



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



AMALIA HAQUE

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Strategi Promosi Wayang Sukuraga dalam Upaya Memperkenalkan Budaya Lokal melalui Media Digital” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Amalia Haque
J1301211057

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



RINGKASAN

AMALIA HAQUE. Strategi Promosi Wayang Sukuraga dalam Upaya Memperkenalkan Budaya Lokal melalui Media Digital. Sukuraga Puppet Promotion Strategy in Efforts to Introduce Local Culture through Digital Media. Dibimbing oleh HADIYANTO, ERNA ERNAWATI.

Wayang Sukuraga merupakan kesenian khas Kota Sukabumi yang sudah disahkan oleh Wali Kota dan diciptakan pada tahun 1996. Penokohan wayang yang diambil dari anggota tubuh manusia untuk menyampaikan cerita pendidikan karakter. Wayang Sukuraga udah ditetapkan sebagai kesenian Khas Sukabumi oleh Wali Kota, namun tingkat kesadaran masyarakat Kota Sukabumi masih tergolong rendah. Pada era digitalisasi ini menjadi tantangan bagi Wayang Sukuraga untuk memperkenalkan budaya lokal ditengah dominasi kebudayaan luar negri yang mudah diakses melalui media digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi Wayang Sukuraga dalam upaya memperkenalkan budaya lokal melalui media digital serta memberi strategi promosi bagi Wayang Sukuraga agar lebih dikenal oleh khalayak, khususnya masyarakat Kota Sukabumi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif dengan teknik pemilihan Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, studi dokumentasi dan studi Pustaka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi melalui media digital yang dilakukan oleh Yayasan Karya Cipta Sukuraga adalah dengan mengunggah konten di berbagai platform yaitu website, facebook dan instagram. Konten yang pada website berupa artikel, foto dan video serta media sosialnya ialah Facebook dan Instagram belum dilakukan secara optimal karena keterbatasan sumber daya manusia untuk mengelola akun-akun yang dimiliki oleh wayang sukuraga. Pengunggahan konten pada media digital Wayang sukuraga termasuk pada bauran promosi dengan elemen periklanan (*advertising*) dan hubungan masyarakat (*public relation*). Kegiatan promosi tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*).

Penerapan analisis SWOT menunjukkan bahwa Wayang Sukuraga memiliki potensi yang besar karena cerita saat pertunjukan dapat disesuaikan dengan audiens dan memiliki nilai pendidikan karakter namun kelemahannya adalah sumberdaya manusia dalam sumber daya manusia dalam kegiatan promosi. Perkembangan pengguna internet menjadi peluang untuk mengatasi ancaman mengenai dominasi budaya luar. Bauran pemasaran 7p pada Wayang Sukuraga tetapi perlu penguatan pada aspek promosi dan proses. Strategi yang sudah diterapkan menghasilkan Wayang Sukuraga berada pada tahapan *brand recognition* (pengenalan merek) oleh karena itu promosi dari Wayang Sukuraga perlu ditingkatkan agar lebih dikenal oleh khalayak luas. Dari penggabungan analisis SWOT dan bauran pemasaran 7P menghasilkan alternatif yang dapat dilakukan oleh Yayasan Karya Cipta Sukuraga yaitu dengan *Strengths-Opportunities Strategies* yaitu menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang bentuk dari strategi tersebut adalah pembuatan konten yang menceritakan wayang sukuraga dengan pemanfaatan kecerdasan buatan tanpa menghapus nilai-nilai budaya.

Kata kunci : analisis SWOT, media digital, promosi, wayang sukuraga.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



STRATEGI PROMOSI WAYANG SUKURAGA DALAM UPAYA MEMPERKENALKAN BUDAYA LOKAL MELALUI MEDIA DIGITAL

AMALIA HAQUE

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



©Hak cipta milik IPB University

IPB University

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dr. Abung Supama Wijaya, S.I.Kom., M.Si

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Laporan : Strategi Promosi Wayang Sukuraga dalam Upaya Memperkenalkan Budaya Lokal melalui Media Digital

Nama
NIM

: Amalia Haque
: J1301211057

Pembimbing 1:
Ir. Hadiyanto, M.Si

Pembimbing 2:
Erna Ermawati, M.Si

Disetujui oleh

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T
NIP. 196607171992031003

Tanggal Ujian:
(24 Juni 2025)

Tanggal Lulus:



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penelitian terapan ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2025 sampai bulan Mei 2025 ini ialah strategi promosi, dengan judul “Strategi Promosi Wayang Sukuraga dalam Upaya Memperkenalkan Budaya Lokal melalui Media Digital”. Skripsi terapan ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ir. Hadiyanto M.Si dan Erna Ernawati M.Si yang telah membimbing dan banyak memberi saran dalam penulisan laporan akhir ini.
2. Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T selaku Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.
3. Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media.
4. Ayah Zaenal Luthfi Taufiq dan Ibu Heni Noor Aeni selaku kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan, doa dan kasih sayang yang kepada penulis dan menjadi salah satu panutan bagi penulis untuk menggapai mimpi-mimpi.
5. Fini Fidinil Haque, Aji Noor Ajijil Haque, Ardini Mardinil Haque, Muhammad Ramli dan Muhammad Rafisqy Malik selaku keluarga penulis yang selalu memberi dukungan.
6. Effendi dan para informan yang telah memberi izin penelitian di Yayasan Karya Cipta Sukuraga selama pengumpulan data.
7. Muhammad Hisyam Husyairi, Aulia Amelia, Nabila Luthfi, Arwaa, Fairus, Ananda Tia, Aurellia Nisa serta teman-teman telah memberikan dukungan dan semangat dalam proses perkuliahan hingga penulisan laporan akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Amalia Haque



DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

	DAFTAR TABEL	ix
	DAFTAR GAMBAR	ix
	DAFTAR LAMPIRAN	ix
I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Rumusan Masalah	3
	1.3 Tujuan	4
	1.4 Manfaat	4
	1.5 Ruang Lingkup	4
	1.6 Luaran Penelitian	4
II	TINJAUAN PUSTAKA	5
	2.1 Strategi	5
	2.2 Teori Komunikasi	5
	2.3 Komunikasi Massa	6
	2.4 Komunikasi Pemasaran	7
	2.5 <i>New Media</i>	8
	2.6 <i>Brand Awareness</i>	9
	2.7 Komunikasi Antar budaya	10
	2.8 Penelitian Terdahulu	11
	2.9 Alur Berpikir	20
III	METODE	21
	3.1 Lokasi dan Waktu	21
	3.2 Subyek Penelitian	21
	3.3 Data dan Instrumen	22
	3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
	3.5 Analisis Data	23
	3.6 Keabsahan Data	24
IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	25
	4.1 Gambaran Umum Yayasan Karya Cipta	25
	4.2 Promosi Wayang Sukuraga dalam Upaya Memperkenalkan Budaya Lokal melalui Media Digital	27
	4.3 Penerapan Analisis SWOT dan bauran pemasaran 7P dalam promosi Wayang Sukuraga	40
	4.4 Rekomendasi Strategi Promosi dalam Upaya Memperkenalkan Wayang Sukuraga	46
V	SIMPULAN DAN SARAN	49
	5.1 Simpulan	49
	5.2 Saran	50
	DAFTAR PUSTAKA	51
	LAMPIRAN	55
	RIWAYAT HIDUP	62

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 b. Pengutipan tidak mengulang kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Penelitian Terdahulu	11
Daftar Informan	23
Nama Penokohan Wayang Sukuraga	25
Daftar Akun Media Digital Promosi Wayang Sukuraga	27
Data Kunjungan Berdasarkan Negara Website sukuraga.com	33
Data Jumlah Kunjungan Website sukuraga.com	33
Analisis SWOT dalam Strategi Promosi Wayang Sukuraga	40
Strategi Alternatif Matriks SWOT	46

DAFTAR TABEL

1 Alur Berpikir	20
2 Logo Yayasan Karya Cipta Sukuraga	26
3 Struktur Organisasi Yayasan Karya Cipta Sukuraga	26
4 Tampilan Website sukuraga.com	28
5 Konten Informasi Sejarah, Filosofi Dan Makna Wayang Sukuraga	29
6 Konten Foto Kunjungan	30
7 Konten Testimoni Pengunjung Mancanegara	31
8 Konten Video Liputan Wayang Sukuraga	32
9 Uggahan Konten Facebook	35
10 Data Pengunjung Facebook Rumah Budaya Sukuraga Berdasarkan Usia	35
11 Data Lokasi Pengunjung Facebook Rumah Budaya Sukuraga	36
12 Data Penambahan Pengikut Akun Facebook Rumah Budaya Sukuraga	36
13 Data Usia Audiens Akun Instagram @sukuraga.official	37
14 Bentuk Wayang Sukuraga	43

DAFTAR LAMPIRAN

1 Pedoman Wawancara	56
2 Catatan Tematik	58
3 Surat Izin Penelitian	60
4 Dokumentasi Wawancara Informan 1	60
5 Dokumentasi Wawancara Informan 2	60
6 Dokumentasi Wawancara Informan 3	61
7 Dokumentasi Wawancara Informan 4	61
8 Dokumentasi Wawancara Informan 5	61