngerok, menatah, menyungging), pelaksanaan workshop eduwisata di Omah Wayang, suasana lingkungan desa (seperti keberadaan mural wayang), serta interaksi sosial saat kunjungan wisatawan.
3. *Studi Dokumentasi*: Menganalisis arsip sejarah desa, struktur organisasi KBA/Desa Wisata, piagam penghargaan, serta materi promosi digital di platform media sosial Instagram (@desawisatawayang).

Analisis data menerapkan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (dalam Sugiyono, 2025) yang diintegrasikan secara tematik dengan kerangka kerja teori *Culture-Centered Approach* (Dutta, 2011). Tahapan analisis diawali dengan *pengumpulan data* dari transkrip wawancara dan catatan lapangan, dilanjutkan dengan *reduksi data* melalui proses koding (*coding*) tematik berdasarkan empat pilar CCA (*Voice, Agency, Structural Transformation, dan Reflexivity*). Data yang telah dikategorikan kemudian *disajikan* dalam bentuk matriks naratif tematik yang diperkuat oleh kutipan langsung informan (*verbatim*) dan dokumentasi visual. Tahap akhir adalah *penarikan kesimpulan dan verifikasi* makna secara induktif. Uji keabsahan dan kredibilitas data (*trustworthiness*) dilakukan melalui *triangulasi sumber* (membandingkan pernyataan antar informan lintas generasi) dan *triangulasi teknik* (mengecek kesesuaian antara hasil wawancara, observasi lapangan, dan dokumen resmi), serta dilanjutkan dengan *member check* kepada pengelola desa wisata untuk memastikan akurasi data yang disajikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Wisata Wayang Sidowarno terletak di Kabupaten Klaten memiliki sejarah panjang sebagai sentra kriya wayang kulit kerbau sejak dekade 1960-an. Transformasi dari desa pengrajin konvensional menjadi Desa Wisata Edukasi resmi berdiri pada tahun 2021 sebagai respons terhadap krisis ekonomi pascapandemi COVID-19 dan keterasingan pemuda dari seni tradisional. Kemitraan strategis dengan PT Astra International Tbk melalui program Kampung Berseri Astra (KBA) serta peresmian oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai salah satu dari

75 Desa Wisata Terbaik ADWI 2023 menandai pengakuan struktural atas keberhasilan adaptasi budaya di desa ini. Melalui kerangka *Culture-Centered Approach* (CCA), strategi komunikasi budaya yang diterapkan oleh masyarakat Sidowarno dianalisis ke dalam empat pilar dinamis: *Voice*, *Agency*, *Structural Transformation*, dan *Reflexivity*.



Gambar 1. Denah Desa Wisata Wayang Sidowarno
Sumber: Dokumentasi Peneliti



Gambar 2. Peresmian Desa Wisata oleh Menteri Pariwisata 2023
Sumber: Dokumentasi Peneliti

***Voice* (Suara Komunitas) Pemaknaan dan Transformasi Budaya Antargenerasi**

Pilar *voice* menegaskan hak komunitas untuk mengekspresikan nilai dan identitas budayanya sendiri tanpa dikendalikan oleh narasi dari luar. Di Desa Sidowarno, wayang kulit dimaknai bukan sekadar komoditas kriya, melainkan fondasi identitas, filosofi kehidupan, serta sumber ekonomi kolektif masyarakat. Kepala Desa Sidowarno menegaskan: "*Masyarakat Sidowarno menganggap wayang sebagai simbol budaya yang harus dijaga untuk nguri-nguri atau melestarikan tinggalan orang tua...*" (Wawancara, 9 September 2025). Makna ini diperkaya oleh kelompok pemuda (Genmawa) yang memandang wayang secara eksistensial sebagai cermin jiwa untuk merefleksikan nilai-nilai moral karakter wayang.

Proses transmisi nilai budaya terjadi melalui komunikasi antargenerasi secara intensif dalam ranah domestik maupun komunal. Pengetahuan teknis menatah (*craftsmanship*) diwariskan secara alami dalam lingkungan keluarga serta melalui magang kepada maestro desa. Sebagaimana diungkapkan oleh pengrajin senior bahwa ia diarahkan oleh orang tuanya untuk berguru langsung kepada maestro lokal sejak sekolah dasar. Temuan ini memperkuat pandangan Samovar et al. (2013) bahwa budaya ditransmisikan secara sosial melalui simbol dan interaksi langsung, sekaligus mengonfirmasi konsep pelestarian budaya Novianti et al. (2023) yang menekankan pemeliharaan karakter asli kebudayaan melalui keterlibatan keluarga.

***Agency* (Kapasitas Bertindak dan Inovasi Komunitas)**

Pilar *agency* merefleksikan kapasitas otonom masyarakat dalam mengeksekusi ide dan melakukan inovasi pelestarian. Bentuk agensi paling nyata di Sidowarno adalah inisiatif mendirikan Desa Wisata Edukasi. Untuk keluar dari tekanan ekonomi akibat lesunya pesanan wayang dari dalang pascapandemi, komunitas menciptakan model eduwisata di Omah Wayang.

Seorang anggota Genmawa, menjelaskan bahwa eduwisata dirancang sebagai ruang interaktif di mana wisatawan diajak praktek langsung *ngerok* kulit, menatah, dan mewarnai wayang.

Komunitas juga menunjukkan agensi melalui inovasi produk dan adaptasi edukasi. Pengrajin merancang wayang berbahan eceng gondok, wayang mini, dan souvenir kaligrafi, sementara dalam program edukasi anak-anak digunakan teknik mewarnai wayang menggunakan biji-bijian. Agensi ini berjalan seimbang berkat pembagian peran yang jelas antara generasi tua dan muda.

Tabel 1. Sinergi Pembagian Peran Antargenerasi di Desa Wisata Wayang Sidowarno

Aktor Komuitas		Peran Utama	Fokus Keterlibatan
Generasi Tua (Pengrajin Senior)		Penjaga Pakem dan Instruktur	Menatah/menyungging, pemandu <i>workshop</i> , transfer pengetahuan kriya tradisional
Generasi Muda (Genmawa)		Manajemen dan Marketing Digital	Pengelolaan Instagram/TikTok, pembuatan konten <i>branding</i> , <i>branding</i> eduwisata
Generasi Penerus (Dalang Cilik)		Pelestari Pertunjukan	Pementasan wayang, penarikan minat generasi sebaya melalui kreasinya

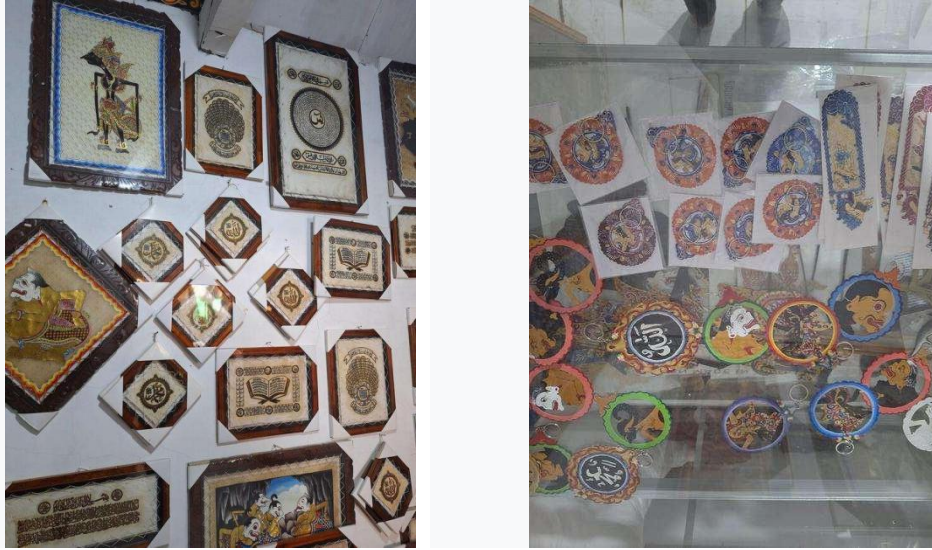
Sumber: Olahan Peneliti (2025)

Pembagian peran sebagaimana tersaji pada Tabel 1 membuktikan bahwa keberhasilan pelestarian budaya di Sidowarno didukung oleh integrasi kekuatan tradisional dan kapabilitas modern. Hal ini sejalan dengan temuan Ohorella et al. (2024) yang menggarisbawahi pentingnya kolaborasi antara pelaku seni senior dan pemuda dalam memanfaatkan media digital.

Structural Transformation (Menembus Hambatan dan Pemasaran Digital)

Pilar *structural transformation* berfokus pada upaya komunitas dalam mereformasi hambatan struktural dan ekonomi. Sebelum menjadi desa wisata, pengrajin Sidowarno mengalami marjinalisasi ekonomi akibat ketergantungan tunggal pada pembeli dari kalangan dalang. Melalui transformasi eduwisata, komunitas berhasil menciptakan rantai nilai ekonomi baru (*new market access*).

Penetrasi pasar diperluas melalui pemasaran digital yang digerakkan oleh pemuda Genmawa melalui platform Instagram (@desawisatawayang). Pengunjung mengonfirmasi bahwa informasi keberadaan Desa Wisata Sidowarno diperoleh secara langsung melalui media sosial. Di samping itu, transformasi ini ditopang oleh kerja sama lintas sektor (*triple-helix*), melibatkan pihak swasta (PT Astra International), perguruan tinggi (Universitas Sebelas Maret dan Akademi Manajemen Informatika dan Komputer Yogyakarta), serta dinas pemerintah.



Gambar 3. Bentuk Kreasi produk souvenir sebagai bentuk diversifikasi ekonomi yang dihasilkan dari kolaborasi komunitas

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Meski demikian, komunitas masih menghadapi hambatan struktural berupa minimnya alokasi anggaran desa untuk kebudayaan serta terbatasnya aksesibilitas jalan raya menuju lokasi yang belum memadai untuk kendaraan pariwisata berukuran besar. Hambatan paling krusial adalah krisis regenerasi pengrajin. Mayoritas pemuda lebih tertarik pada aktivitas manajemen pemasaran digital dibandingkan menekuni proses menatah sungging yang membutuhkan ketelitian tinggi.

Reflexivity (Refleksivitas Komunitas dan Peneliti)

Pilar *reflexivity* menekankan kesadaran kritis kolektif atas posisi sosial dan tantangan yang dihadapi. Dalam konteks internal, pengembangan desa wisata awalnya diwarnai dinamika keraguan (*pro dan kontra*) warga. Namun, melalui dialog dialogis dan pembuktian keberhasilan ekonomi, timbul kesadaran bersama. Warga secara swadaya membiayai dan melukis mural tokoh-tokoh wayang pada tembok pemukiman mereka sebagai bentuk kebanggaan kolektif. Kesadaran ini digerakkan oleh motivasi internal yang murni, sebagaimana dinyatakan oleh dalang cilik "*Motivasi terbesar saya adalah agar kesenian wayang kulit tidak hilang. Kalau tidak kita, siapa lagi?*" (Wawancara, 5 Oktober 2025).

Dari sudut pandang peneliti, pendekatan reflektif dilakukan dengan menempatkan suara pengrajin yang terpinggirkan sebagai inti analisis ilmiah, bukannya memaksakan standar akademis luar. Secara keseluruhan, temuan ini sejalan dengan kerangka CCA Mohan J. Dutta (2011), di mana perubahan sosial yang berkelanjutan hanya dapat dicapai apabila masyarakat lokal diberi ruang penuh untuk menjadi penggerak utama dalam mengelola budaya dan mengatasi tantangan regenerasi mereka sendiri.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi budaya dalam pelestarian wayang kulit di Desa Wisata Wayang Sidowarno bertumpu pada pendekatan berbasis komunitas (*Culture-Centered Approach*) yang

mengintegrasikan nilai tradisi dengan kriya eduwisata interaktif. Masyarakat Sidowarno secara mandiri memposisikan wayang kulit sebagai identitas kolektif dan filosofi hidup (*voice*), mengeksekusi transformasi dari sentra kriya terisolasi menjadi destinasi eduwisata (*agency*), serta membangun kolaborasi lintas sektor dan pemanfaatan media sosial untuk memperluas akses pasar (*structural transformation*). Keberhasilan strategi ini ditopang oleh sinergi antargenerasi yang terstruktur, di mana generasi tua bertindak sebagai penjaga pakem kerajinan dan pemandu teknis, sementara generasi muda (Genmawa) mengelola promosi digital dan *branding* pariwisata. Kesadaran kolektif (*reflexivity*) yang tumbuh dari motivasi internal warga menjadi penggerak utama dalam meredam keraguan awal dan menjaga keberlanjutan tradisi lokal. Meskipun demikian, pelestarian wayang kulit di Desa Sidowarno masih dihadapkan pada kendala struktural yang nyata, yaitu krisis regenerasi pengrajin tatah sungging akibat pergeseran minat pemuda ke ranah digital serta keterbatasan infrastruktur aksesibilitas jalan bagi transportasi wisata skala besar.

Berdasarkan simpulan tersebut, rekomendasi praktis ditujukan kepada pengelola Desa Wisata Wayang Sidowarno untuk merancang program insentif intensif serta kurikulum pelatihan menatah dan menyungging yang dipadukan dengan wirausaha kreatif bagi pemuda lokal guna mencegah terputusnya regenerasi pengrajin. Pemerintah Kabupaten Klaten dan Dinas Pariwisata diharapkan memberikan dukungan struktural konkret melalui pelebaran infrastruktur jalan menuju Omah Wayang serta memasukkan kunjungan eduwisata wayang ke dalam muatan lokal kurikulum sekolah. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melakukan studi komparatif pada desa wisata budaya lain guna menguji efektivitas penggunaan media sosial interaktif dalam mentransmisikan nilai-nilai filosofi tradisi kepada Generasi Z di tengah dinamika arus modernisasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Desa Sidowarno, Pengelola Desa Wisata Wayang Sidowarno, kelompok kepemudaan Genmawa, serta seluruh pengrajin wayang kulit Dusun Butuh yang telah memberikan izin, informasi, dan pendampingan selama proses penelitian berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024). Survey Penetrasi Internet Indonesia. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*.
- Dewi, A. T. R., Aini, A. N., Sania, I., Azizah, N. Z., & Nurpadilah, Y. (2024). *Rendahnya Minat pada Budaya Lokal di Kalangan Remaja*. 8(2), 23647.
- Djoko, Sardjono. (2023). Desa Wisata Sidowarno Klaten Raih Juara IV Kategori Suvenir ADWI 2023. *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/nusantara/608819/desa-wisata-sidowarno-klaten-raih-juara-iv-kategori-suvenir-adwi-2023>
- Dutta, Mohan J. (2011). *Communicating Social Change Structure, Culture, And Agency*. Routledge.
- Fitria, Novi & Supriono. (2024). Dampak Teknologi dan Komunikasi Terhadap Pelestarian dan Budaya Lokal. *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 14. <https://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/Attadabbur/article/view/937/600>

- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2024). Desa Wisata Sidowarno 75 Besar ADWI 2023. *Jadesta Kemenparekraf*. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/sidowarno>
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication* (11th ed.). Waveland Press. Halaman 389-393.
- Meifilina, Andiwi (2021). Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Wayang Kulit Pada Bersih desa(Studi pada Ritual Bersih Desa di Desa Siraman Kecamatan Kesamben Kabupaten Blitar). *Jurnal Heritage*, 9(2). <https://doi.org/10.35891/heritage.v9i2.2817>
- Muhtarom, D. A., Widiyanarti, T., Junistian, F., Karyana, Y. P., Saronta, S., & Baihaq, A. A.-R. (2024). Peran Komunikasi Antar Budaya dalam Meningkatkan Pemahaman dan Toleransi Antar Bangsa. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(3), 12. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i3.3289>
- Nabilla, Tashandra. (5 Juni 2023). *Desa Wisata Sidowarno Klaten, Punya Ciri Khas Wayang Kulit Kerbau*. Kompas.Com. <https://travel.kompas.com/read/2023/06/05/060800027/desa-wisata-sidowarno-klaten-punya-ciri-khas-wayang-kulit-kerbau>
- Novianti, Y., Amalia, L., & Deni, D. (2023). Ornamen Rumah Adat Aceh Utara dalam Terminologi Arsitektur. *Arsir*, 6(2), 136. <https://doi.org/10.32502/arsir.v6i2.5282>
- Nuzuli, A. (2023). Kajian tentang komunikasi dan budaya. *Journal of Da'wah*, 2(1), 102–103. <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/dakwah/article/download/2566/926>
- Ohorella, N. R., Natalia, R. D., Anggraini, D., & Yusnitasari, T. (2024). Strategi Komunikasi Pelestarian Budaya Tari Tradisional Jaipong di Era Modernisasi pada Sanggar Eschoda Management. *Caraka: Indonesia Journal of Communication* 5 (2), 115-129.
- Rininta Elizabeth Ayudya Ratna & Putri loria Setyvani. (2024, September 11). *Kiprah Desa Sidowarno Lestarikan Budaya Wayang Kulit Didukung UNESCO*. Kompas.Com. <https://regional.kompas.com/read/2024/11/09/135042078/kiprah-desa-sidowarno-lestarikan-budaya-wayang-kulit-didukung-unesco?page=all>
- Rolando, D. M., & Walidah, A. (2021). Komunikasi Budaya Dalam Teater Dulmuluk Perspektif Dramaturgi Erving Goffman. *KOMUNIKA*, 4(1), 33–48. <https://doi.org/10.24042/komunika.v4i1.7920>
- Samovar, L. A., Porter, Richard E., McDaniel, Edwin R., & Roy, Carolyn S. (Eds.). (2013). *Communication between Cultures* (8. ed). Cengage Learning.
- Sugiyono. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Bandung.