

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM
UPAYA PELESTARIAN SENI BUDAYA PADA
GENERASI MUDA**

(Studi Deskriptif Pada Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa
Yogyakarta)



SKRIPSI

Diajukan Kepada

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi S.Ikom

Disusun Oleh :

Nadhilatul Khairunnisa

NIM 18107030100

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : Nadhilatul Khairunnisa

Nomor Induk : 18107030100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Advertising

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya atau penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 02 Desember 2022

Yang Menyatakan



Nadhilatul Khairunnisa

NIM 18107030100

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Nadhilatul Khairunnisa
NIM : 18107030100
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

UPAYA PELESTARIAN SENI BUDAYA PADA GENERASI MUDA MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

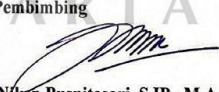
Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 5 Desember 2022

Pembimbing


Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
NIP : 19830111 201503 2 004

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1217/Un.02/DSH/PP.00.9/12/2022

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Komunikasi Persuasif dalam Upaya Pelestarian Seni Budaya pada Generasi Muda

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NADHILATUL KHAIRUNNISA
Nomor Induk Mahasiswa : 18107030100
Telah diujikan pada : Rabu, 14 Desember 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
SIGNED

Valid ID: 63a28762a73da



Penguji I

Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.
SIGNED

Valid ID: 63a491e24c7d8



Penguji II

Dr. Bono Setyo, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 63a3a696811bf



Yogyakarta, 14 Desember 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 63a50432cc33

MOTTO

“TIDAK ADA KESUKSESAN
TANPA KESULITAN”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:



Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Shawat dan salam yang tidak lupa penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW atas segala rahmat-Nya dalam membimbing umat manusia ke jalan kebenaran di dunia dan akhirat.

Skripsi ini diajukan sebagai memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan dan skripsi ini juga tidak akan berwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Mochammad Sodik, S. Sos., M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Rama Kertamukti, S. Sos., M. Sn Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si selaku Sek Prodi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Drs. Siantari Rihartono, M.Si., Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dalam kegiatan akademik selama proses perkuliahan.
5. Niken Puspitasari, S.IP., M.A. Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulis, hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si. selaku Dosen Penguji 1

dan Dr. Bono Setyo, M.Si. selaku Dosen penguji 2 skripsi yang telah menyempatkan waktunya untuk memberikan masukan dan bantuan terhadap skripsi peneliti.

7. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Bapak, Ibu, Kakak, Adik yang senantiasa mendoakan tanpa Lelah, memberidukung baik moral dan materil, serta yakin dan percaya pada saya se- hingga penelitan ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Bapak Hendro, Bapak Ryan, Bapak Derma, Mba Mj dan segenap keluarga Dinas Kebudayaan Yogyakarta yang telah menjawab setiap pertanyaan wa- wawancara dan memberikan penjelasan kepada peneliti sehingga data penelitian data penelitian ini dapat terisi dengan baik.
10. Bu Yopi yang telah memberikan penjelasan secara ilmu dan membantu peneliti dalam menguji, menganalisis serta triangulasi data.
11. Alfian, Egi, Syifa, Isna, Salma, Pompom, Aji, Laila, Nurul yang selalu menghibur, support, memberi penjelasan dan semuanya agar penelitian ini segera trerselesaikan.
12. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2018 terkhusus kelas C, dan teman-teman online yang selalu memberikan semangat agar penelitian ini segara terselesaikan.
Kepada semua pihak yang telah membantu, peniliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan. Aamiin.

Yogyakarta, 12 Desember 2022

Penyusun

Nadhilatul Khairunnisa
NIM. 18107030100

DAFTAR ISI

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PADA GENERASI MUDA MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka	9

F. Landasan Teori.....	18
1. Komunikasi Persuasif	18
2. Strategi Komunikasi persuasif	21
3. Pelestarian Seni Budaya	24
4. Pelaksanaan Pelestarian Budaya.....	27
G. Kerangka Berpikir	31
H. Metode Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian	31
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	32
3. Metode Pengumpulan Data.....	33
4. Metode Analisis Data	35
5. Metode Keabsahan Data	37
BAB II GAMBARAN UMUM	39
A. Sejarah Dinas Kebudayaan DIY.....	39
B. Visi dan Misi Dinas Kebudayaan DIY	40
C. Tugas dan Fungsi Dinas Kebudayaan DIY	40
D. Struktur Dinas Kebudayaan DIY.....	42
E. Seni budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	43
F. Filosofi Maskot	44

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	46
1.Strategi Komunikasi Persuasif Psikodinamika Dalam MengajakGenerasi Muda Melestarikan Seni Budaya	46
2.Strategi Komunikasi Persuasif Sosiokultural Dalam Mengajak Generasi Muda Melestarikan Seni Budaya	54
3.Strategi Komunikasi Persuasif The Meaning Construction Dalam Mengajak Generasi Muda Melestarikan Seni Budaya	62
BAB IV PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	86
Lampiran 1 : Interview Guide.....	86
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara Narasumber 1.....	88
Lampiran 3 : Transkrip Wawancara Narasumber 2.....	91
Lampiran 4 : Transkrip Wawancara narasumber 3.....	93
Lampiran 5 : Transkrip Wawancara Narasumber 4.....	95
Lampiran 6 : Interview Wawancara Narasumber 5	97
Lampiran 7 : Interview Wawancara Narasumber 6	97

Lampiran 8 : Interview Guide Narasumber 7 (ahli).... 98

Lampiran 9 : Transkrip Wawancara Narasumber 5 (ahli)101

Lampiran 10 : Surat Izin Penelitian..... 107

Lampiran 11 : Foto Dokumentasi 108

Lampiran 11 : Curriculum Vintae..... 110



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Wayang Cinema.....	50
Gambar 2 Edukasi Wayang	51
Gambar 3 Apresiasi Prestasi Budaya.....	51
Gambar 4 Kompetisi Bahasa Jawa	52
Gambar 5 Kemah Budaya.....	53
Gambar 6 Seminar Budaya.....	53
Gambar 7 Penggalangan dana	59
Gambar 8 Selendang Sutera	59
Gambar 9 Selasa Wagen.....	61
Gambar 10 Foto Baju Adat.....	61
Gambar 11 Peringatan Hari Wayang.....	64
Gambar 12 Website Sonobudoyo	65
Gambar 13 Lomba Mural	66
Gambar 14 Kunjungan Museum.....	66
Gambar 15 Bus Heritage	67
Gambar 16 Perpustakaan Museum pleret.....	68
Gambar 17 Akun Instagram	68
Gambar 18 Kegiatan Museum Kotagede.....	69
Gambar 19 Tutorial Dolanan.....	70
Gambar 20 Permainan Tradisional	71
Gambar 21 Festival Langencarita.....	71
Gambar 22 Akun Youtube Disbud	73
Gambar 23 Akun Instagram Disbud.....	74

ABSTRACT

The culture is very diverse and along with the development of the times many regional cultural arts are starting to be marginalized, especially the younger generation as the next generation who should be the heirs of cultural arts in order to remain sustainable. In the midst of this western cultural competition, the Yogya-karta Cultural Office began to invite the younger generation to participate in preserving culture. The research that will be carried out is to see how the Persuasive Communication Strategy of the Cultural Service in an effort to invite the younger generation to preserve cultural arts. The theory used by the study is the persuasive communication strategy of Melvin L. DeFluer and Sandra J. Ball-Rocheach (Soemirat and Suryana, 2018). This research uses descriptive qualitative methods. Data collection techniques use observation, interviews and documentation.

The results of this study explain that the Yogyakarta Cultural Office has succeeded in using all persuasive communication strategies, namely psychodynamic, sociocultural and the meaning construction strategies properly and precisely and of course, every time they do so there is a record to be used as a reference for development. The Yogyakarta Cultural Office has also begun to keep up with the times by modernizing the arts or activities that are practiced, the aim of attracting the younger generation to cultural arts without changing the meaning and flow of the arts. Dinas carries out all these persuasive communication strategies and keeps up with the times so that the arts are interesting in the current generation and the arts remain sustainable until the next generation

Keywords : Persuasive communication strategies, Cultural, Generation, The Yog-yakarta Cultural Office

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Budaya luar yang masuk ke Indonesia memiliki pengaruh yang besar dan fenomena ini sangat berpengaruh bagi budaya daerah. Kebudayaan Indonesia yang mulai terpinggirkan oleh budaya asing yang dengan mudah diterima masyarakat Indonesia terutama generasi muda. Generasi muda yang harus mengambil peran untuk mempertahankan budaya Indonesia, supaya budaya daerah tetap lestari dan tidak tergantikan dengan budaya luar atau asing. Tidak semua budaya asing membawa dampak positif bagi generasi muda saat ini, untuk itu harus dapat memilah budaya asing yang berupaya masuk ke Indonesia agar jati diri kita sebagai anak bangsa tidak rusak (Qureta, 2021).

Melestarikan budaya merupakan hal yang wajib bagi kita semua terutama generasi muda sebagai generasi penerus bangsa sudah seharusnya melestarikan budaya daerah agar kebudayaan daerah tidak hilang atau tersingkirkan karena budaya luar atau asing, seperti halnya fenomena generasi muda lebih bangga atau lebih suka menggunakan Bahasa asing dari pada Bahasa Indonesia atau Bahasa daerah (Charles Yohanes Olin, 2021). Hal ini juga disampaikan Kepala Badan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Profesor Mahsun di hotel Kartika Candra,

Jakarta, Selasa (18/8) “Dibeberapa kota besar terjadi lonjakan penguasaan Bahasa asing. Kalau itu terjadi, bisa jadi 10 tahun ke depan anak-anak Indonesia tidak lagi mengenal Bahasa nasionalnya. Dampak nyata globalisasi teknologi dan informasi ini terjadi di kalangan generasi muda yang karna berbagai factor lebih suka menggunakan Bahasa gaul keren atau populer, contohnya dalam penggunaan Bahasa sapaan bukan lagi Bahasa daerah namun sudah menggunakan Bahasa asing yang dinilai lebih gaul seperti “annyoeng, hallo dan sebagainya”.

Apalagi di Indonesia memiliki keberagaman kebudayaan yaitu perbedaan ras, suku dan adat istiadat yang membuat Indonesia mendapat sebutan sebagai *Bhineka Tunggal Ika* yang memiliki arti “berbeda beda tetapi tetap satu juga”. Dengan keberagaman ini tidak membuat masyarakat Indonesia terpecah belah atau membeda-bedakan orang yang berbeda daerah, suku maupun budayanya yang juga dijelaskan dalam Al-qur’an Surat Al-Hujurat ayat 13 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ
وَرَجَعَكُمْ إِلَىٰ ذَكَرٍ ۚ وَسِعْتِكُمْ
وَأَرْبَابًا ۚ وَإِلَىٰ ذَكَرٍ عُرْضُوا
أَلَمْ نَجْعَلِ لَكُمْ آيَاتٍ ۚ إِنَّا
خَالِقُونَ ۚ

Artinya : “Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa

dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sungguh, yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti” (Q.S. Al-Hujurat :13)

Ayat di atas menjelaskan bahwa Tuhan menciptakan manusia berbangsa dan bersuku, artinya Tuhan menciptakan manusia dengan asal-usul yang beragam untuk saling mengenal satu sama lain. Allah pun menegaskan dalam ayat tersebut bahwa orang yang paling mulia di sisi-Nya bukan karena warna kulit maupun bahasanya, melainkan ketakwaannya. Pada ayat tersebut juga menjelaskan bahwa tidak ada diskriminasi setiap daerah atas perbedaan ras, budaya, Bahasa. Indonesia adalah negara kesatuan yang memiliki ribuan pulau dan ratusan suku yang setiap daerahnya memiliki adat istiadat yang berbeda dengan ini Indonesia disebut dengan *multicultural* (Javanlabs, 2022).

Pengaruh budaya asing tersebut sering disebut *westernisasi*. *Westernisasi* merupakan proses perilaku sehari-hari yang meniru atau mengadopsi budaya barat mulai dari gaya hidup, makanan, dan lain sebagainya. Bisa kita lihat saat ini dimana arus globalisasi yang sudah menyebar perkembangannya kepada para masyarakat local khususnya remaja generasi muda (Dwi Latifatul Fajri,2022). Sebagai salah satu contohnya yakni mengglobalnya budaya korea dimana meningkatnya gelombang korea atau disebut “*Korea Wave*”.

Korean wave merupakan salah satu istilah dalam penyebaran budaya populer Korea yang bisa melalui produk kecantikan, makanan atau *life style* (Mar'ah Kamila, 2020). Contohnya yakni produk kecantikan lokal yang menggunakan brand ambasadornya artis Korea dengan tujuan supaya memikat pembeli atau konsumen, misalnya produk *Scarlett* yang brand ambasadornya pun artis Korea yang bernama Song Joong Ki dan girlband *Twice*. Dengan fenomena ini dapat disimpulkan bahwa produk lokal saja sudah lebih mengutamakan bekerja sama dengan artis luar negeri. Ada juga produk makanan yaitu mie sedap yang bekerja sama dengan artis Korea juga yaitu Siwon dan masih banyak lagi contoh produk lokal yang lebih memilih bekerja sama dengan artis luar negeri (Liputan 6, 2021).

Pada paragraf sebelumnya sudah dijelaskan bahwa Indonesia memiliki keanekaragaman budaya yang sudah seharusnya dilestarikan. Namun situasi yang sedang dialami Indonesia saat ini adalah pengaruh dari globalisasi atau masuknya budaya Barat yang sangat berdampak pada generasi muda. Masuknya budaya Barat atau budaya asing ini membuat budaya Indonesia semakin terlupakan. Selain dampak budaya Barat, kemajuan pesat teknologi di era globalisasi yang sedang dialami membuat semakin mudahnya akses dunia luar yang sampai berdampak pada kehidupan masyarakat Indonesia, terutama budaya Korea yang masuk ke

Indonesia, budaya Korea yang masuk ke Indonesia sangat beragam, mulai dari musik, makanan, serial drama, film dan *life style*.

Contohnya budaya Korea yang paling banyak dikenal adalah musik bergenre pop, yang biasa disebut dengan *Korean pop* atau *K-Pop*, sedangkan grup musik *K-Pop* ini sangat beragam antara lain *Super Junior*, *Blackpink*, *EXO*, *TWICE*, *BTS* dan masih banyak lagi. Dilansir dari *matamatamusik.com*, *BTS* menduduki posisi puncak untuk grup musik boyband *K-Pop* terpopuler edisi bulan April 2021. Boyband ini juga memiliki perkumpulan penggemar yang sangat luas dan besar yang disebut dengan *ARMY (Adorable Representative MC For Youth)*. Penggemar dari grup musik *K-Pop* ini seringkali memiliki anggapan negatif dari masyarakat, karena terlalu mengangung-agungkan sang idola yang membuat budaya Indonesia semakin tersingkirkan. Mereka dengan bangga dapat menirukan tarian atau dance dari grup musik *K-Pop* dari pada tarian tradisional atau tradisi budaya Indonesia.

Ada juga fenomena yang belum lama terjadi yaitu adanya konser *NCT* ke Indonesia yang diselenggarakan di Istora Senayan membuat para remaja relamengantri dari pagi untuk bisa masuk ke venue. Bahkan para fans ini mempersiapkan atribut khas *NCT* untuk menyambut kehadiran *NCT Dream*. Pantauan *CNN Indonesia.com* di lokasi, antrean para

fans sudah mengular hingga luar Istora Senayan bahkan ada beberapa ada fans yang rela menggu di trotoar sam- bal menunggu open gate. Dengan adanya fenomena ini membuktikan bahwa generasi muda saat ini terlalu fanatic dengan budaya asing atau terlalu mere- lakan waktu demi sang idola.

Salah satu bukti nyata besarnya pengaruh budaya Korea dan besarnya penggemar dari salah satu grup musik atau boyband terkenal Korea Selatan BTS adalah peluncuran menu baru dari McDonald"s yaitu "BTS Meal" yang sangat menggemparkan masyarakat Indonesia. Menu ini adalah sebagai hasilkolaborasi dengan BTS yang dirilis pada 9 Juni 2021. Dilaporkan dari kompas.com hampir semua gerai McDonald"s di seluruh Indonesia ramai dikunjungi oleh fansbasenya BTS yang disebut ARMY maupun para driver ojekonline yang rela mengantri berjam-jam, terlebih di tengah kondisi pandemi. Hal ini menunjukkan betapa besar pasrtisipasi, minat, dan dukungan dari para fans BTS dan merelakan waktu untuk mengantri berjam-jam demi makanan yang kolaborasi dengan idolanya. Begitu cepatnya pengaruh budaya asing yang me- nyebabkan terjadinya goncangan budaya atau sering disebut culture shock, yaitu keadaan dimana masyarakat tidak bisa menahan berbagai pengaruh ke- budayaan luar. Seharusnya kebudayaan daerah yang terus di perjuangkan, dilestarikan menjadi terkalahkan

dengan budaya luar terutama budaya Korea, boleh saja menyukai budaya asing tetapi jangan membuat lupa dengan budaya Indonesia. Sebagai masyarakat Indonesia kita memiliki peran dalam pelestarian budaya agar tidak tergerus oleh perkembangan jaman, terutama pada generasi muda yang akan meneruskan budaya ini hingga turun-menurun.

Perkembangan yang mendunia atau globalisasi yang telah menyebabkan kebudayaan terancam. Hal ini juga dikatakan oleh Kepala Staf TNI Angkatan Darat (KSAD) Jenderal TNI Mulyono bahwa generasi muda lahir dan hidup di era teknologi dan keterbukaan informasi sehingga generasi muda rentan terhadap budaya asing yang tidak sesuai dengan nilai-nilai luhur Pancasila. "Oleh Karenanya, kita perlu membangun komunikasi antargenerasi yang konstruktif dan dialogis guna mewariskan nilai-nilai luhur Bangsa secara berkesinambungan sesuai dengan perkembangan zaman," dalam sambutannya yang dibacakan Aster KSAD Mayjen TNI Supartodi pada Pembukaan Rakornis TNI Manunggal Membangun Desa (TMMD) KE-102, di Balai Sudirman, Jakarta (wartaekonomi, 2018).

Adanya pernyataan tersebut, tentu harus terdapat upaya dalam mewujudkan hal tersebut pasti mewujudkan hal tersebut pasti memerlukan banyak cara, yang salah satunya yaitu melalui komunikasi. Komunikasi sendiri ada jenis komunikasi persuasif dalam komunikasi yang

memungkinkan hal ini terjadi. Komunikasi persuasif merupakan cara komunikasi yang efektif untuk mempengaruhi sikap dan membujuk orang lain agar menerima suatu paham atau pesan yang akan disampaikan.

Rakhmat (2007) mengemukakan “persuasif proses komunikasi untuk mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri”(Li & Pustaka, 2002).

Dari pernyataan ini bahwa komunikasi persuasif memiliki tujuan yaitu mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan dengan mempengaruhi pengetahuan atau mengubah persepsi orang lain. Berdasarkan tujuan yang sudah disampaikan, dengan ini komunikasi persuasif dapat diterapkan dalam upaya untuk melestarikan budaya dan dalam penelitian ini rentang umur generasi muda yaitu dari 10 tahun sampai 18 tahun yang bisa disebut dengan remaja.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif yang dilakukan Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta dalam upaya pelestarian seni budaya pada generasi muda ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dilakukan pihak Dinas

Kebudayaan khususnya untuk Daerah Istimewa Yogyakarta dalam melestarikan seni budaya pada generasi muda?

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat yang diharapkan dari penelitian :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini harapannya dapat dijadikan bahan data dan diharapkan bisa menambah wawasan keilmuan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pembelajaran ilmu komunikasi yang berkaitan dengan komunikasi persuasif yang digunakan untuk melestarikan budaya.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta, diharapkan dapat digunakan untuk bahan acuan dan pedoman bagaimana cara melestarikan budaya terutama bagi generasi pemuda.
- b. Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan menjadi acuan penelitian supaya bisa dikembangkan yang lebih baik.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka proses yang diperlukan untuk

mengidentifikasi penelitian serupa yang telah digunakan sebelumnya dan berguna untuk menambah referensi dalam penelitian. Tinjauan pustaka juga digunakan untuk mengetahui perbedaan antara penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian lain yang sama. Berdasarkan penemuan peneliti, ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

Tinjauan pustaka yang pertama yaitu penelitian milik Fitri Ramadhani dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Komunikasi Antarbudaya Dalam Upaya Pelestarian Reog Ponorogo Pada Orang Jawa Di Desa Nagori Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara” pada tahun 2018. Penelitian tersebut membahas tentang bagaimana strategi komunikasi antarbudaya dalam upaya pelestarian reog ponorogo pada orang jawa di Desa Nagori Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu metode kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Subjek dari penelitian tersebut adalah “Pemilik dan anggota Paguyuban Reog Ponorogo, Kepala Desa dan ketua umum SIBAJA (Simalungun, Batak dan Jawa) Yang Ada Di Desa Nagori Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai”. Teknik pengumpulan data dalam penelitian tersebut adalah teknik observasi dan wawancara serta dokumentasi. Untuk analisis data penelitian tersebut menggunakan teknik analisis

data model Miles dan Huberman yang dilakukan tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Persamaan penelitian milik Fitri Ramadhani dengan peneliti yaitu, sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, memiliki tujuan untuk pelestarian suatu budaya dan menggunakan teknik analisis data yang sama juga yaitu teknik interaktif Model Miles dan Huberman.

Sedangkan untuk perbedaannya terletak pada bagian subjek, jika pada penelitian Fitri Ramadhani subjeknya adalah Pemilik dan anggota Paguyuban Reog Ponorogo, Kepala Desa dan ketua umum SIBAJA (Simalungun, Batak dan Jawa) Yang Ada Di Desa Nagori Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai sedangkan subjek dari peneliti adalah pihak Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu juga objek dari penelitian Fitri Ramadhani yaitu strategi komunikasi antarbudaya dalam pelestarian reog ponorogo di Desa Nagori Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai sedangkan objek peneliti yaitu strategi komunikasi persuasif dalam upaya melestarikan seni budaya pada generasi muda dari pihak Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tinjauan pustaka kedua yaitu penelitian milik Siti Nurjanah dalam skripsinya yang berjudul “Komunikasi

Persuasif Tokoh Muhammadiyah Dalam Melestarikan Kearifan Lokal (Studi Deskriptif Kualitatif Teknik Komunikasi Persuasif pada Kegiatan Pengajian Anak di Kampung Alun- alun Kotagede, Yogyakarta)” pada tahun 2017. Penelitain ini membahas tentang bagaimana teknik komunikasi persuasif tokoh masyarakat muslim dalam melestarikan kearifan lokal pada kegiatan pengajian anak di Kampung Alun-alun Kotagede Yogyakarta. Metode penelitian yang dipakai yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik komunikasi yang digunakan yaitu teknik komunikasi persuasif. Subjek pada penelitian ini yaitu pada tokoh masyarakat muslim yang berpengaruh dalam melestarikan kearifan lokal di Kampun Alun-alun Kotagede Yogyakarta. Sedangkan Objeknya yaitu komunikasi persuasif yang dilakukan oleh tokoh masyarakat setempat dalam melestarikan kearifan lokal di Kampung Alun-alun Kotagede Yogyakarta. Metode analisis data yang digunakan yaitu metode analisis data interaktif yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Persamaan penelitian yang diteliti oleh Siti Nurjanah dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif denngan pendektan deskriptif. Selain itu juga sama-sama membahas tentang komunikasi persuasif dengan menggunakan metode analisis data yang digunakan

sama yaitu yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman. Perbedaan dari penelitian Siti Nurjanah yaitu pada subjeknya, subjek pada penelitian tersebut yaitu tokoh masyarakat muslim yang berpengaruh dalam melestarikan kearifan lokal di Kampung Alun-alun Kotagede Yogyakarta, sedangkan subjek peneliti yaitu pihak Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta. Objek penelitian juga berbeda, objek penelitian milik Siti Nurjanah yaitu teknik komunikasi persuasif dalam melestarikan kearifan lokal. Sedangkan peneliti objeknya strategi komunikasi persuasif dalam upaya melestarikan seni budaya pada generasi muda dari pihak Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tinjauan pustaka ketiga yaitu penelitian milik Rizki Ramadhan yang berjudul “Strategi Komunikasi Dalam Melestarikan Kesenian Tradisional Di Kota Palembang (Studi Terhadap Eksistensi Kesenian Dulmuluk Sanggar Harapan Jaya 16 Ulu Plaju)” pada tahun 2020. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi dalam melestarikan kesenian tradisional di Kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data adalah teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Untuk analisis data penelitian tersebut menggunakan cara induktif.

Persamaan penelitian milik Rizki Ramadhan dengan peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, memiliki tujuan untuk pelestarian seni budaya. Sedangkan perbedaan terletak pada cara analisis data, pada penelitian milik Rizki Ramadhan menggunakan cara induktif sedangkan peneliti menggunakan cara analisis data model miles dan huberman. Subjek dan objek pada penelitian ini juga berbeda. Subjek dari penelitian milik Rizki Ramadhan adalah pihak sanggar seni Harapan Jaya, sedangkan subjek peneliti adalah pihak Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta. Objek pada penelitian Rizki Ramadhan yaitu strategi komunikasi dalam melestarikan kesenian di Kota Palembang. Objek dari peneliti sendiri adalah Strategi komunikasi persuasif dalam melestarikan seni budaya pada generasi muda.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

No	Nama	Sumber	judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Fitri Ramadhani	Skripsi 2018. Universitas Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi	Strategi Komunikasi Antarbudaya Dalam Upaya Pelestarian Reog Ponorogo Pada Orang Jawa Di Desa Nagori Kecamatan sipispis Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara	-Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif -Memiliki tujuan yang untuk pelestarian suatu budaya -Menggunakan analisis data yang sama yaitu Teknik analisis data Teknik interaktif model Miles dan Huberman	- subjek penelitian pada penelitian Fitri Ramadhani adalah pemilik dan anggota Paguyuban Reog Ponorogo, Kepala Desa dan Ketua Umum SIBAJA (Simalungun, Batak dan Jawa) yang ada di Desa Nagori Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai -objek penelitian objek penelitian Fitri Ramadhani yaitu Strategi Komunikasi antarbudaya dalam pelestarian Reog Ponorogo di Desa Nagori Kecamatan

					Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai
2.	Siti Nurjanah	Skripsi 2017. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Komunikasi Persuasif Tokoh Muhammadiyah Dalam Melestarikan Kearifan Lokal (studi deskriptif kualitatif teknik komunikasi persuasive pada kegiatan pengajian anak di kampung alun-alun Kotagede, Yogyakarta)	-metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif -membahas tentang komunikasi persuasive dengan menggunakan -metode analisis data yang digunakan sama yaitu yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman	- subjek penelitian subjek pada penelitian tersebut yaitu tokoh masyarakat muslim yang berpengaruh dalam melestarikan kearifan local di Kampung Alun-alun Kotagede Yogyakarta. -objek penelitian objek penelitian milik siti nurjanah yaitu Teknik komunikasi persuasive

					dalam melestarikan kearifan local.
3.	Rizki Ramadhan	Skripsi 2022. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang	Strategi Komunikasi Dalam Melestarikan Kesenian tradisional di Kota Palembang (studi terhadap eksistensi kesenian dulmuluk sanggar harapan jaya 16 Ulu Plaju)	-metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif -memiliki tujuan untuk pelestarian seni budaya	-analisis data pada penelitian milik Rizki Ramadhan menggunakan cara induktif sedangkan penelitian menggunakan cara analisis dan model miles dan Huberman. -subjek penelitian penelitian milik Rizki Ramadhan adalah pihak sanggar seni Harapan Jaya -objek penelitian penelitian Rizki Ramadhan yaitu strategi komunikasi dalam melestarikan kesenian di Kota Palembang.

Tabel 1

F. Landasan Teori

1. Komunikasi Persuasif

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication berasal dari kata Latin communication, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Maka dari itu orang yang melakukan komunikasi, contohnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan berlangsung selama terdapat kesamaan makna atau tujuan mengenai topik yang sedang dibicarakan (Effendy, 2011 : 9)

Adapun kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (community) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas sendiri adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. (Mulyana, 2010 : 46)

Menurut Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan Forsdale bahwa “komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. (Muhmmad, 2014:4) Menurut Laswell bahwa “komunikasi itu merupakan jawaban terhadap who says what in which medium to whom with what effect (siapa mengatakan apa dalam media apa kepada siapa dengan apa efeknya). (Mulyana, 2005:62)

Selanjutnya menurut Edward Depari menjelaskan

komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan pada penerima pesan. Maksud pesan disini seperti menyampaikan amanah dengan melalui komunikasi langsung atau bertatap muka dengan penerima pesan. (Widjaja, 2000:13-14)

Sedangkan persuasif atau dalam bahasa inggris persuasion berasal dari bahasa latin yang secara harfiah berarti ajakan, bujukan, imbauan dan lain-lain yang sifatnya halus dan luwes. Persuasif juga dapat diartikan proses dimana sebuah pesan menyebabkan perubahan keyakinan, sikap atau perilaku. (Effendy, 1990:67)

Istilah persuasi menurut Bettinghaus (1973:10) menyebut persuasi adalah usaha mempengaruhi pemikiran dan perbuatan seseorang, atau hubungan aktivitas antara pembicara dan pendengar di mana pembicara berusaha mempengaruhi tingkah laku atau sikap pendengar melalui perantara pendengaran dan penglihatan. (Putri & Lukmantoro, 2015)

Illardo (Soemirat, 2014:126) (1981) mendefinisikan persuasi sebagai proses komunikatif untuk mengubah kepercayaan, sikap, perhatian atau perilaku baik secara sadar maupun tidak dengan menggunakan kata-kata dan pesan nonverbal. Illardo menegaskan persuasi secara keseluruhan,

merupakan fakta hidup yang tidak bisa dielakkan. Persuasi dapat dilakukan baik secara rasional maupun emosional. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diriseseorang dapat dipengaruhi dapat berupa ide ataupun konsep, sehingga dapat terbentuk keyakinan. (Soemirat, 2014:1.24)

Persuasi yang dilakukan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara ini, aspek simpati dan empati seseorang digugah, sehingga muncul proses senang pada diri seseorang yang dipersuasi (the liking process) (Soemirat, 2014:1.25)

Menurut Mar'at (Soemirat, 2014:1.30) (1982) komunikasi persuasif merupakan kegiatan penyampaian suatu informasi atau masalah pada pihak lain dengan cara membujuk. Kegiatan yang dimaksud mempengaruhi sikap emosi komunikan atau persuadee. Burgon & Huffner (Maulana, 2013:7) (2002) meringkat beberapa pendapat mengenai definisi komunikasi persuasi sebagai berikut :

- a) Proses komunikasi yang bertujuan mempengaruhi pemikiran dan pendapat orang lain agar menyesuaikan pendapat dan keinginan komunikator.
- b) Proses komunikasi yang mengajak atau membujuk orang lain dengan tujuan mengubah sikap, keyakinan dan pendapat sesuai keinginan komunikator. Pada definisi ini merupakan ajakan atau bujukan tanpa unsur pemaksaan atau ancaman.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti memberikan pengertian komunikasi persuasif adalah proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi sikap, perilaku atau pendapat oranglain baik sacar verbal maupun non verbal.

2. Strategi Komunikasi persuasif

Strategi pada dasarnya adalah sebuah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2009:32). Sedangkan strategi komunikasi persuasif dilakukan yang mana untuk mencapai suatu tujuan, yakni mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku komunikan atau audiens. Menurut Soemirat dan Suryana (2018) menjelaskan bahwa strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi persuasif dengan manajemen komunikasi, oleh karena itu agar mencapai tujuan yang diinginkan maka dalam strategi yang dibuat harus mencerminkan operasional taktis.

Dengan ini harus ditentukan siapa sasaran, apa pesan yang akan disampaikan, mengapa harus disampaikan, dimana lokasi penyampaianpesan dan apakah waktu yang digunakan cukup tepat. Strategi komunikasi persuasif menurut Melvin L. Defluer dan Sandra J. Ball- Roceach, (Soemirat dan Suryana, 2018) menjabarkan antara lain :

a) Strategi Psikodinamika

Asal kata Psiche: pikiran mencakup perasaan, pengamalam masa lalu, roh dan jiwa. Kata Dinamik mengacu

pada pandangan bahwa psikis individu bersifat dinamis, tidak statis. Menekankan pada dorongan insting dari individu untuk melakukan hubungan, baik internal maupun eksternal maka dari itu, harus dipusatkan pada faktor emosional dan faktor kognitif. Faktor kognitif yang berpengaruh besar pada perilaku, kondisi, pernyataan, dan kekuatan dalam diri individu sangat besar ketidak mungkinan mengubah faktor-faktor biologis seperti tinggi, berat, sex, ras dll dengan pesan persuasif.

Hal yang sangat mungkin adalah menggunakan pesan persuasi untuk pernyataan yang bersifat emosional. Esensi dari strategi psikodinamika untuk persuasi adalah pesan yang efektif bersifat mampu mengubah fungsipsikologis individual dengan berbagai cara, yang mana mereka akan merespon secara terbuka dengan bentuk perilaku, seperti yang diinginkan atau sesuai dengan dinyatakan persuader. Dalam penekanan ini memungkinkan menggunakan media massa untuk mengubah struktur tersebut, seperti perubahan perilaku.

b) Strategi Persuasi Sosiokultural

Strategi persuasi sosiokultural banyak dipengaruhi oleh kekuatan luar individu. Perilaku orang yang dipersuasi dipengaruhi oleh faktor lingkungan, contoh lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan sesama teman maupun lingkungan profesi disuatu tempat pekerjaan. Faktor

lingkungan seperti ini dapat diperhatikan pemasar sebelum mempersuasif calon orang yang dipersuasif. Strategi ini dapat dikatakan dimana biasanya pemasar sebelum mempersuasif calon orang yang dipersuasif. Strategi ini dapat dikatakan dimana biasanya pemasar dapat referensi dari teman ataupun lingkungan sekitar. Strategi sosiokultural banyak digunakan dalam promosi pada produk komersial dengan cara melalui kesamaan situasi. Faktor lingkungan memang sangat membantu persuader untuk merubah dan menyakinkan perilaku persuadee. Kedekatan antar seseorang akan lebih mudah dipersuasif selain itu kepercayaan telah ada di dalam hubungan kedekatan antar keluarga, sahabat, atau teman untuk mengikuti apa yang diinginkan.

c) Strategi The Meaning Construction

The Meaning Construction bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku. Hal ini berawal dari konsep bahwa hubungan antara pengetahuan dan perilaku dapat dicapai sejauh apa yang dapat diingat. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa strategi ini dicirikan oleh “belajar-berbuat” (learn-do), seperti yang diawankan dengan belahar merasa berbuat (learn-feel-do) dan pendekatan belajar menyesuaikan diri. Asumsi dasar strategi persuasi the meaning construction adalah pengetahuan dapat membentuk perilaku. Persuader pada kali ini berupaya memberikan pengetahuan mengenai suatu hal kepada calon yang dipersuasif.

Pada strategi ini persuader berupaya memanipulasi suatu makna, untuk lebih dapat memberikan pengertian yang mudah dimengerti dan dipahami orang yang dipersuasi tanpa mengurangi arti dari pengertian itu sendiri. Memperkenalkan suatu hal, persuader cukup menjelaskan dengan orang yang dipersuasi langsung pada saat memberikan suatu pemahaman, karena bagi persuader itu sangat efektif dan efisien, ditambah lagi persuader itu sangat efektif dan efisien.

Peneliti juga sudah melakukan wawancara terhadap pihak Dinas Kebudayaan tentang strategi yang digunakan Kepala Subbagian Program Bapak Drs. Aryanto Hendro Supranto berkata bahwa, strategi yang digunakan tidak bisa hanya satu strategi saja, tetapi semua strategi ini dapat digunakan dan beliau juga berkata bahwa setiap kabupaten memiliki wewenang masing-masing.

3. Pelestarian Seni Budaya

Pelestarian dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, Kemendikbud.go.id) berasal dari kata lestari, yang artinya tetap seperti keadaannya semula, tidak berubah, bertahan, dan kekal. Kata lestari jika ditambahkan awalan pe- dan akhiran “an” dalam Bahasa Indonesia maka menjadi kata pelestarian, yang dimaksud dari pelestarian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses, cara, perbuatan melestarikan, perlindungan dari kemusnahan atau kerusakan, pengawetan, konservasi. Pelestarian adalah upaya

perlindungan , pengembangan dan pemanfaatan kebudayaan yang dinamis.

Pelestarian sebagian kegiatan yang dilakukan secara terus menerus, terarah dan terpadu guna mewujudkan tujuan tertentu yang mencerminkan adanya sesuatu yang tetap dan abadi, bersifat dinamis, luwes dan selektif. Pelestarian budaya adalah upaya untuk mempertahankan nilai-nilai seni budaya, nilai tradisional dengan mengembangkan perwujudan yang bersifat dinamis, luwes dan selektif, serta menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang selalu berubah dan berkembang. Widjaja (1986) mengartikan pelestarian sebagai kegiatan atau yang yang dilakukan secara terus menerus, terarah dan terpadu guna mewujudkan tujuan tertentu yang mencerminkan adanya sesuatu yang tetap dan abadi, bersifat dinamis, luwes dan selektif. (Widjaja dalam Ranjabar, 2006:56)

Secara etimologis, kata kebudayaan berasal dari kata Sansekerta, buddhayah, bentuk jamak dari kata budhi yang berarti akal atau mati. Menurut ahli budaya, kata budaya merupakan gabungan dari dua kata, yaitu budi dan daya. Budi mengandung makna akal, pikiran, paham, pendapat, ikhtiar, perasaan. Sedangkan daya mengandung makna tenaga, kekuatan, kesanggupan.

(Sulasman, 2013:17). Budaya (Sulasman, 2013:20) suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh

sekelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni.

Kebudayaan menurut Taylor, kebudayaan sebagai keseluruhan yang kompleks yang di dalamnya terkandung ilmu pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan kemampuan serta kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat (Basrowi, 2005:71)

Roucek dan Warren mengatakan, bahwa kebudayaan itu bukan saja merupakan seni dalam hidup, tetapi juga benda-benda yang terdapat di sekeliling manusia yang dibuat oleh manusia. Maka dari itu ia mendefinisikan kebudayaan sebagai cara hidup yang dikembangkan oleh sebuah masyarakat guna memenuhi keperluan dasarnya untuk dapat bertahan hidup, meneruskan keturunan dan mengatur pengalaman sosialnya. Roucek dan Warren menganggap bahwa kebudayaan adalah sebagai sumbangan manusia kepada alam lingkungannya. (Basrowi. 2005:72)

Dapat disimpulkan kebudayaan adalah segala sesuatu yang dilakukan dan dihasilkan manusia, kebudayaan diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat. Tanpa masyarakat, kemungkinan kecil untuk membentuk kebudayaan. Sebaliknya tanpa kebudayaan tidak mungkin manusia dapat mempertahankan kehidupannya.

Menurut Koentjaraningrat (2009:185-189) ada tiga proses belajar kebudayaan sendiri, yaitu sebagai berikut :

a) Proses Internalisasi

Proses internalisasi adalah proses panjang sejak seorang individu dilahirkan sampai ia hampir meninggal. Individu belajar menanamkan dalam kepribadiannya segala perasaan, hasrat, nafsu dan emosi yang diperlukan sepanjang hidupnya.

b) Sosialisasi

Proses sosialisasi berkaitan dengan proses belajar kebudayaan dalam hubungannya dengan sistem sosial. Dalam proses itu seorang individu dari masa anak-anak hingga masa tuanya belajar pola-pola tindakan

c) Enkulturasasi

Istilah yang sesuai untuk kata “enkulturasasi” adalah pembudayaan (dalam bahasa Inggris institutionalization). Proses enkulturasasi adalah proses seorang individu mempelajari dan menyesuaikan alam pikiran serta sikapnya dengan adat, sistem norma, dan peraturan yang hidup dalam kebudayaan.

4. Pelaksanaan Pelestarian Budaya

Prof. DR. Nani Tuloli (Tuloli,2003:16-17) menyampaikan pelestarian warisan budaya dilaksanakan melalui beberapa kegiatan sebagai berikut:

a) Mengadakan inventarisasi dan pengumpulan warisan budaya

daerah dan nasional yang tersebar di seluruh Indonesia, secara bertahap dan menyeluruh.

- b) Membuat peta penyebaran budaya adat, sastra, bahasa, kepercayaan, dan lain-lain.
- c) Mengadakan penelitian warisan budaya :
 - 1) Fungsinya masih sesuai dengan perkembangan masa kini dan akan datang.
 - 2) Ciptaan baru yang bernilai positif untuk pengembangan dan pembinaan generasi.
 - 3) Lintas budaya untuk menemukan persamaan dan perbedaan dalam rangka integrasi bangsa yang Bhineka Tunggal Ika.
 - 4) Penginterpretasikan kembali dengan nuansa dan wawasan baru.
 - 5) Penemuan ilmu atau teori baru dalam berbagai bidang yang bernuansa Indonesia.
 - 6) Mengadakan tulisan-tulisan yang terkait dengan warisan budaya.
 - 7) Mendirikan lembaga-lembaga atau pusat-pusat penyimpanan, pendokumentasian dan pengkajian warisan budaya berupa museum, sanggar budaya, pusat kajian budaya, bengkel-bengkel seni budaya.
 - 8) Mengembangkan lembaga pendidikan warisan budaya disetiap daerah dari tingkat Sekolah Dasar sampai perguruan tinggi, baik formal maupun nonformal seperti kursus tarian, busana, olahraga daerah, akademi atau institute seni budaya.

- 9) Mengadakan pengkajian warisan budaya yang bisa mengembangkan upaya pemberdayaan perempuan guna mencapai akses yang lebih luas bagi perempuan pada pengambilan keputusan. Kebersamaan dan kesejajaran perempuan dan pria, serta mengangkat harkat dan martabat perempuan terutama dalam berpartisipasi terhadap pembangunan.
- 10) Mengembangkan kreasi baru berbentuk film dan sinetron yang berisikan warisan budaya, penayangan adat istiadat, pakaian adat daerah, pameran-pameran warisan budaya dalam corak lama dan baru.
- 11) Mengadakan pertemuan berkala regional dan nasional yang menyangkut prospek warisan budaya.

Selanjutnya dalam penelitian ini, dari ke sembilan point yang telah dijelaskan di atas guna kepentingan penelitian dan kesesuaian dengan apa yang akan diteliti, peneliti mengambil tiga point dari sembilan point yang sudah dijelaskan. Berikut point yang di pakai peneliti :

- 1) Mendirikan lembaga-lembaga atau pusat-pusat penyimpanan, pendokumentasian dan pengkajian warisan budaya berupa museum, sanggar budaya, pusat kajian budaya, bengkel-bengkel seni budaya.
- 2) Mengembangkan lembaga pendidikan warisan budaya disetiap daerah dari tingkat Sekolah Dasar sampai perguruan tinggi, baik formal maupun nonformal seperti kursus tari,

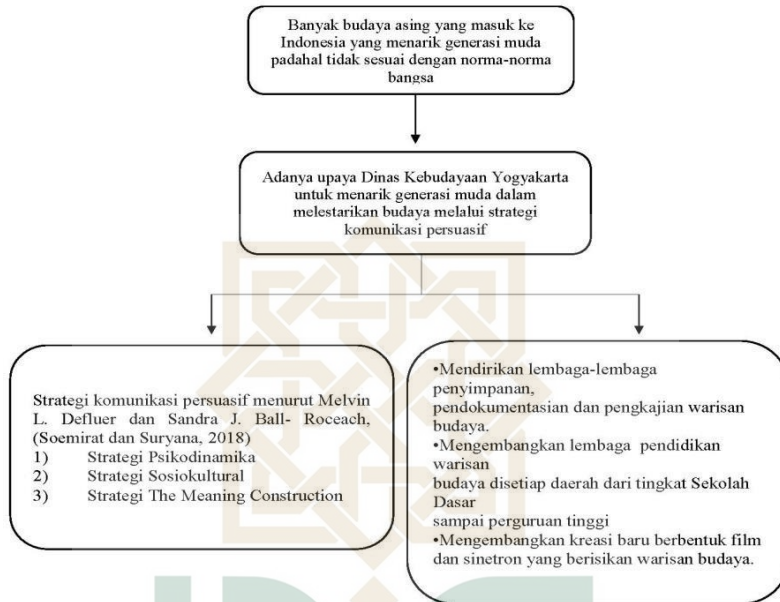
busana, olahraga daerah, akademi atau institute seni budaya.

- 3) Mengembangkan kreasi baru berbentuk film dan sinetron yang berisikan warisan buddaya, penayangan adat istiadat, pakaian adat daerah, pameran-pameran warissan budaya dalam corak lama dan baru.

Ketiga point dari kesembilan point di atas yang di ambil peneliti, karena peneliti merasa bahwa ke tiga point tersebut sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selain itu juga point yang sudah di pilih peneliti akan membuat penelitian menjadikan fokus pada permasalahan yang akan diteliti.



G. Kerangka Berpikir



H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, karena metode ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami sesuatu yang sulit untuk dipahami secara memuaskan. (Herdiansyah, 2010:9). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama, yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat. (Rakhmat, 2004:22)

Menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku dapat diamati (Moleong, 2010:4).

Penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, factual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek yang di teliti. (Kriyantono, 2006:47). Penelitian ini akan melalui beberapa proses hingga akhirnya menghasilkan data deskriptif yang sistematis, faktual dan akurat.

Dengan hal tersebut peneliti menggunakan metode penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui secara realistis dan dan tepat bagaimana strategi komunikasi persuasif yang diterapkan Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta guna menarik generasi muda.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah salah satu hal terpenting dalam penelitian , hal ini karena subjek penelitian akan menjadi sumber informasi utama dalam pengumpulan serta analisis data. Subjek penelitian menurut Suharsimi Arikunto memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat daya untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan (Idrus, 2009:91). Kesimpulan dari

pengertian diatas subjek penelitian adalah seseorang atau individu yang dapat dijadikan sumber yang akan memberikan keterangan atau informasi yang kita butuhkan dalam penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah pihak Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta, Pegiat Budaya.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian yaitu sasaran penelitian yang mana tidak tergantung pada judul atau topik penelitian melainkan secara konkret tergambar dalam rumusan masalah penelitian (Bungin, 2007:76). Objek dari penelitian ini adalah strategi komunikasi persuasif dalam upaya melestarikan seni budaya pada generasi muda dari pihak Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2009:93). Menurut Sugiyono (Pawito, 2008:96) data penelitian komunikasi kualitatif pada umumnya berupa informasi kategori substantif yang sulit dinumerasikan. Secara garis besar data dalam penelitian komunikasi kualitatif dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis :

- 1) Data yang diperoleh dari interview
- 2) Data yang diperoleh dari observasi
- 3) Data yang berupa dokumen, teks, atau karya seni yang kemudiandinarasikan.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan tiga metode yang sudah disebutkan di atas :

a. Wawancara

Menurut Berger (Kriyantono, 2009:98) wawancara adalah percakapan antara peneliti (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang diasumsi mempunyai informasi tentang suatu objek). Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara disini digunakan peneliti untuk mendapatkan atau mengumpulkan informasi dari subjek penelitian. Dalam hal ini, wawancara akan dilakukan kepada Pihak Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung ke lokasi adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindera mata sebagai alat bantu utama selain pancaindera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. (Bugin, 2007:115) Observasi ini dilakukan di Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta dengan mengamati kegiatan yang ada di Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuesioner atau wawancara sering dilengkapi dengan kegiatan dokumentasi. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. (Kriyantono, 2009:118)

Peneliti akan melakukan dokumentasi di Dinas Kebudayaan baik melalui data atau dokumentasi yang dimiliki dan pada kegiatan yang diadakan Dinas Kebudayaan. Peneliti juga akan melakukan dokumentasi pada bagaimana bentuk atau contoh komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Kebudayaan.

4. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan selama pengumpulan data berlangsung hingga setelah selesai pengumpulan data. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis interaktif model Miles dan Huberman. Analisis data model dan huberman (Pujileksono, 2015:152) dilakukan melalui tiga tahap :

a. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian melalui penyederhanaan,

pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Tahapan-tahapan reduksi data meliputi :

1. Membuat ringkasan
2. Mengkode
3. Menelusur tema
4. Membuat gugus-gugus
5. Membuat partisi
6. Menulis memo.

b. Penyajian Data

Penyajian data berarti mendisplay atau menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah bersifat naratif. Ini dimaksudkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti berada di lapangan atau lokasi penelitian. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas menjadi jelas dan dapat berupa hubungan kausal atau interaktif dan hipotesis atau teori.

Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan setelah dari lokasi penelitian.

5. Metode Keabsahan Data

Penelitian kualitatif menghadapi persoalan penting mengenai pengujian keabsahan data. Hasil penelitian kualitatif diragukan kebenarannya karena beberapa hal, yaitu :

- a. Subjektivitas peneliti merupakan hal yang dominan dalam penelitian kualitatif.
- b. Alat penelitian yang diandalkan adalah wawancara dan observasi.
- c. Sumber data yang kurang credible akan mempengaruhi hasil akurasi penelitian. (Bungin, 2007:253-254) Salah satu cara paling penting dan mudah dalam menguji keabsahan hasil penelitian kualitatif adalah dengan melakukan triangulasi peneliti, metode, teori dan sumber data. Dengan mengacu pada Denzin maka pelaksanaan teknik dari langkah pengujian keabsahan ini akan memanfaatkan : peneliti, sumber, metode, dan teori. (Bungin, 2007:256). Langkah yang akan diambil dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data. Triangulasi dengan sumber data ini dilakukan dengan membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif yang dilakukan

dengan sebagai berikut : (Bungin, 2007:256-257)

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikataka orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perspekstif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa,orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan pemerintah
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan. Hasil perbandingan yang diharapkan adalah berupa kesamaan atau lasan terjadinya perbedaan. Proses triangulasi dalam penelitian ini, nantinya peneliti akan menguji data dari berbagai sumber yang didapatlan selama penelitian dilakukan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dinas Kebudayaan Yogyakarta dalam mengajak generasi muda untuk melestarikan seni budaya sudah menggunakan tiga strategi komunikasi persuasif yaitu strategi psikodinamika, strategi sosiokultural dan strategi themeaning construction, jadi Dinas Kebudayaan Yogyakarta tidak hanya fokus dengan satu strategi saja. Hal ini dilakukan supaya strategi yang dilakukan untuk melestarikan meluas dan sesuai dengan sasaran atau sesuai dengan kebutuhan.

Dinas Kebudayaan Yogyakarta juga sudah melakukan modernisasi dalam upaya mengajak generasi muda untuk melestarikan budaya supaya menarik perhatian generasi muda, hal ini Dinas Kebudayaan Yogyakarta menggunakan media sosial Instagram dan Youtube untuk update atau membagikan kegiatan-kegiatan perihal pelestarian seni budaya tersebut, karena generasi saat ini lebih tertarik dengan media-media visual.

Modernisasi yang dilakukan Dinas Kebudayaan Yogyakarta tidak mengubah makna dan alur dari kesenian tersebut, hanya saja Dinas Kebudayaan Yogyakarta mencoba untuk merubah cara penyampaiannya supaya generasi muda lebih tertarik terhadap seni budaya. Kegiatan yang diadakan

Dinas Kebudayaan Yogyakarta juga sudah mulai melibatkan generasi muda, karena memang generasi mudalah yang akan menjadi pewaris budaya selanjutnya.

Tiga strategi komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Kebudayaan Yogyakarta saling melengkapi dan berkesinambungan, jadi tidak ada strategi komunikasi persuasif yang kurang diperlukan maupun sangat diperlukan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang dilakukan Dinas Kebudayaan Yogyakarta sudah tepat dan berhasil dalam upaya mengajak generasi muda dalam pelestarian seni budaya.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis di atas, peneliti hanya dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Dinas Kebudayaan Yogyakarta, tetap mempertahankan strategi yang telah digunakan. Namun terus dikembangkan dan disesuaikan dengan keadaan dan perkembangan zaman tanpa mengubah makna seni budaya.
2. Untuk para generasi muda, tetaplah melestarikan budaya local walaupun banyak kebudayaan barat yang lebih menarik dan modern supaya kesenian kita tidak punak dan terus ada sampai ke generasi selanjutnya.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk lebih

mempersiap- kan diri untuk proses pengambilan dan pengumpulan data, se- hingga dapat dilakukan dengan baik. Peneliti selanjutnya juga diharapkan ditunjang pula wawancara dengan sumber yang lebihberkompeten



DAFTAR PUSTAKA

- Putri, F. I., & Lukmantoro, T. (2015). Teknik-teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube).
<https://media.neliti.com/media/publications/185258-ID-teknik-teknik-persuasif-dalam-media-sosi.pdf>
- Vicky Fadil. 2018. Generasi Milenial Rentan Terpengaruh Budaya Asing
<https://www.wartaekonomi.co.id/read180278/generasi-milenial-rentan-terpengaruh-budaya-asing>
- Sarah Oktaviani Alam. (2022). Relu Nunggu NCT Dream dari Pagi, Ternyata Ini
„Dopping“ Para NCTzen.
<https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-6086625/relu-nunggu-nct-dream-dari-pagi-ternyata-ini-doping-para-nctzen>
- Javanlabs. 2015-2022. <https://tafsirq.com/3-ali-imran/ayat-103>
CNN Indonesia. (2022). Datang Sejak Subuh, fans Tak Sabar Lihat Dream di Allo Fest.
<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220520102953-231-798873/video-datang-sejak-subuh-fan-tak-sabar-lihat-nct-dream-di-allo-fest>
- Liputan 6. 2021. Selain Song Joong Ki, Ini 5 Artis Korea yang Jadi Brand Ambassador.
<https://www.liputan6.com/citizen6/read/4650265/selain-song-joong-ki-ini-5-artis-korea-yang-jadi-brand-ambassador-di-indonesia>

Matamatamusik.2021.30 Urutan Peringkat Boyband K-Pop Terpopuler Edisi Bulan April 2021. <https://matamatamusik.com/30-urutan-peringkat-boyband-k-pop-terpopuler-edisi-bulan-april-2021/>

Sari, Yeni Mustika. 2021. 5 Fakta Penjualan Perdana BTS Meal yang Bikin Heboh diIndonesia.<https://food.detik.com/info-kuliner/d-5600277/5-faktapenjualan-perdana-bts-meal-yang-bikin-heboh-di-indonesia>

Basrowi. 2005. Pengantar Sosiologi. Bogor: Ghalia Pustaka.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Grup.

Dr. Arni muhmmad, Komunikasi Organisasi (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014)h. 4

Effendy, Onong Uchjana. 2009. Komunikasi teori dan praktek. Ban-dung : PT Remaja Rosdakarya, hal.32.

Effendy, Onong. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PTRemaja Rosdakarya.

H.A. W. Widjaja, Ilmu Komunikasi Pengantar Studi (Jakarta: PT. RinekaCipta,2000), h. 13-14

Herdiansyah, Haris. 2010. Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmuSosial. Jakarta: Salemba Humanika.

Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Jalaluddin Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi, (Bandung: PTRemaja Rosdakarya, 2004), 22

- Koentjaraningrat. Pengantar Ilmu Antropologi. Rineka Cipta. Jakarta: 2009
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mulyana Deddy. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mulyana Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexi J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Onong Unchajana Effendy, M.A. (1990) Radio Siaran Teori & praktek (Bandung: Mandar Maju, 1990), hal. 67.
- Pawito, 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi : Kualitatif*. Malang: Kelompok Instrans Publishing.
- Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), cet-1, 47.
- Soemirat, Soleh dan Asep Suryana. 2014. *Komunikasi Persuasif*. Tang-gerang Selatan: Penerbit Universitas Terbuka.
- Soemirat Soleh & Suryana Asep. (2018). Komunikasi persuasif Tanggerang Selatan Univeristas terbuka: Cv. Gerina Prima, Cet.13.

Ranjabar. Jacobus, 2006, Sistem Sosial Budaya Indonesia, Suatu Pengantar, Bandung, Ghalia Indonesia.

Sulasman, dan Setia Gumilar. 2013. *Teori-teori Kebudayaan : dari Teori hingga Aplikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia

Tuloli, dkk. 2003. *Dialog Budaya, Wahana Pelestarian dan Pengembangan Kebudayaan Bangsa*. Jakarta: Badan Pengembangan Kebudayaan dan Pariwisata Deputi Pelestarian dan Pengembangan Budaya Direktorat Tradisi dan Kepercayaan Proyek Pelestarian dan Pengembangan Tradisi dan Kebudayaan.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA