

Optimalisasi Media Sosial dalam Sosialisasi Wayang Jemblung di Kelurahan Lirboyo Kota Kediri

^aGalih Punta Indra Nugraha, ^bMia Dwi Prayogy, ^cIrfan Akbar Wahyudin, ^dElvi Nur Hidayah,
^eAnnisa Mutiara Vani, ^fPuji Lestari, ^gDuanty Syaharani, ^hDeva Rahma Nugroho, ⁱKresna
Aprianto, ^jAhmad Putra Jala Perkasa, ^kAgustina Alaida Yahya, ^lZahra Putri Maulida, ^mSafina
Dwi Rengganis, ⁿIda Wahyuni, ^oRestin Meilina
a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m,n,o Universitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak—Kelurahan Lirboyo memiliki pesantren ternama sebagai salah satu pusat pembelajaran agama islam sehingga ada potensi kunjungan wisatawan yang cukup tinggi. Perlu optimalisasi daya tarik wisata yang ada di kelurahan Lirboyo, salah satunya budaya Wayang Jemblung yang merupakan proses akulturasi sejarah dan penyebaran agama islam dengan budaya jawa, serta media penyampaian pesan religi, etika, dan sopan santun melalui kisah yang diperagakan. Observasi yang dilakukan melalui KKN-T menunjukkan wayang jemblung menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensinya di era modern. Generasi muda, sebagai penerus budaya, cenderung kurang mengenal seni ini akibat dominasi budaya populer dan kurangnya promosi yang relevan dengan preferensi mereka sehingga kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk mengoptimalkan *branding* dan pemasaran wayang jemblung melalui berbagai media sosial sehingga diharapkan dapat semakin dikenal dan digemari generasi saat ini yang sangat dekat dengan media sosial. Pengabdian masyarakat dilakukan mulai bulan januari hingga february 2025 dengan pelibatan 5 pihak dalam pentahelix meliputi akademisi, perangkat kelurahan Lirboyo, komunitas wayang jemblung, media massa, dan pihak pemerhati budaya. Hasil kegiatan pengabdian ini yaitu beberapa konten *branding* dan pemasaran wayang jemblung di media Tik-Tok, Instagram, Youtube, dan media massa. Beberapa media yang sudah dimiliki menunjukkan peningkatan pelanggan yang berarti cukup optimalnya penggunaan media sosial sebagai *branding* dan promosi.

Kata Kunci—wayang jemblung; branding; promosi; media sosial

Abstract— Lirboyo Village, which has a well-known Islamic boarding school as one of the centers of Islamic religious learning, has a high potential for tourist visits. For this reason, it is necessary to optimize the tourist attractions in Lirboyo Village, one of which is the Wayang Jemblung culture which is a historical acculturation and the spread of Islam with Javanese culture as well as a medium for conveying religious messages, ethics, and manners through the stories that are performed. Observations by KKN-T show that Wayang Jemblung faces challenges in maintaining its existence in the modern era. The younger generation, as the successors of culture, tends to be less familiar with this art due to the dominance of popular culture and the lack of promotion that is relevant to their preferences, so that the community service goals to optimize the branding and marketing of Wayang Jemblung through various social media so that it is expected to be increasingly known and loved by the current generation who are very close to social media. Community service was carried out from January to February 2025 with the involvement of 5 parties in the pentahelix including academics, Lirboyo village apparatus, the Jemblung community, mass media, and cultural observers. The results of this community service activity are several branding and marketing contents of Jemblung on Tik-Tok, Instagram, Youtube, and mass media. Several media that have been owned show an increase in customers which means that the use of social media as branding and promotion is quite optimal.

Keywords—wayang jemblung; branding; promotion; social media

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Corresponding Author:

Ahmad Putra Jala Perkasa,
PGSD,
Universitas Nusantara PGRI Kediri,
Email: ahmadputrajp02@gmail.com



I. PENDAHULUAN

Kelurahan Lirboyo merupakan salah satu wilayah di Kota Kediri yang memiliki pusat pembelajaran agama islam besar yaitu pondok pesantren Liroboyo. Pondok pesantren Lirboyo ini memiliki santri dari berbagai propinsi di Indonesia. Hal ini menjadi potensi adanya kunjungan wisatawan yang cukup tinggi ke Kota Kediri khususnya di Kelurahan Lirboyo. Untuk itu, perlu optimalisasi daya tarik wisata yang ada di kelurahan Lirboyo. Salah satu potensi seni dan budaya yang menarik dan memiliki nilai ekonomi di kelurahan Lirboyo adalah Wayang Jemblung.

Wayang Jemblung merupakan salah satu seni tradisional khas Indonesia yang memiliki nilai budaya tinggi. Seni ini merupakan proses akulturasi sejarah dan penyebaran agama islam dengan budaya jawa (Ismawati, 2024). Berbeda dengan wayang kulit, wayang jemblung memiliki keunikan salah satunya adalah sebagai media penyampaian pesan religi, etika, dan sopan santun melalui kisah yang diperagakan . Hal ini sangat sesuai dengan kondisi kelurahan Lirboyo yang cukup kental budaya islamnya. Keberadaan atau sejarah seni jemblung di Kediri dimulai sejak tahun 1948 oleh Bapak Saleh Subroto yang bertempat tinggal di Lirboyo, Mojoroto, Kota Kediri. Beliau yang mendirikan seni jemblung pertama kali sebagai media dakwah dengan menyampaikan cerita – cerita islami dan diiringi alunan musik dari jedor, kempling, kentrung dan terbang. Di sela-sela cerita, dinyanyikan pula shalawat dan syi'ir islam (Meilina, Muslih, et al., 2024). Namun, berdasarkan hasil observasi melalui kegiatan KKN-T Universitas Nusantara PGRI Kediri tahun 2025, wayang jemblung menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensinya di era modern. Generasi muda, sebagai penerus budaya, cenderung kurang mengenal seni ini akibat dominasi budaya populer dan kurangnya promosi yang relevan dengan preferensi mereka. Dalam konteks ini, media sosial menjadi alat yang potensial untuk menjembatani kesenjangan antara seni tradisional dan audiens muda. Dengan memanfaatkan fitur visual dan interaktif, media sosial dapat menjadi platform strategis untuk memperkenalkan Wayang Jemblung secara lebih luas dan menarik.

Pemanfaatan media sosial dalam promosi seni budaya telah menjadi fokus berbagai penelitian dan pengabdian masyarakat, terutama dalam kaitannya dengan strategi komunikasi digital (Neo 360, 2023). Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menawarkan peluang untuk

menyampaikan pesan budaya melalui konten visual dan naratif yang menarik. Selain itu, fitur-fitur seperti hashtag, reels, dan live streaming memungkinkan penyebaran konten yang lebih luas dan interaksi langsung dengan audiens (Joy, 2020). Dalam konteks Wayang Jemblung, pendekatan ini relevan untuk meningkatkan kesadaran, apresiasi, dan partisipasi masyarakat, khususnya generasi muda, dalam pelestarian seni ini. Kegiatan pengabdian masyarakat melalui kuliah kerja nyata tematik (KKN-T) Universitas Nusantara PGRI Kediri salah satunya bertujuan untuk mengoptimalkan pengenalan wayang jemblung melalui media sosial. Dengan semakin optimalnya pengenalan wayang jemblung diharapkan budaya ini dapat semakin dikenal luas, sehingga semakin tinggi eksistensinya dan potensi ekonominya. Semakin banyak kunjungan untuk budaya ini dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat kelurahan Lirboyo. Hal ini sesuai dengan misi kota Kediri untuk menciptakan Kota Kediri yang unggul dan makmur tersebut dengan memperkuat perekonomian daerah berbasis potensi unggulan daerah dan pengembangan ekonomi kreatif yang berkeadilan (Meilina et al., 2023).

II. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk mengoptimalkan pengenalan wayang jemblung melalui media sosial. Hal ini mengacu pada teori komunikasi pemasaran digital yang menekankan pentingnya penggunaan platform digital untuk membangun hubungan dengan audiens melalui konten yang relevan, menarik, dan interaktif. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memungkinkan penyampaian pesan secara visual dan naratif, yang sangat relevan untuk memperkenalkan seni budaya seperti Wayang Jemblung kepada khalayak yang lebih luas. Metode optimalisasi media sosial yang dilakukan antara lain:

1. Analisis dan evaluasi media sosial wayang jemblung kelurahan Lirboyo yang sudah ada
2. Pendampingan branding dan promosi wayang jemblung kelurahan lirboyo
3. Evaluasi hasil pendampingan

Kegiatan dilaksanakan mulai bulan januari sampai februari 2025 secara intensif di kelurahan Lirboyo Kota Kediri dengan pelibatan penuh mitra yaitu anggota paguyuban/pengurus wayang jemblung, pihak kelurahan Lirboyo, beberapa organisasi pemerhati sejarah seperti Dewan kebudayaan daerah, pelestari sejarah asli kediri (PASAK), dan juga beberapa media massa. Hal ini sesuai dengan konsep pentahelix yang pertama kali diperkenalkan oleh menteri pariwisata, Arief Yahya dan kemudian dimasukkan dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Pentahelix banyak digunakan dalam pemberdayaan karena dengan peran serta lima pihak yang saling terkait menjadi kekuatan untuk keberhasilan program pengembangan yang dilakukan (Fauzi, 2022; Meilina, Purnomo, et al., 2024; Novita et al., 2024; Pugra et al., 2021; Septadiani et al., 2022; Yunas,

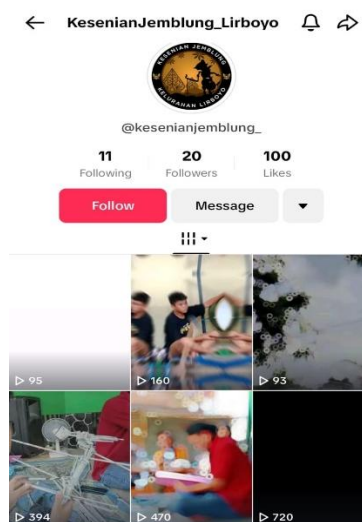
2019). Lima komponen pentahelix disingkat dengan ABCGM yang terdiri dari *Academic* (Akademisi), *Business* (Pihak Swasta), *Community* (Komunitas), *Government* (Pemerintah) dan *Media* seperti digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Pentahelix

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

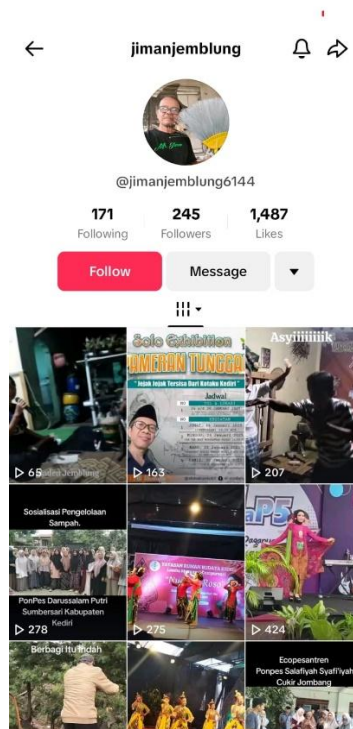
Wayang Jemblung di Kelurahan Lirboyo masih dilestarikan oleh Paguyuban Panca Budaya dan diberi nama “Putra Budaya”. Sanggar seni Jemblung “Putra Budaya” memiliki 17 personil terdiri dari dalang, sinden, dan pengrawit. Dalang sekaligus koordinator seni jemblung kelurahan Lirboyo yaitu Bapak Sujiman cukup banyak dikenal di kelurahan Lirboyo karena cukup aktif pula di bidang lingkungan hidup. Hal ini yang mendasari media informasi wayang jemblung langsung menggunakan media sosial dari Bapak Sujiman sendiri. Hasil observasi, analisis dan evaluasi awal yang dilakukan pada kegiatan pengabdian ini menunjukkan pada awalnya ada media sendiri untuk wayang jemblung di kelurahan Lirboyo, namun sangat minim *follower* dan *viewer* seperti pada gambar berikut:



Gambar 2. Follower dan Viewer Media Sosial Seni Jemblung

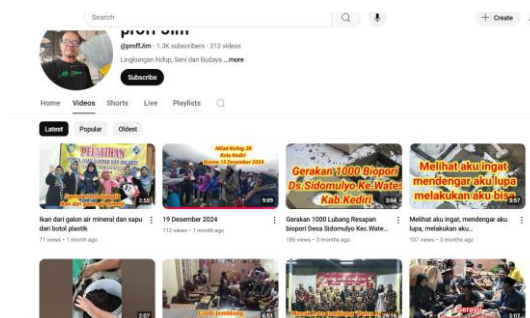
Berbeda dengan *follower* dan *viewer* akun media sosial Bapak Sujiman yang lebih banyak, maka untuk penyebaran informasi seni jemblung tidak lagi menggunakan media sosial Kesenian Jemblung Lirboyo, namun langsung dioptimalkan menggunakan media sosial Bapak Sujiman. Nama akun disesuaikan dari Proff Jim menjadi Jiman Jemblung.

Akun media sosial Jiman Jemblung digunakan untuk memposting informasi-informasi terkait seni jemblung mulai dari filosofi hingga sekedar cuplikan kegiatan latihan. Melalui postingan ini, seni jemblung kelurahan Lirboyo mulai diketahui oleh masyarakat, tidak hanya di lingkup kelurahan Lirboyo atau kota Kediri namun juga di luar kota Kediri.



Gambar 3. Peningkatan Follower dan Viewer Akun Media Sosial Dalang Jemblung

Optimalisasi penggunaan media sosial untuk *branding* dan Promosi wayang jemblung dilakukan dengan intensitas posting minimal seminggu sekali, bisa kegiatan latihan, pertunjukan, maupun info-info lain terkait seni jemblung. Untuk postingan video panjang menggunakan akun youtube Proff Jiman, seperti pada gambar berikut:



Gambar 4. Akun Youtube Dalang Jemblung Untuk Video Panjang

Selain untuk video panjang, akun youtube tersebut juga digunakan untuk posting video pendek melalui fitur short. Hal ini untuk *reach* dan *engage* viewer lebih luas lagi.



Gambar 5. Short Video Seni Jemblung di Akun Youtube Dalang Jemblung

Untuk optimalisasi promosi, seni Jemblung Lirboyo juga dipromosikan melalui media-media luar seperti akun Info Tulungagung. Hal ini sebagai bentuk partisipasi unsur media dalam pentahelix, seperti gambar berikut:



Gambar 6. Akun Promosi Media Luar Kota Kediri

Perangkat Kelurahan Lirboyo juga aktif mempromosikan wayang Jemblung melalui beberapa kegiatan yang dilakukan, seperti arahan untuk *follow* dan *share* akun-akun media sosial jemblung pada saat rapat musrenbang, penampilan seni jemblung pada acara peringatan hari besar nasional.

Hal ini sebagai bentuk partisipasi unsur pemerintah dalam pentahelix. Pelibatan unsur komunitas dan bisnis dalam pentahelix ditunjukkan dengan aktifnya paguyuban Putra Budaya untuk terus mengembangkan Seni Jemblung di Kelurahan Lirboyo, didukung pula dengan Dewan Kebudayaan Daerah, Rumah Budaya, Pelestari Sejarah dan Budaya Khadiri (PASAK), dan pihak-pihak lain yang memiliki visi sama untuk melestarikan dan mengembangkan eksistensi Seni Jemblung di Kelurahan Lirboyo. Melalui optimalisasi penyebaran informasi melalui media dan partisipasi semua unsur pentahelix Seni Jemblung Kelurahan Lirboyo lebih dikenal oleh masyarakat dan saat ini memiliki banyak pelanggan. Job di bulan januari-februari ini saja sudah ada 3 jadwal yaitu di Nganjuk, Jombang, dan Tulungagung.

IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui KKN Tematik di Kelurahan Lirboyo telah berhasil membantu optimalisasi pemanfaatan media sosial untuk *branding* dan promosi seni dan budaya di Kelurahan Lirboyo khususnya Wayang Jemblung dengan melibatkan unsur pentahelix yang lain. Hasil kegiatan ini adalah peningkatan *follower* dan *viewer* media sosial juga peningkatan pelanggan yang menggunakan wayang jemblung kelurahan Lirboyo untuk beberapa acara. Peningkatan pelanggan tidak hanya di wilayah kota Kediri, namun juga di Nganjuk, Jombang, dan Tulungagung. Diharapkan, penyebaran informasi dapat dilakukan lebih intensif lagi secara berkelanjutan sehingga seni Jemblung dari Kelurahan Lirboyo dapat lebih eksis lagi, dapat lestari, dan tidak tergerus oleh budaya moderen.

UCAPAN TERIMA KASIH [OPTIONAL]

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada kepala kelurahan Lirboyo beserta seluruh perangkat kelurahan Lirboyo, ketua RT dan RW serta LPMK Kelurahan Lirboyo, Seluruh masyarakat yang membantu mahasiswa KKN di Kelurahan Lirboyo, Bapak Sujiman dan seluruh pengurus Putra Budaya dan seluruh pihak Universitas Nusantara PGRI Kediri yang memfasilitasi pelaksanaan KKN. Terimakasih juga kepada segenap media dan komunitas-komunitas budaya yang telah membantu penyebaran informasi Wayang Jemblung di Kelurahan Lirboyo.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, M. (2022, December 20). Konsep Pentahelix Jadi Solusi Wujudkan Green Economy di Indonesia. *Media Indonesia.Com*. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/545909/konsep-pentahelix-jadi-solusi-wujudkan-green-economy-di-indonesia>
- Ismawati, A. (2024). No Title. *Radar Kediri.Jawapos.Com*. <https://radarkediri.jawapos.com/features/784414514/melihat-upaya-sujiman-agar-seni-jemblung-dilirik-generasi-z>
- Joy, K. (2020). *The Digital Marketing Funnel*. <https://tcsuccess.com/digital-marketing-funnel/>
- Meilina, R., Muslih, B., Bhirawa, S. W. S., Hidayah, A. N., Maskulin, A. E., Kurniawan, R. A., & Arismanda, I. V. P. (2024). Pengenalan Wayang Jemblung Sebagai Rintisan Kampung Keren di Kelurahan Lirboyo Kota Kediri. *ADM: Jurnal Abdi Dosen Dan Mahasiswa*, 2(1), 71–78. [https://doi.org/\[1\]](https://doi.org/[1]) Meilina R, Muslih B, Bhirawa SWS, Hidayah AN, Maskulin AE, Kurniawan RA, et al. Pengenalan Wayang Jemblung Sebagai Rintisan Kampung Keren di Kelurahan Lirboyo Kota Kediri. *ADM J Abdi Dosen Dan Mhs* 2024;2:71–78.
- Meilina, R., Purnomo, H., Prasajo, A., Leksono, P. Y., Rizda, S. P., & Setiawan, A. B. (2024). The Role of Academics as Part of Pentahelix in the Development of “ Kampung Keren ” to Achieve SDG ’ s. *Proceedings of The National Conference on Community Engagement*, 1(1), 445–455. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/ncce%0AThe>
- Meilina, R., Sumantri, B. A., Prasajo, A., & ... (2023). Pengembangan Kampung Keren Di Kelurahan Sukorame Kecamatan Mojojoto Kota Kediri. *ADM: Jurnal Abdi ...*, 1(2), 173–180. <https://ejournal.lapad.id/index.php/adm/article/view/221>
- Neo 360. (2023). *THE COMPLETE GUIDE TO DIGITAL MARKETING FUNNEL STRATEGY*. <https://neo360.digital/blog/digital-marketing-funnel-strategy-guide/>
- Novita, M., Noprianto, E., Ismail, M. S., & Asman, M. (2024). *Peran Pentahelix Collaboration dan Desa Model dalam Penguatan Usaha Mikro Berkelanjutan berbasis Service Learning (SL)*. 8(1), 93–105.
- Pugra, I. W., Oka, I. M. D., & Suparta, I. K. (2021). Kolaborasi Pentahelix Untuk Pengembangan Desa Timpag Menuju Desa Wisata Berbasis Green Tourism. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 7(2), 111–120. <https://doi.org/10.31940/bp.v7i2.111-120>
- Septadiani, W. P., Pribadi, O. S. I. ., & Rosnarti, D. (2022). Peran Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. *Prosiding Seminar Intelektual Muda #8, Metode Mitigasi, Keselamatan Proyek Dan Kenyamanan Lingkungan Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Hidup*, 22–31.
- Yunas, S. N. (2019). Implementasi Konsep Penta Helix dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur. *Matra Pembaruan : Jurnal Inovasi Kebijakan*, 3(1), 37–46. <https://doi.org/10.21787/mp.3.1.2019.37-46>