

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Wayang merupakan salah satu warisan budaya masyarakat Jawa yang tidak hanya berfungsi sebagai seni pertunjukan, tetapi juga sebagai media penyampaian nilai-nilai moral, sosial, dan religius. Dalam konteks budaya, wayang merepresentasikan kehidupan manusia melalui simbol, karakter, dan alur cerita yang sarat makna filosofis, sehingga mampu menggambarkan kompleksitas perilaku manusia dalam berbagai dinamika kehidupan.¹ Setiap tokoh dalam pertunjukan wayang mengandung representasi nilai tertentu yang memungkinkan penonton melakukan refleksi terhadap realitas kehidupan yang dihadapi. Oleh karena itu, wayang tidak hanya menjadi tontonan, tetapi juga berfungsi sebagai tuntunan dalam membentuk cara pandang dan perilaku masyarakat.²

Sebagai produk budaya, wayang memiliki keterkaitan yang erat dengan kondisi sosiokultural masyarakat Jawa. Nilai-nilai yang terkandung di dalamnya mencerminkan sistem etika, kepercayaan, serta pandangan hidup masyarakat yang diwariskan secara turun-temurun. Dalam praktiknya, pertunjukan wayang tidak hanya menghadirkan hiburan, tetapi juga menjadi ruang komunikasi budaya yang menyampaikan pesan pendidikan, kritik sosial, serta refleksi kehidupan yang relevan dengan realitas masyarakat.³ Dengan demikian, wayang dapat dipahami sebagai sistem simbolik yang

¹ Bayu Anggoro, “‘Wayang dan Seni Pertunjukan’ Kajian Sejarah Perkembangan Seni Wayang di Tanah Jawa sebagai Seni Pertunjukan dan Dakwah,” *JUSPI (Jurnal Sejarah Peradaban Islam)* 2, no. 2 (2018): 122, <https://doi.org/10.30829/j.v2i2.1679>.

² Eko Setiawan, “Makna Nilai Filosofi Wayang Kulit Sebagai Media Dakwah,” *Jurnal Al-Hikmah* 18, no. 1 (2020): 37–56, <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v18i1.21>.

³ Tarisya zahwa et al., “Nilai-Nilai Islam Dalam Kesenian Wayang Kulit Pada Tokoh Punakawan,” *IMTIYAZ: Jurnal Ilmu Keislaman* 9, no. 1 (2025): 42–55, <https://doi.org/10.46773/imtiyaz.v9i1.1557>.

berfungsi sebagai media transmisi nilai sekaligus pembentuk identitas budaya kolektif masyarakat Jawa.⁴

Dalam perkembangan sejarahnya, wayang mengalami transformasi fungsi yang signifikan, terutama pada masa penyebaran Islam di Jawa oleh para Walisongo, seperti Sunan Kalijaga. Wayang dimanfaatkan sebagai media dakwah kultural dengan menyisipkan nilai-nilai Islam ke dalam lakon dan struktur pertunjukannya. Pendekatan ini dilakukan secara persuasif, adaptif, dan akomodatif terhadap budaya lokal, sehingga ajaran Islam dapat diterima tanpa menimbulkan resistensi sosial.⁵ Strategi ini menunjukkan bahwa dakwah tidak selalu dilakukan secara normatif dan tekstual, tetapi juga dapat dilakukan melalui pendekatan kultural yang kontekstual dan komunikatif.⁶ Dengan demikian, wayang tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga berkembang sebagai sarana dakwah yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman.

Namun, pada era modern terjadi perubahan signifikan dalam pola konsumsi media, khususnya di kalangan Generasi Z. Generasi ini tumbuh sebagai digital native yang sangat akrab dengan teknologi, media sosial, dan komunikasi yang serba cepat. Karakteristik tersebut membentuk preferensi terhadap media yang bersifat visual, interaktif, dan instan.⁷ Perubahan ini berdampak pada pergeseran pola penerimaan informasi, termasuk dalam hal pemahaman keagamaan dan budaya. Akibatnya, media tradisional seperti

⁴ Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures* (New York: Basic Books, 1973), 89.

⁵ Fitria Nungki Anjani, "KESENIAN WAYANG KULIT SEBAGAI SARANA PUBLIKASI SEJARAH DALAM PENYEBARAN ISLAM DI JAWA," *ASANKA: Journal of Social Science and Education* 05, no. 01 (2024): 21–28.

⁶ Koentjaraningrat, *Kebudayaan Jawa* (Jakarta: Balai Pustaka, 2009), 87.

⁷ Diena Dwidienawati et al., "Internal and external factors influencing Gen Z wellbeing," *BMC Public Health* 25, no. 1 (2025), <https://doi.org/10.1186/s12889-025-22124-5>.

wayang mulai mengalami penurunan minat dan cenderung dianggap kurang relevan dengan gaya hidup generasi muda saat ini.⁸

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z lebih banyak mengakses informasi, termasuk pengetahuan keagamaan, melalui platform digital dibandingkan media konvensional.⁹ Di sisi lain, rendahnya minat generasi muda terhadap media budaya tradisional menunjukkan adanya kesenjangan antara warisan budaya dan pola konsumsi media di era digital.¹⁰ Kondisi ini mengindikasikan bahwa nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam wayang belum sepenuhnya tersampaikan secara efektif kepada Generasi Z, bukan karena nilai tersebut tidak relevan, tetapi karena media penyampaiannya kurang sesuai dengan karakteristik audiens masa kini.

Padahal, wayang memiliki potensi besar sebagai media dakwah kultural yang relevan lintas zaman. Nilai-nilai seperti amar ma'ruf nahi munkar, etika sosial, serta kebijaksanaan hidup yang terkandung dalam pertunjukan wayang tetap memiliki relevansi dalam kehidupan modern.¹¹ Namun, tanpa adanya inovasi dalam penyajian dan strategi komunikasi, nilai-nilai tersebut berisiko tidak tersampaikan secara optimal kepada generasi muda yang memiliki preferensi media yang berbeda.¹²

Oleh karena itu, diperlukan upaya mediatisasi dan revitalisasi dakwah melalui wayang, yaitu dengan mengadaptasi wayang sebagai produk budaya dan warisan budaya ke dalam bentuk yang lebih kreatif, kontekstual, dan

⁸ Vinnieta Patricia dan Vishnuvardhana S Soeprpto, "Studi Kasus Minat Berkunjung Gen Z Ke Museum Wayang," *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6, no. 11 (2023): 9304–9, <https://doi.org/10.54371/jhip.v6i11.3173>.

⁹ Noviana Aini, "Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital di Era Generasi Z," *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies* 5, no. 2 (2023): 109–16, <https://doi.org/10.37567/cbjis.v5i2.3184>.

¹⁰ APJII, "Survei Internet Indonesia 2023."

¹¹ Elvanda Adi Putra dan Adityo Permana Wibowo, "Pengenalan Wayang Kulit Berbasis Augmented Reality Sebagai Media Pelestarian Wayang Kulit," *Smart Comp: Jurnalnya Orang Pintar Komputer* 13, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.30591/smartcomp.v13i1.5167>.

¹² Hasyim Iskandar, "Dakwah Digital Dari Gen Z Untuk Gen Z (Gerakan Dakwah Media Pesantren)," *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.30739/jdariscomb.v3i1.1991>.

sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Mediatisasi dalam hal ini tidak hanya dimaknai sebagai proses digitalisasi, tetapi juga sebagai transformasi cara produksi, distribusi, dan konsumsi pesan dakwah agar lebih komunikatif, interaktif, dan relevan dengan perkembangan zaman.¹³ Dengan pendekatan ini, wayang dapat tetap eksis sebagai media dakwah sekaligus sebagai sarana pelestarian budaya di era digital.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji bagaimana wayang dapat direkonstruksi sebagai media dakwah kultural yang adaptif di era digital. Penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan strategi dakwah yang kontekstual dan inovatif, tetapi juga menjadi upaya pelestarian budaya lokal agar tetap hidup, berkembang, dan bermakna di tengah arus globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini akan mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep revitalisasi dakwah melalui media wayang terhadap pemahaman Gen Z?
2. Bagaimana respon Generasi Z terhadap dakwah berbasis budaya melalui wayang Punakawan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dalam penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mendeskripsikan konsep revitalisasi dakwah melalui media wayang terhadap pemahaman Gen Z

¹³ Andreas Prasetia, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Dan Pertumbuhan Pasar: Budaya, Sosial, Personal (Suatu Literature Review)," *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (2021): 442–62, <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.457>.

2. Untuk mendeskripsikan respon Generasi Z terhadap dakwah berbasis budaya melalui wayang Punakawan.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yang dapat dipersepsikan dari berbagai sisi, antara lain:

1. Kegunaan Teoritis:

Menambah khazanah keilmuan dalam bidang dakwah kultural, khususnya dalam konteks pendekatan kreatif melalui seni pertunjukan tradisional seperti wayang. Dan memberikan kontribusi teoritis mengenai strategi dakwah yang kontekstual dan relevan dengan kondisi sosial budaya masyarakat modern, khususnya Generasi Z.

2. Kegunaan Praktis:

Penelitian ini memberikan alternatif media dakwah yang kreatif dan efektif untuk menyampaikan nilai-nilai Islam kepada generasi muda. Selain itu, mendorong para dai, akademisi, dan pegiat budaya untuk mengeksplorasi kembali potensi lokal sebagai sarana komunikasi dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman. Lebih jauh, penelitian ini juga menginspirasi pelestarian budaya lokal melalui pengemasan yang modern dan menarik, sehingga tetap dapat diterima oleh generasi muda tanpa menghilangkan nilai luhur dan makna spiritual yang terkandung di dalamnya.

E. Penegasan Istilah

1. Revitalisasi Dakwah

Revitalisasi dakwah adalah proses memperbarui, menguatkan kembali, dan mengkontekstualkan metode dakwah agar lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern. Revitalisasi ini tidak hanya menekankan aspek penyampaian pesan agama, tetapi juga mengintegrasikan nilai budaya, sosial, dan teknologi. Ansori dalam jurnalnya menegaskan bahwa revitalisasi dakwah berfungsi sebagai

paradigma pemberdayaan masyarakat yang menekankan keseimbangan antara aspek spiritual, sosial, dan budaya.¹⁴

2. Dakwah Kultural

Dakwah kultural adalah pendekatan dakwah yang memanfaatkan budaya lokal sebagai media penyampaian nilai-nilai Islam. Menurut Ali Aziz dalam *Ilmu Dakwah*, dakwah dapat dilakukan melalui berbagai media yang dekat dengan kehidupan masyarakat agar pesan agama lebih mudah diterima.¹⁵ Dengan demikian, dakwah kultural berarti penyampaian ajaran Islam yang mengakomodasi tradisi, bahasa, kesenian, dan simbol budaya lokal.

3. Wayang Punakawan

Punakawan adalah tokoh-tokoh khas dalam pewayangan Jawa, yaitu Semar, Gareng, Petruk, dan Bagong. Mereka memiliki fungsi sebagai penghibur, penyampai kritik sosial, sekaligus pengingat nilai moral dan spiritual. Penelitian Zahwa dalam jurnalnya menunjukkan bahwa Punakawan memuat nilai-nilai Islam seperti kejujuran, kesederhanaan, kesabaran, dan sikap kritis terhadap ketidakadilan.¹⁶ Hal ini menjadikan Punakawan relevan sebagai media dakwah lintas generasi.

4. Generasi Z (Gen Z)

Generasi Z adalah kelompok masyarakat yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Menurut Dwidienawati, Gen Z tumbuh sebagai *digital natives* yang sangat akrab dengan internet, media sosial, dan teknologi mobile.¹⁷ Berdasarkan data BPS (2020), jumlah Gen Z di Indonesia mencapai 75,49 juta jiwa atau 27,94% dari total populasi. Karakteristik mereka yang lebih interaktif, visual, dan cepat

¹⁴ Teguh Ansori, "Revitalisasi Dakwah Sebagai Paradigma Pemberdayaan Masyarakat," *Jurnal Dakwah Dan Sosial* 2, No. 1 (2019): 33–44.

¹⁵ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Kencana, 2020.

¹⁶ Tarisya Zahwa Et Al., "Nilai-Nilai Islam Dalam Kesenian Wayang Kulit Pada Tokoh Punakawan," *Imtiyaz: Jurnal Ilmu KeIslaman* 9, No. 1 (2025): 42–55, <https://doi.org/10.46773/Imtiyaz.V9i1.1557>.

¹⁷ Dwidienawati Et Al., "Internal And External Factors Influencing Gen Z Wellbeing."

menjadikan pendekatan dakwah kreatif melalui media budaya sebagai kebutuhan agar pesan agama tetap relevan.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I : Menyajikan latar belakang masalah atau konteks penelitian yang berkaitan dengan penggunaan media *wayang punakawan* sebagai pendekatan kreatif dalam dakwah Islam, khususnya dalam meningkatkan pemahaman agama di kalangan Generasi Z. Bab ini juga memuat fokus dan rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, penegasan istilah-istilah penting yang digunakan, serta sistematika pembahasan.

BAB II : Membahas mengenai kajian teori yang meliputi: pengertian dakwah kultural, sejarah dan fungsi wayang dalam budaya Jawa, serta peran punakawan sebagai simbol nilai dakwah dalam pewayangan. Bab ini juga menjelaskan konsep revitalisasi dakwah dalam konteks modern, relevansi wayang dalam menyampaikan pesan amar ma'ruf nahi munkar, serta landasan teoritis yang mencakup teori kepemimpinan punakawan. Disajikan pula literatur review dari berbagai penelitian terdahulu dan kerangka berpikir sebagai pijakan dalam analisis data.

BAB III : Membahas mengenai rancangan penelitian, termasuk pendekatan kualitatif deskriptif dan studi kasus. Dijelaskan pula tentang kehadiran peneliti dalam pengumpulan data, lokasi penelitian, data dan sumber data (primer dan sekunder), teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, serta tahapan penelitian.

BAB IV : Membahas mengenai paparan data yakni gambaran umum objek riset yaitu tokoh budaya Bapak Wawan Susetya dan lingkungan Sanggar Seni sebagai pusat budaya lokal.

Bab V : Membahas tentang hasil dan pembahasan terkait analisis penelitian di lapangan, disertai dengan teori yang relevan.

Bab VI : Penutup berisi kesimpulan dan saran