

Komunikasi Komunitas Regas Dalam Mempertahankan Eksistensi Sastra Jawa di Yogyakarta

Mufti Putri Dewi Buana^{1*}, Muhammad Thoyib Amali²

^{1,2}Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

*mufti2115030303@webmail.uad.ac.id

Abstract

Currently, Javanese literature has experienced a crisis of decline and is even threatened with extinction in Indonesia. In fact, Javanese literature itself is a representation of ideas, norms, and views of Javanese society. The aim of the research is to determine the communication strategy of the Geblek Bersastra Youth Community in maintaining the existence of Javanese literature among Yogyakarta teenagers. The research was conducted using a qualitative approach with the case study method. Data collection took the form of interviews, observations and documentation which were analyzed using triangulation techniques to examine data from various sources in various ways and at various times. The research results showed that the Geblek Bersastra Youth Community has used good communication strategies, with the communication target being teenagers who live in Yogyakarta and often use Instagram to share informative and up-to-date community activities. Apart from that, the Regas Community also invites participants and members without coercion, and uses credible sources and facilitators to make teenagers interested in taking part in Javanese Literature activities. This is what makes the Regas Community much sought after by teenagers in Yogyakarta with the indicators mentioned.

Keywords: Communication Strategy, Literary Community, Existence, Javanese Literature

Abstrak

Saat ini Sastra Jawa telah mengalami krisis kemunduran bahkan terancam punah di Indonesia. Padahal, Sastra Jawa sendiri menjadi representasi ide, norma, dan pandangan dari masyarakat Jawa. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Komunitas Remaja Geblek Bersastra dalam mempertahankan eksistensi sastra Jawa di kalangan remaja Yogyakarta. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dianalisis dengan teknik triangulasi untuk memeriksa data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan dalam berbagai waktu. Hasil penelitian yang didapat bahwa Komunitas Remaja Geblek Bersastra telah menggunakan strategi komunikasi yang baik dengan sasaran komunikasi ialah remaja yang berdomisili di Yogyakarta dan sering menggunakan Instagram untuk membagikan kegiatan komunitas secara informatif dan terbaru. Selain itu, Komunitas Regas juga lebih mengajak peserta dan anggota tanpa paksaan, serta menggunakan narasumber dan fasilitator yang kredibel sehingga membuat remaja tertarik untuk mengikuti kegiatan Sastra Jawa. Hal tersebut yang membuat Komunitas Regas banyak diminati oleh remaja di Yogyakarta dengan indikator yang telah disebutkan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunitas Sastra, Eksistensi, Sastra Jawa

PENDAHULUAN

Mempertahankan bahasa dan budaya lokal di era globalisasi merupakan jiwa suatu bangsa yang tak boleh dilupakan. Regenerasi adalah sifat kebudayaan, yang berarti bahwa suatu kebudayaan diturunkan dari generasi ke generasi agar tetap hidup dan tidak musnah (Budiarto, 2020). Adanya regenerasi ini menjadi kunci dalam membangun kesadaran setiap generasi selanjutnya dalam mempertahankan bahasa dan budaya Indonesia. Namun, seiring berkembangnya zaman, tentunya kebudayaan akan tetap mengalami perubahan. Di era globalisasi telah banyak hal yang merubah pola hidup masyarakat menjadi lebih modern. Hal ini menjadikan budaya lokal mulai tergerus oleh kebudayaan luar yang masuk ke Indonesia. Revitalisasi budaya lokal sangat diperlukan untuk

memperkuat identitas bangsa Indonesia dengan ciri khas budaya lokal yang beragam. Bahasa daerah menjadi salah satu unsur kebudayaan di Indonesia yang krisis kemunduran hingga terancam punah.

Pulau Jawa merupakan salah satu pulau terbesar diantara lima pulau lainnya dengan 60% populasi penduduk di Indonesia dengan etnis Jawa (Sulistyowati et al., 2023). Banyaknya penduduk etnis Jawa menjadikan bahasa Jawa sebagai bahasa komunikasi sehari-hari yang selalu digunakan di beberapa daerah yakni Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Se jauh ini, ada 80 juta penutur bahasa Jawa yang terdata oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Namun, bahasa Jawa juga mengalami penurunan sekitar 0,8% (Tim Badan Bahasa, 2023).

Bahasa Jawa di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Surakarta memiliki keistimewaan dari bahasa Jawa di daerah lain. Ini disebabkan oleh dua pusat kerajaan yang masing-masing menjadikan norma bahasa Jawa yang baku (Bhakti, 2020). Joseph Errington telah melakukan penelitian di Yogyakarta dan Surakarta, bahwa wilayah tersebut berpotensi besar sebagai wilayah pelestarian bahasa Jawa yang kian tergerus oleh zaman. Yogyakarta merupakan daerah yang kental dengan nuansa budaya adiluhung dan memiliki tingkatan bahasa Jawa dari ngoko, krama, dan krama inggil. Penggunaan bahasa ngoko sering digunakan sebagai alat komunikasi sehari-hari yang biasanya diterapkan di lingkungan keluarga, kelompok sebaya, dan media. Bahasa krama dan krama inggil sendiri digunakan untuk menghormati orang yang lebih tua maupun di situasi yang lebih formal. Adanya tingkatan bahasa tersebut menjadikan Yogyakarta dikenal juga dengan orang yang halus dan lemah lembut.

Tingkatan bahasa Jawa telah banyak pula diterapkan dalam sebuah seni budaya seperti sastra Jawa. Sastra Jawa sendiri merupakan bagian dari ekspresi jiwa manusia yang diungkapkan dalam bahasa. Sastra Jawa menjadi salah satu cara untuk mempertahankan bahasa Jawa yang mulai tergeser karena bahasa Jawa merupakan bahasa yang mulai pasif di masyarakat (Ningtyas et al., 2019). Yogyakarta mulai melupakan adanya sastra Jawa yang sering dipelajari di sekolah maupun di kehidupan sehari-hari. Padahal sastra Jawa merupakan manifestasi dari kebudayaan abstrak yang berasal dari gagasan, ide, norma, dan pandangan masyarakat Jawa (Insani & Rokhim, 2023). Jika sastra Jawa diabaikan, terjadi degradasi pemikiran dan nilai pendidikan orang Jawa yang semakin lama akan menghilang dan generasi muda tidak lagi mengerti sastra Jawa.

Penguatan sastra Jawa dapat dilakukan melalui sebuah komunitas. Komunitas sendiri merupakan sekumpulan beberapa orang yang memiliki minat, tujuan, dan ketertarikan yang sama antar anggotanya (Wiyani et al., 2022). Peran komunitas menjadi penting dalam mencapai tujuan bersama di masyarakat pada situasi sosial tertentu.

Pemuda Indonesia adalah generasi penerus yang memiliki semangat juang dan wawasan yang luas untuk memajukan dan mengembangkan bangsa ini. Untuk melestarikan kearifan lokal, partisipasi aktif pemuda sebagai agen perubahan sosial, pendidikan budaya, dan penguatan identitas lokal sangatlah penting. Pendidikan budaya memberikan landasan pemahaman yang kuat tentang nilai-nilai budaya serta penguatan identitas lokal dalam meningkatkan kesadaran akan warisan budaya (Mawarni et al., 2024).

Komunitas Remaja Geblek Bersastra atau sering disebut Komunitas Regas merupakan komunitas sastra remaja pertama yang berdiri di Yogyakarta pada tahun 2021. Dalam melestarikan karya-karya sastra dan mengembangkan potensi remaja di Yogyakarta, Komunitas Regas menjadi wadah dalam berkarya, berdiskusi, dan apresiasi baik karya sastra Jawa maupun sastra Indonesia. Sasaran Komunitas Regas ialah remaja yang dianggap dalam fase mencari jati diri dan masa peralihan dari masa anak menuju ke masa dewasa. Remaja menurut WHO dikategorikan dari usia 10 hingga 19 tahun. Sementara Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) mengkategorikan lebih lama dari tentang usia 10 hingga 24 tahun. Remaja dirasa penting untuk diarahkan ke hal yang positif untuk dipersiapkan menjadi remaja yang berkualitas (Bulan, 2023).

Sebuah organisasi memiliki tujuan mempengaruhi khalayaknya agar selalu mengikuti dan menerima informasi yang diberikan. Dengan adanya permasalahan di atas, salah satu faktor yang menentukan seberapa efektif Komunitas Regas dalam menyebarkan pesan komunikasi dan menjembatani *"culture gap"* dalam menjaga eksistensi sastra Jawa ialah strategi komunikasinya.

Dalam mencapai tujuan tertentu, strategi komunikasi tidak hanya berisi konsep saja, namun harus membuktikan bagaimana operasionalnya secara taktis dilakukan yang artinya pendekatan (*approach*) sendiri bersifat dinamis sesuai situasi dan kondisi (Effendy, 2019).

Strategi komunikasi sendiri ialah penggabungan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) dalam mencapai tujuan yang ditentukan. Dalam menyusun strategi komunikasi yang baik perlu memperhatikan beberapa aspek yang menjadi faktor pendukung dan penghambat yaitu: mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian media komunikasi, peran komunikator dalam komunikasi (Effendy, 2019). Tujuan dari strategi komunikasi agar komunikasi memahami pesan yang diterima lalu dibina agar menghasilkan kegiatan yang memotivasi (Astuti & Fatmawati, 2021).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh I Wayan Suartawan dan Redi Panuju berjudul “Strategi Komunikasi Politik Tokoh Puri Ubud Dalam Mempertahankan Eksistensi dan Tradisi Bali” (Suartawan & Panuju, 2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya Puri Ubud yang masih terus terlibat dalam tradisi dan menjadi pemimpin ritual keagamaan menjadikan wisata di Ubud salah satu wisata terbaik di dunia. Hal tersebut menjadikan perkembangan empat modal yakni modal sosial, simbolik, budaya, dan ekonomi mendukung eksistensi Puri Ubud sehingga tokoh Puri Ubud pun lebih mudah untuk memperluas pengetahuan mengenai tatanan tradisi di Masyarakat. Selain itu, tokoh Puri Ubud berhasil menanamkan kesadaran masyarakat tentang betapa pentingnya tradisi untuk meningkatkan ekonomi dan pariwisata di Bali yang mana Puri Ubud menjadi penyumbang devisa terbesar di Bali.

Penelitian lainnya yang dikemukakan oleh Iswahyu Pranawukir ditemukan hasil penelitian yakni strategi komunikasi Madinatul Quran berpusat pada SDM dengan program Ma’had Aly (Pranawukir, 2021). Tahapan yang dilakukan dalam meningkatkan SDM yang unggul dengan beberapa tahapan, antara lain: perencanaan, perumusan strategi, pelaksanaan, MEP (Monitoring, Evaluasi, dan Pengendalian), evaluasi, dan pengendalian program serta pengawasan. Dengan adanya tahapan tersebut menjadikan lulusan pada program Ma’had Aly berhasil melanjutkan ke pendidikan sarjana.

Dalam penelitian milik Mochamad Irfan Radika dan Sri Dewi Setiawati menjelaskan bahwa *podcast Do You See What I See* terdapat beberapa tahapan strategi komunikasi yakni menentukan khalayak, lalu menyusun pesan, menentukan metode dalam penyampaian pesan dan pemilihan media (Radika & Setiawati, 2020). Konten yang berkualitas, kemudahan dalam mendengarkan *podcast*, dan keterbaruan secara berkala menjadi strategi komunikasi *podcast Do You See What I See* dalam mempertahankan pendengar. Sehingga, *podcast Do You See What I See* terus dikenal dan didengarkan oleh banyak orang di Spotify.

Dengan tiga *state of the art* di atas menjadi acuan dalam mengeksplorasi strategi komunikasi yang berkaitan dengan Komunitas Regas dalam mempertahankan eksistensi sastra Jawa. Penelitian ini menjadi unik dan baru karena belum adanya penelitian strategi komunikasi yang berfokus pada komunitas sastra apalagi dalam mempertahankan eksistensi sastra Jawa.

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dibuat yaitu bagaimana strategi komunikasi Komunitas Remaja Geblek Bersastra dalam mempertahankan eksistensi sastra Jawa di kalangan remaja Yogyakarta? Tujuan dari penelitian ini ialah mengetahui strategi komunikasi Komunitas Remaja Geblek Bersastra dalam mempertahankan eksistensi sastra Jawa di kalangan remaja Yogyakarta.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan menggunakan jenis pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan berkaitan dengan kehidupan manusia, baik secara langsung maupun tidak langsung secara kontekstual dan menyeluruh (Raffi & Dianita, 2024). Studi kasus digunakan dalam metode dalam penelitian ini untuk dipelajari secara menyeluruh sehingga dapat mengungkap fakta di balik peristiwa. Triangulasi juga digunakan untuk meningkatkan konsistensi metode silang, seperti pengamatan dan wawancara, observasi lapangan, atau metode yang sama, seperti mewawancarai beberapa informan dalam waktu

tertentu (Assyakurrohim et al., 2022). Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi (Moleong, 2017).

Tabel 1. Daftar Narasumber Penelitian

Nama	Jabatan
Tri Wahyuni	Founder dan Ketua Komunitas Regas
Kiuhuana Ilyasa	Wakil Ketua
Djessica Yula A.	Bendahara
Alfin Prima Adi	Divisi Humas dan
Saputra	Kemitraan
Resmardian	Divisi Media dan
Fadhillah Hamizan	Publikasi
Pramesti Tiara Agni	Divisi Sastra Jawa
Maita Puspita Novita	Anggota Komunitas Regas
Irfanda Aziz	Anggota Komunitas Regas
Dhea	Peserta Sinau Sastra Jawa

Sumber: Peneliti, 2024

Wawancara dilakukan bersama 8 narasumber (tabel 1) dari Komunitas Regas dan remaja yang mengikuti kegiatan komunitas untuk mendalami informasi pada subjek penelitian. Observasi dilakukan dengan mengamati Komunitas Regas secara langsung maupun tidak langsung mengenai strategi komunikasi yang digunakan untuk mempertahankan eksistensi sastra Jawa. Dokumentasi dilakukan menggunakan sumber tertulis, seperti dokumen, berkas, rekaman suara, dan foto sebagai bahan pendukung data.

Keseluruhan data dianalisis dengan teknik triangulasi (penggabungan) dengan pengecekan data dari berbagai sumber, metode, dan waktu (Helaluddin & Wijaya, 2019). Desain penelitian yang digunakan adalah desain penulisan deskriptif yang berarti tulisan yang bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau gejala tertentu (Setiawan & Darmastuti, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengenali Sasaran Komunikasi

Memahami siapa yang menjadi sasaran komunikasi menjadi penting dalam meluncurkan komunikasi yang berkelanjutan. Dari tujuan komunikasi yang telah ditetapkan dapat difokuskan apakah komunikan yang dituju hanya sekadar mengetahui informasi saja yakni dengan metode informatif atau komunikan difokuskan agar melakukan sebuah tindakan tertentu yakni dengan metode instruktif atau persuasif. Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan yaitu faktor kerangka referensi dan faktor situasi dan kondisi (Effendy, 2019).

Faktor kerangka referensi terbentuk karena seseorang menjadi dirinya dengan pengalaman, pendidikan, dan gaya hidup, status sosial, dan sebagainya yang berbeda-beda pada setiap orang. Dalam hal ini komunikan dari Komunitas Regas memiliki ketertarikan pada bidang seni, bahasa, dan sastra. Audiens yang terjaring dan menjadi anggota Komunitas Regas memiliki pengalaman dalam bidang seni, bahasa, dan sastra seperti orang yang senang mengikuti teater, melukis, membaca karya sastra, menulis, pantomim, menyanyi, monolog, dan wicara publik.

Faktor situasi dan kondisi artinya situasi yang terjadi pada komunikan ketika menerima informasi yang disampaikan. Hambatan seperti apa yang akan dihadapi saat penyampaian informasi sehingga target komunikasi akan menerima informasi dengan baik. Adanya kondisi ini yang dimaksudkan ialah

state of personality komunikasi yaitu kondisi fisik dan mental komunikasi saat menerima pesan komunikasi. Komunitas Regas lebih banyak menyampaikan informasi melalui WhatsApp dan Instagram sehingga menjadikan informasi yang diterima fleksibel dan cepat dengan waktu penerimaan informasi yang dapat disesuaikan dengan kondisi audiens. Selain itu, Komunitas Regas juga menggunakan komunikasi secara langsung untuk menyamakan persepsi satu sama lain dalam satu tujuan.

Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi telah berkembang dari konvensional hingga modern seperti saat ini yang sering digunakan. Semua media komunikasi tersebut tentunya terdapat kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Terdapat beberapa klasifikasi dalam media komunikasi yaitu media tulisan atau cetakan, visual, oral, dan audio visual (Effendy, 2019). Komunitas Regas telah menggunakan media tulisan berupa pesan melalui grup WhatsApp dan *caption* pada poster, lalu media visual sendiri berupa poster, media oral sering digunakan ketika kegiatan berlangsung, dan media audio visual digunakan pada konten-konten video yang ada di media sosial.

Pengkajian Media Komunikasi

Dalam pengkajian media komunikasi, pesan komunikasi memiliki tujuan tertentu dengan memperhatikan isi pesan dan lambang yang digunakan agar dapat dimengerti (Effendy, 2019). Terdapat teknik yang dapat diterapkan dalam menyampaikan pesan komunikasi apakah itu teknik instruksi, teknik informatif, atau teknik persuasif.

Teknik instruksi ialah cara komunikasi untuk memaksa seseorang atau sekelompok orang untuk mengubah sikap (Putra & Zuhri, 2022). Komunitas Regas menggunakan teknik instruksi pada kegiatan untuk mengarahkan peserta melakukan sesuatu yang diharapkan. Teknik komunikatif berisi pesan yang disampaikan kepada seseorang atau sejumlah orang tentang pengetahuan baru. Teknik ini hanya mencapai pada tahap kognitif saja (Putra & Zuhri, 2022). Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi teknik komunikatif yaitu aktivitas atau peristiwa dan proses. Teknik komunikatif yang digunakan dalam Komunitas Regas seperti narasumber yang membagikan pengalamannya kepada peserta. Teknik persuasif bertujuan untuk memberikan pengaruh kepada komunikasi dalam bersikap, bertindak, dan berpendapat sesuai dengan kehendak mereka sendiri. Komunitas Regas juga telah menerapkan teknik tersebut di dalam *caption* konten dan di dalam konten yang dibuat.

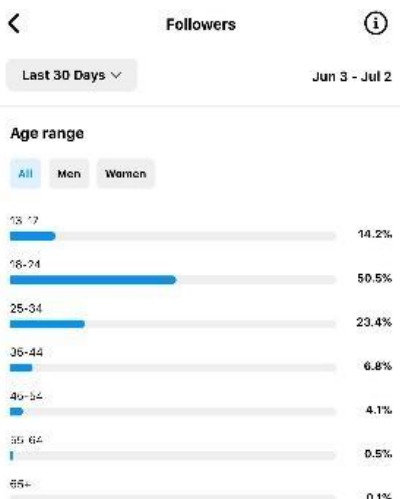
Peranan Komunikator Dalam Komunikasi

Terdapat faktor penting yang harus dibawa oleh komunikator dalam meluncurkan komunikasinya, yakni daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*) (Effendy, 2019). Dengan adanya fasilitator dan narasumber yang berpengalaman menjadi daya tarik sumber. Selain itu materi dan sumber yang dibawa juga kredibel dan dapat dipertanggung jawabkan.

Pembahasan

Mengenal Sasaran Komunikasi

Faktor kerangka referensi; Komunitas Regas beranggotakan 25 orang dan sekitar 90% sendiri adalah remaja yang masih bersekolah dari Sekolah Dasar (SD) hingga Sekolah Menengah Atas (SMA). 10% dari anggota Komunitas Regas merupakan sastrawan di Yogyakarta, pegiat sastra, dan aktivis sastra yang bergelut pada bidang tersebut sejak lama dan mahasiswa yang kebanyakan telah menjadi pengurus inti. Remaja SD hingga SMA adalah generasi Z yang dituntut untuk bisa belajar mandiri sesuai gaya, bakat, dan kemampuan masing-masing karena adanya kemajuan teknologi dan globalisasi (Sa'bani, 2024). Karakteristik dari generasi Z salah satunya adalah senang berkomunikasi dengan orang lain di manapun. Ini didorong oleh banyaknya jejaring sosial sehingga proses komunikasi generasi Z juga semakin cepat berkembang.



Gambar 1. Analitik Instagram Komunitas Regas Berdasarkan Umur
(Sumber: Instagram @sastra_regas, 2024)

Melihat hasil analitik, umur 18-24 tahun (gambar 1) adalah umur yang mendominasi audiens Instagram Komunitas Regas. Jenjang pendidikan SD hingga SMA sendiri merupakan pendidikan formal yang ditempuh oleh kebanyakan anggota Komunitas Regas. Dalam penyelenggaraan pendidikan formal maupun non formal, esensi pendidikan karakter telah diimplementasikan sehingga nantinya dapat berdinamika di masyarakat dengan tanggap dan bijak disertai rasa tanggung jawab yang tinggi (Wahyuni, 2021). Hal ini mencirikan bahwa anggota Komunitas Regas adalah generasi yang melek terhadap teknologi, memiliki kemampuan komunikasi di berbagai jejaring sosial, dan memiliki semangat tinggi dalam melakukan perubahan di sekitarnya.

Anggota Komunitas Regas sendiri telah mengikuti beberapa lomba dan kompetisi bahasa dan sastra serta memiliki prestasi hingga kancah nasional (gambar 2). Prestasi yang diraih oleh anggota Komunitas Regas antara lain: Juara 1 Lomba Cipta Baca Puisi Tingkat Provinsi Jogja Virtual *Scout Competition*, Juara 1 Lomba Kaligrafi Aksara Jawa Gugur Gunung Sastra Jawa UGM, Juara 1 Lomba Baca Puisi Gebyar ITUS Nasional, Juara 1 Lomba Baca Puisi GPMB Provinsi Juara 2 Lomba Geguritan Tingkat SMP Se-Kabupaten oleh Kemenag Kulon Progo, Penulis Terpilih Lomba Cipta Cerkak Dinas Kebudayaan DIY, Penulis Terpilih Lomba Cipta Pentigraf Tingkat Nasional Jendela Sastra Indonesia.



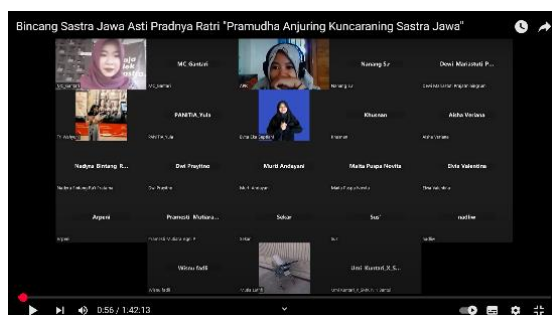
Gambar 2. Apresiasi Anggota Regas
(Sumber: Instagram @sastra_regas, 2024)

Melihat dari hasil analitik Instagram Komunitas Regas, dari segi geografis audiens Komunitas Regas lebih banyak berdomisili di Yogyakarta dengan akumulasi 29.3% (gambar 3) khususnya Kabupaten Kulon Progo. Alfin selaku humas dalam Komunitas Regas juga menyampaikan bahwa hal tersebut membuat bahasa Jawa menjadi bahasa sehari-hari yang digunakan dalam berinteraksi satu sama lain. Sehingga, tidak membuat kegagalan pemahaman pesan yang diterima oleh audiens, jika informasi yang diberikan adalah bahasa Jawa terutama ketika berinteraksi langsung. Namun, ketika komunikasi dilakukan di dalam grup WhatsApp dan penyampaian informasi melalui media sosial, Komunitas Regas tetap menggunakan bahasa Indonesia agar siapapun audiensnya dapat memahami pesan yang disampaikan.



Gambar 3. Analitik Instagram Komunitas Regas Berdasarkan Lokasi
(Sumber: Instagram @sastra_regas, 2024)

Faktor situasi dan kondisi; Komunitas Regas sering menggunakan WhatsApp dan Instagram untuk berkomunikasi. Selain dilakukan secara online, Komunitas Regas juga melakukan komunikasi secara langsung seperti saat kegiatan berlangsung dan pertemuan dengan pengurus inti. Selama kegiatan berlangsung, contohnya *Sinau Sastra Jawa*, tentunya peserta berharap dengan adanya kegiatan tersebut, mereka dapat belajar lebih banyak mengenai sastra Jawa seperti belajar membuat geguritan, cerkak, mendongeng, macapat, sesorah, pranatacara, dan alih aksara. Pada kegiatan *Sinau Sastra Jawa* terdapat pelatihan mengenai sastra Jawa, peserta sendiri antusias dan merasa senang karena mendapatkan pengalaman serta pengetahuan dari fasilitator dan narasumber yang berkompeten di bidangnya. Dengan adanya komunikasi secara langsung dengan peserta kegiatan, menjadikan materi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan dipraktikkan secara langsung.



Gambar 4. Bincang Sastra Jawa Online
(Sumber: YouTube Komunitas Regas, 2024)

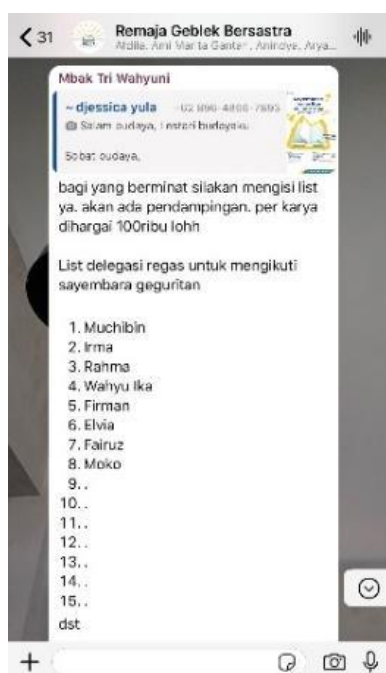
Kegiatan sastra Jawa juga dilaksanakan secara online. Kegiatan Bincang Sastra "Pra Mudha Anjuring Kuncaraning Sastra Jawa" telah dilaksanakan secara online *zoom* (gambar 4) dengan

narasumber Asti Pradnya Ratri. Peserta dari Bincang Sastra tersebut ialah remaja yang berada di daerah Yogyakarta. Dua model pelaksanaan kegiatan tersebut menjadi strategi yang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan kesempatan bagi siapapun untuk belajar sastra Jawa. Meskipun memang Komunitas Regas memfokuskan pada anak sekolah pada setiap kegiatannya, namun hal tersebut tidak menjadi acuan paten dalam melestarikan sastra Jawa di kalangan lainnya agar sastra Jawa semakin diminati banyak orang di luar Yogyakarta.

Dengan mengenal sasaran komunikasi, Komunitas Regas dapat memahami audiensnya berdasarkan faktor kerangka referensi dan faktor kondisi serta situasi. Sasaran komunikasi yang sesuai menjadikan Komunitas Regas diminati oleh banyaknya remaja di Yogyakarta, khususnya di Kulon Progo. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan pun juga mendapat antusias yang besar dari remaja di Yogyakarta untuk mengikuti acara yang dilaksanakan oleh Komunitas Regas. Pelestarian sastra Jawa secara online juga disesuaikan dengan karakter remaja saat ini yakni generasi Z yang melek terhadap teknologi dan memahami media komunikasi online seperti *zoom* untuk diterapkan pada kegiatan Bincang Sastra Jawa.

Pemilihan Media Komunikasi

Media tulisan atau cetakan; merupakan pesan yang ditulis dan disampaikan oleh orang yang mengirimkannya kepada orang yang menerimanya. Komunikasi tertulis dapat dilakukan dalam dua cara, yaitu menulis atau membaca. Media tulisan yang digunakan oleh Komunitas Regas seperti yang telah diungkapkan oleh Ilyasa sebagai wakil ketua Komunitas Regas adalah pesan WhatsApp yang disampaikan dalam grup *chat* (gambar 5). Dengan aplikasi WhatsApp semua anggota dapat berinteraksi satu sama lain, menerima informasi lomba dan kegiatan baik dari luar maupun dari internal, mengobrolkan agenda yang hendak dilakukan, berdiskusi, dan menerima pengumuman pelaksanaan kegiatan. Adanya aplikasi WhatsApp menjadikan komunikasi antar anggota efektif untuk disampaikan tanpa harus bertemu secara langsung, apalagi jika harus menunggu semua orang dengan jumlah yang banyak berkumpul dalam satu tempat hanya untuk menerima pesan tersebut. Dengan media tulisan ini, pesan yang disampaikan dapat dikaji berulang-ulang dan disimpan sebagai bentuk dokumentasi komunikasi.



Gambar 5. WhatsApp Komunitas Regas
(Sumber: Peneliti, 2024)

Media visual; adanya media visual memberikan penggambaran dan menegaskan pesan agar semakin jelas. Media visual adalah media yang hanya dapat dilihat dan tidak ada unsur suara di dalamnya (Vandayo & Hilmi, 2020). Meskipun media visual berbeda dari media cetak dan audio, tidak dapat dipungkiri bahwa media visual dapat membantu audiens memahami informasi lebih jelas (Masani, 2021).

Dalam wawancara bersama Fadli selaku Divisi Media dan Publikasi, Komunitas Regas biasanya menggunakan poster untuk menyampaikan pesan dalam satu gambar. Contohnya ketika terdapat kegiatan *Sinau Sastra Jawa*, isi poster kegiatan (gambar 6) meliputi: judul kegiatan, hari dan tanggal, waktu, tempat, tautan pendaftaran, narahubung, email Komunitas Regas, akun YouTube, dan akun Instagram. Poster kegiatan juga dilengkapi dengan *copywriting* dalam *caption* untuk mengajak audiens mengikuti kegiatan *Sinau Sastra Jawa*. Seperti mengolah kata, *copywriting* menciptakan unsur seni yang persuasif (Pratishara & Masduki, 2017). Memahami teknik *copywriting* sangat penting untuk mendapatkan respon dari audiens dan menggiring audiens dalam bertindak sesuai yang diharapkan (Maulana et al., 2022).

Selanjutnya Tri Wahyuni sebagai *founder* dan ketua Komunitas Regas menjelaskan bahwasanya terdapat kemajuan yang signifikan pada jumlah pendaftar *Sinau Sastra Jawa* di tahun 2024. Bahkan, jumlah pendaftar melebihi kuota peserta yang telah ditentukan. Tingginya antusias peserta kegiatan *Sinau Sastra Jawa* dipengaruhi beberapa hal, yakni: 1) Kegiatan *Sinau Sastra Jawa* bertepatan dengan adanya Kompetisi Bahasa dan Sastra yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan Kulon Progo. 2) Minat anak muda Yogyakarta semakin tinggi untuk belajar sastra Jawa. 3) Efek media sosial khususnya Instagram dari Komunitas Regas mampu menjangkau audiens lebih luas.

Yang menjadi bukti nyata, bahwa efek media sosial membuat seorang peserta dari Bekasi yang tengah mudik ke Kulon Progo berumur 32 tahun tertarik untuk belajar sastra Jawa dan akhirnya mendaftar kegiatan tersebut. Awalnya orang tersebut ragu karena ketentuan peserta hanya untuk orang Kulon Progo. Namun, Komunitas Regas tetap menerima dengan baik dan sangat senang jika ada orang yang bukan asli Yogyakarta ingin belajar tentang sastra Jawa. Hal tersebut menjadikan pencapaian Komunitas Regas bahwa melalui sebuah komunitas, sastra Jawa semakin diminati di Yogyakarta maupun orang di luar Yogyakarta.



Gambar 6. Poster Sinau Sastra Jawa
(Sumber: Instagram @sastra_regas, 2024)

Selain poster (gambar 6) yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada audiens, terdapat pula blog (gambar 7) berisi karya-karya anggota Komunitas Regas. Blog ini menjadi wadah berekspresi dan berkarya serta mengasah potensi yang dimiliki anggota Komunitas Regas di bidang bahasa dan sastra. Di dalamnya terdapat karya anggota Komunitas Regas berupa *cerkak*, cerpen, geguritan, pantun, pentigraf, puisi bahasa Indonesia, puisi bahasa Inggris, dan puisi bahasa Jerman. Biasanya Komunitas Regas akan menerima naskah melalui program “Regas Berburu Karya” yang telah dilaksanakan sejak awal berdirinya Komunitas Regas.



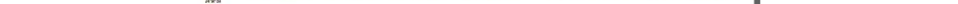
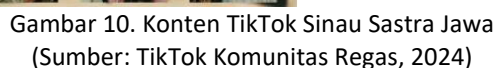
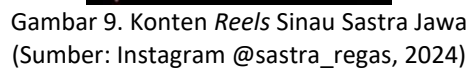
Gambar 7. Blog Komunitas Regas
(Sumber: Blog Regas, 2024)

Media oral; media yang dapat didengarkan, pada saat mata dan tangan dipergunakan untuk mengindera hal lainnya (Effendy, 2019). Media ini sering digunakan pada Komunitas Regas untuk berbicara langsung dan berdiskusi (gambar 8), seperti pada kegiatan *Sinau* Sastra Jawa, Bincang Sastra Jawa, *Nulis* Sastra Jawa, *Sharing* Bersama Sastrawan, dan rapat tahunan. Melihat dari berjalannya kegiatan *Sinau* Sastra Jawa, para fasilitator geguritan, *cerkak*, mendongeng, macapat, sesorah, pranatacara, dan alih aksara melatih secara langsung peserta kegiatan. Adanya pelatihan yang berfokus pada bidang masing-masing menjadikan materi tersampaikan lebih baik dan proses diskusi lebih intens. Peserta juga aktif untuk bertanya jika ada hal yang kurang dipahami, berkonsultasi dengan fasilitator, dan mempraktikkan secara langsung materi yang diberikan contohnya dalam membuat geguritan dan membaca macapat. Namun, tentunya pelatihan tersebut tidak hanya berhenti pada kegiatan *Sinau* Sastra Jawa saja, konsultasi karya dan pelatihan juga diadakan secara berkelanjutan dengan sistem online melalui grup WhatsApp maupun pesan pribadi.

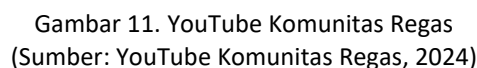


Gambar 8. Kegiatan *Sinau* Sastra Jawa
(Sumber: Instagram @sastra_regas, 2024)

Media audio dan visual; pesan yang disampaikan dengan cara dilihat dan didengarkan sehingga dapat diterima secara lengkap. Fadli sebagai Divisi Media dan Publikasi mengungkapkan bahwa setiap kegiatan selesai, tim media akan membuat konten *reels* Instagram (gambar 9). Adanya konten *reels* berisi mengenai rekam kegiatan yang telah dilaksanakan dan sebagai dokumentasi singkat yang memuat audio dan tulisan sehingga lebih menarik.



The screenshot shows a YouTube video player interface. The video title is "REMAJA CEBLEK BERSASTRA". The video player is embedded in a web page, and the YouTube logo is visible in the top left corner of the player area.



Fadli pun menambahkan evaluasi *“Tapi jangan misal Instagram posting yang foto ini, trus Youtube bikin video dari foto ini. Itu jangan sama, jadi difokuskan. Misal Instagram itu fokusnya bagian rekap, YouTube misal di bagian animasi Regas, terus TikTok difokuskan di video waktu acara. Jadi, ada pembagian kontennya”*. Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap konten di beberapa media sosial tidak boleh sama dan harus difokuskan. Komunitas Regas sendiri masih berfokus pada Instagram karena tim media dan publikasi yang masih terbatas SDMnya.

Pengkajian Media Komunikasi

Teknik instruksi; dalam pelaksanaan kegiatan, Komunitas Regas seringkali melakukan teknik instruksi dengan halus ketika mengarahkan peserta kegiatan, misalnya ketika peserta diarahkan untuk menduduki kursi di bagian depan, berkumpul dengan para fasilitator, dan menyuruh peserta untuk mempraktikkan apa yang telah dipelajari. Tri Wahyuni, menjelaskan bahwasanya Komunitas Regas jarang sekali untuk memberikan instruksi yang memaksa sebab komunitas maupun organisasi sastra sendiri tidak saklak pada suatu hal yang terstruktur. Belajar dari senior dan mentornya, jika komunitas sastra itu terlalu kaku, maka komunitas tersebut tidak akan berjalan dengan baik.

Teknik komunikatif; disampaikan oleh Djessica, anggota inti Komunitas Regas mengungkapkan bahwa ketika kegiatan sastra Jawa berlangsung, narasumber selalu membagikan kisah mereka dalam menekuni dunia sastra Jawa dan beberapa pengalaman mereka yang berhasil membawanya sampai menjadi penggiat sastra Jawa. Proses panjang tersebut membutuhkan waktu yang lama, sehingga peserta pun dimotivasi untuk tidak perlu merasa ciut nyalinya karena melihat teman-temannya sudah percaya diri untuk terjun di dunia sastra Jawa.

Ketika kegiatan sastra Jawa berlangsung dan peserta kegiatan mulai bosan apalagi tidak kondusif, selalu ada hiburan pentas sastra dari anggota Komunitas Regas. Pada akhir acara pun, sering ada pembagian hadiah bagi peserta yang aktif, karya terbaik dalam pelatihan, dan yang berani untuk maju pentas sastra. Adanya ruang apresiasi bagi peserta kegiatan menjadikan setiap kegiatan sastra Jawa selalu meriah.

Selain itu, Tri Wahyuni menekankan bahwa peluang berkarir dalam dunia sastra Jawa menjadi peluang yang besar di masa depan. Ini terbukti karena program studi sastra Jawa di Yogyakarta hanya ada di Universitas Gadjah Mada dan Universitas Negeri Yogyakarta sehingga lulusan sarjana sastra Jawa hanya sedikit. Padahal semakin ke depan, perlunya tenaga pendidik dan penggiat sastra Jawa untuk terus melestarikan sastra Jawa itu sendiri.

Maita yang merupakan anggota Regas dan lulusan sarjana sastra Jawa Universitas Negeri Yogyakarta, mengatakan bahwa *“adanya Komunitas Regas ini sangat membantu potensi remaja untuk terus mengasah kemampuan mereka di bidang sastra Jawa, serta pengalaman belajar dengan para sastrawan senior secara langsung dan membagikan banyak sekali pengalaman dan pengetahuan lebih luas bahwa sastra Jawa bukan semata hanya sebuah bahasa sehari-hari dan disepelekan karena terdengar jadul”*.

Dapat dianalisis bahwa teknik informatif dari para narasumber kegiatan sastra Jawa dan lingkungan Komunitas Regas yang juga belajar mengenai sastra Jawa menjadi efektif dalam penyampaian pesan. Selain itu, peserta kegiatan juga semakin tertarik untuk lebih tahu mengenai sastra Jawa karena hal ini juga didorong oleh banyaknya kegiatan dan lomba sastra Jawa dari Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta seperti sayembara penulisan naskah sandiwara audio atau radio bahasa Jawa, lomba macapat, cerkak, geguritan, dan sebagainya.

Teknik persuasif; Fadhil, mengungkapkan bahwa bentuk teknik persuasif yang dilakukan berupa *caption* pada poster yang mengandung *call to action* (CTA) dan konten-konten ajakan pada beberapa kegiatan (gambar 12). Dari *caption* yang dikelola dengan *copywriting* yang baik, menjadikan hal tersebut menarik dan tidak ada kesalahpahaman audiens dalam menerima pesan.



Gambar 12. Caption Poster
(Sumber: Instagram @sastra_regas, 2024)

Meskipun pesan yang dikomunikasikan sama, lambang yang digunakan berbeda-beda. Lambang yang digunakan bisa bermacam-macam seperti bahasa, warna, gestur, dan gambar. Bahasa menjadi lambang yang paling sering digunakan untuk mengungkapkan perasaan, pikiran, opini, fakta, dan hal yang sedang terjadi, sehingga bahasa berperan penting dalam komunikasi.

Bahasa memuat pengertian denotatif dan konotatif. Perkataan yang memiliki arti denotatif biasanya digunakan oleh mayoritas orang dalam bahasa dan kebudayaan yang sama. Kata-kata yang memiliki arti konotatif memiliki makna yang dipengaruhi oleh emosi atau penilaian karena latar belakang dan pengalaman seseorang. Berdasarkan hasil wawancara bersama Aziz yakni anggota Komunitas Regas, menyampaikan bahwa bahasa yang dibangun ketika berkomunikasi langsung jarang sekali ditemukan kesalahpahaman dengan yang lain. Bahasa ketika mengungkapkan pesan dalam *chat* pun juga lengkap sehingga tidak memberikan interpretasi yang ambigu kepada audiens.

Aziz juga menyampaikan bahwa pada Instagram Komunitas Regas seringkali menggunakan fitur *question box* untuk menampung pertanyaan-pertanyaan dari audiens. Dari *question box* tersebut selanjutnya direspon dengan jawaban yang runtut dan tidak membingungkan. Dari komunikasi yang diciptakan antara Komunitas Regas dengan audiens inilah yang menjadikan komunikasi dua arah berjalan dengan baik. Adanya pembuatan konten menggunakan bahasa yang ramah dan mengajak membuat audiens tertarik untuk mengikuti kegiatan Komunitas Regas.

Maka dari itu, penggunaan teknik-teknik di atas disesuaikan dengan apa pesan yang akan disampaikan sehingga tidak ada miskomunikasi karena teknik yang digunakan tidak sesuai dengan kondisi, situasi, maupun konteksnya.

Peranan Komunikator Dalam Komunikasi

Daya Tarik sumber; jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya, komunikator disebut berhasil dalam berkomunikasi dan dapat mengubah sikap, opini, serta perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik. Dengan daya tarik sumber, audiens menjadi aktif dan mau terlibat dalam kegiatan *Sinau* Sastra Jawa. Dari hal tersebut, diungkapkan oleh Agni, Divisi Sastra Jawa Komunitas Regas, bahwasanya peserta kegiatan pada *Sinau* Sastra Jawa sangat antusias mempelajari cerkak, geguritan, macapat, pranatacara, mendongeng, dan alih aksara bersama fasilitator yang mempunyai pengalaman yang sesuai di bidangnya. Kesamaan ketertarikan antara fasilitator dan peserta kegiatan menjadikan pesan yang disampaikan oleh fasilitator menjadi lebih mudah dipahami. Selain itu, fasilitator (gambar 13) yang melatih pun sudah berpengalaman dan mempunyai prestasi di bidang yang diajarkan.



Gambar 13. Daftar Fasilitator Sinau Sastra Jawa
(Sumber: Instagram @sastra_regas, 2024)

Kredibilitas sumber; kepercayaan menjadi kunci dalam keberhasilan komunikasi. Kepercayaan ini banyak berhubungan dengan apa yang dilakukan komunikator. Ini telah diterapkan dalam Komunitas Regas bahwa setiap narasumber kegiatan sastra Jawa adalah orang yang memiliki kemampuan dan mendalami sastra Jawa. Narasumber dan fasilitator yang berpengalaman serta mempunyai prestasi dalam sastra Jawa menjadikan peserta kegiatan percaya untuk mengikuti pelatihan dalam *Sinau* Sastra Jawa. Tidak hanya itu, para penggiat sastra Jawa di Yogyakarta seperti Dian Korprianing dan Hayu Avang Darmawan dari Dinas Kebudayaan DIY juga pernah menjadi narasumber dalam kegiatan sastra Jawa di Komunitas Regas. Hal tersebut menjadi strategi dalam membuat kepercayaan audiens Komunitas Regas untuk selalu mengikuti kegiatan-kegiatan sastra Jawa selanjutnya.

Dengan adanya daya tarik dan kredibilitas sumber tersebut, menjadikan audiens tertarik dalam mengikuti kegiatan sastra Jawa yang diselenggarakan oleh Komunitas Regas. Selain narasumber dan fasilitator memiliki pengalaman di bidangnya, mereka juga memiliki kredibilitas informasi yang dapat dipertanggung jawabkan serta prestasi dari fasilitator maupun narasumber kegiatan.

SIMPULAN

Komunitas Regas telah melaksanakan strategi komunikasi untuk mencapai tujuan yakni mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian media komunikasi, dan peran komunikator dalam komunikasi. Dalam mengenali sasaran komunikasi telah ditetapkan bahwa anggota Komunitas Regas kebanyakan adalah anak sekolah dari SD hingga SMA, berdomisili di Yogyakarta, terbiasa menggunakan bahasa Jawa sehari-hari. Selanjutnya dalam pemilihan media, Komunitas Regas menggunakan WhatsApp untuk berkomunikasi secara cepat, Instagram dan TikTok untuk penyebaran poster kegiatan, membuat rekam kegiatan, dan mengarsipkan dokumentasi kegiatan. Selain itu, menggunakan YouTube untuk mempublikasikan pembacaan geguritan dan puisi dari anggota Komunitas Regas serta sebagai publikasi video yang berdurasi lebih lama. Media lainnya adalah blog yang digunakan untuk mempublikasikan karya-karya anggota dalam program "Regas Berburu Karya". Pada pengkajian media komunikasi, teknik yang digunakan oleh Komunitas Regas sudah menyesuaikan pesan yang disampaikan kepada audiens. Sehingga dalam penerimaan pesan, audiens dapat menerima pesan dengan baik dan mempersuasi audiens untuk berubah secara perilaku sesuai dengan isi pesan. Kemudian untuk peran komunikator dalam komunikasi telah mencakup terjadi daya tarik sumber dan kredibilitas sumber yang diberikan dari fasilitator maupun narasumber kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9.
- Astuti, R., & Fatmawati. (2021). Strategi Komunikasi Komunitas Peduli Jilbab dalam Sosialisasi Pemakaian Jilbab Syar'i di Kalangan Muslimah. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1), 1–16.
- Bhakti, W. P. (2020). Pergeseran Penggunaan Bahasa Jawa Ke Bahasa Indonesia Dalam Komunikasi Keluarga Di Sleman. *Jurnal Skripta*, 6(2), 28–40.
- Budiarto, G. (2020). Dampak Cultural Invasion Terhadap Kebudayaan Lokal: Studi Kasus Terhadap Bahasa Daerah. *Jurnal Pamator*, 13(2), 183–193.
- Bulan, A. (2023, June 5). *Kegiatan Operasional Ketahanan Keluarga Berbasis Kelompok Kegiatan di Kampung KB*. BKKBN. <https://kampungkb.bkkbn.go.id/kampung/7525/intervensi/599232/kegiatan-operasional-ketahanan-keluarga-berbasis-kelompok-kegiatan-di-kampung-kb>
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Helaluddin, & Wijaya, H. (2019). *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori & Praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Insani, N. H., & Rokhim, M. N. (2023). Dinamika Digitalisasi Dan Pelestarian Sastra Jawa Masa Pandemi: Kajian Ekokritik Sastra. *Seminar Nasional Pendidikan Bahasa Dan Sastra Jawa FKIP UM Purworejo*, 92–105.
- Masani, A. (2021). Upaya Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Deskriptif Menggunakan Media Visual Otentik Untuk Siswa Kelas VII/ 1 SMP N 4 Mataram. *Language: Jurnal Inovasi Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 1(1), 110–114.
- Maulana, R., Nurmalsari, Maulana, M. S., Winnarto, M. N., Iqbal, M., & Lailiah, B. (2022). Pelatihan Menjadi Talenta Digital Dengan Copywriting. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 2(1), 12–15.
- Mawarni, I. S., Kamaruddin, S., & Awaru, O. T. A. (2024). Peran Pemuda Dalam Melestarikan Kearifan Lokal Dan Budaya Rambu Solo' Di Toraja Utara. *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(1), 560–565.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi)*. PT Remaja RosdaKarya.
- Ningtyas, S. A., Astuti, E. Y., & Widodo. (2019). Pemertahanan Bahasa Jawa Dialek Tegal dalam Kumpulan Cerkak Tegal Warung Poci Karya Dr. Maufur. *Sutasoma: Jurnal Sastra Jawa*, 7(2), 15–21.
- Pranawukir, I. (2021). Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Adaptifitas Sumberdaya Manusia Dan Keunggulan Kompetitif Lembaga. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(2), 247–259.
- Pratishara, G., & Masduki, A. (2017). Pelatihan Perancangan Iklan Layanan Masyarakat. *Jurnal Pemberdayaan*, 1(2), 489–496.
- Putra, H. R., & Zuhri, A. (2022). Implementasi Teknik Komunikasi Pembina Pramuka Terhadap Siswa (Implementation Of Scout Counter Communication Techniques To Students). *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 13(1), 39–51.
- Radika, M. I., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Podcast Dalam Mempertahankan Pendengar (Studi Kasus Dalam Podcast Do You See What I See). *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 96–106.
- Raffi, M., & Dianita, I. A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran @Ninetysixvintages Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 50–63.
- Sa'bani, N. (2024). Pendidikan Karakter Remaja Gen Z Terhadap Pembelajaran Di Sekolah Pada Era Globalisasi. *Progressive of Cognitive and Ability*, 3(2), 137–144. <http://journals.eduped.org/index.php/jpr>
- Setiawan, H., & Darmastuti, R. (2021). Strategi Komunikasi Radio Suara Salatiga Dalam Upaya Mendapatkan Loyalitas Pendengar Di Era Digital (Studi Konvergensi Media Dengan Pendekatan

- Budaya Lokal). *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* , 13(2), 159–174.
<https://databoks.katadata.co.id/>
- Suartawan, I. W., & Panuju, R. (2019). Strategi Komunikasi Politik Tokoh Puri Ubud Dalam Mempertahankan Eksistensi Dan Tradisi Bali. *Jurnal Komuniti*, 11(1), 73–84.
- Sulistiyowati, Udasmoro, W., Firmonasari, A., & Astuti, W. T. (2023). Enabler Factors In The Survival Of “Ngoko” Javanese In The Special Region of Yogyakarta (Enabler Factors Survival Bahasa Jawa “Ngoko” di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Kandai*, 19(2), 175–190.
- Tim Badan Bahasa. (2023, March 18). *Balai Bahasa Yogyakarta Jaring Masukan dari Pemangku Kepentingan Guna Merevitalisasi Bahasa Daerah*. Kemendikbud.
<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2023/03/balai-bahasa-yogyakarta-jaring-masukan-dari-pemangku-kepentingan-guna-merevitalisasi-bahasa-daerah>
- Vandayo, T., & Hilmi, D. (2020). Implementasi Pemanfaatan Media Visual Untuk Keterampilan Berbicara Pada Pembelajaran Bahasa Arab. *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Ilmiah*, 5(2), 217–236.
- Wahyuni, A. (2021). *Pendidikan Karakter Membentuk Pribadi Positif dan Unggul di Sekolah* (1st ed., Vol. 1). UMSIDA Press.
- Wiyani, T., Yuhastina, Y., & Nurhadi, N. (2022). Peran Kegiatan Komunitas Sradha Sala Dalam Menjaga Kelestarian Sastra Jawa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(4), 2317–2324.