

**IMPLEMENTASI *ISLAMIC BRANDING* PADA
PERTUNJUKAN WAYANG SANTRI KI HARYO
ENTHUS SUSMONO SEBAGAI MEDIA DAKWAH**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Kosentrasi Public Relations**

Disusun Oleh :

Sarah Fauziah Annas 2001026021

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2025**

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 1 Bendel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth. Dekan

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo

Di Semarang

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi mahasiswa :

Nama : Sarah Fauziah Annas

NIM : 2001026021

Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Komunikasi Penyiaran Islam

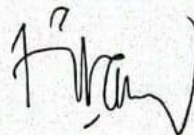
Judul : Implementasi *Islamic Branding* Pada Pertunjukan Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono Sebagai Media Dakwah.

Dengan ini kami menyatakan telah menyetujui naskah tersebut dan oleh karenanya mohon untuk segera diujikan. Atas perhatiannya kami sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Semarang 13 Maret 2025

Pembimbing,



Nilnan Ni'mah, M.Si

NIP.19800202 200901 2003

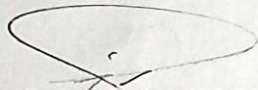
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
IMPLEMENTASI *ISLAMIC BRANDING* PADA PERTUNJUKAN WAYANG
SANTRI KI HARYO ENTHUS SUSMONO SEBAGAI MEDIA DAKWAH

Disusun Oleh:
Sarah Fauziah Annas
2001026021

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 22 April 2025 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

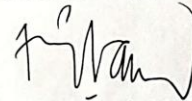
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji I



Dr. Asep Dadang Abdullah, M.Ag.
NIP. 197301142006041014

Sekretaris Penguji II



Nilnan Ni'mah, M. SI.
NIP. 198002022009012003

Penguji III



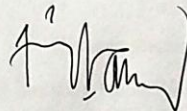
Dr. Hj. Siti Sholihati, MA
NIP. 196310171991032001

Penguji IV



Silvia Riskha Fabrian, M.S.I
NIP. 198802292019032013


Mengetahui,
Pembimbing



Nilnan Ni'mah, M.SI.
NIP. 198002022009012003

Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal 8 Mei 2025...




Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag
NIP. 197205171998031003

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di Lembaga Pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penelitian maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, Maret 2025



Sarah Fauziah Annas

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis sehingga penulis diberi kemudahan serta kelancaran untuk menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Implementasi *Islamic Branding* dalam Pertunjukan Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono sebagai Media Dakwah”**. Shalawat serta salam selalu penulis haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang selalu dinantikan syafaatnya di dunia dan akhirat.

Disusunnya skripsi ini sebagai salah satu syarat menuntaskan Pendidikan jenjang sarjana social (S.Sos) di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis menyadari secara penuh bahwa hasil penulisan ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi pembahasan maupun sistematika penulisan. Keterbatasan kemampuan serta pengalaman dari penulis sendiri merupakan salah satu factor penyebab sehingga masih banyak yang perlu dibenahi.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membimbing dan mendukung penulis baik dengan moral maupun material selama berlangsungnya penyusunan skripsi ini. Semoga mendapatkan pahala di sisi Allah SWT. Dengan segala kemurahan hati, penulis menganturkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Nizar, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. Moh Fauzi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
3. Dr. Asep Dadang Abdullah M.Ag, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Dr. Abdul Ghoni M.Ag, selaku sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Fitri, M.Sos, selaku dosen wali yang memberikan dukungan penuh kepada

penulis, serta memberika bimbingan akademik kepada penulis

5. Nilnan Ni'mah, M.S.I. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan dukungan serta membimbing penulis dengan semangat dan rasa sabar
6. Segenap jajaran dosen dan pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang senantiasa memberikan ilmu, semangat dan dukungan kepada penulis
7. Ki Haryo Susilo selaku dalang wayang santri yang telah membantu penulis dalam proses penggalian data.
8. Babeh, Umi, Azwar, Tsurayya dan keluarga besar sebagai *support system* yang telah memberikan doa serta dukungan tanpa henti kepada penulis.
9. Alwan Nurroziq yang senantiasa memberikan dukungan, doa, waktu, serta selalu menjadi tempat tukar pikir dalam proses perkuliahan.
10. Teman – teman kelas KPI A Angkatan 2020 terutama kelas konsentrasi *public relations* yang tekah kebersamai penulis dalam belajar di bangku perkuliahan
11. Serta seluruh pihak yang terlibat dalam memberikan doa dan dukungan pada proses penyelesaian skripsi penulis

Akhir kata, semoga untuk semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini, Allah senantiasa memberikan kebaikan dan keberkahan yang berlimpah. Aamiin. Serta semoga untuk skripsi yang disusun ini dapat memberikan manfaat secara luas kepada para pembaca. Aamiin.

Semarang, 16 Maret 2025



Sarah Fauziah Annas

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini telah selesai dan penulis mempersembahkan setulus hati kepada:

1. Babeh Amin Nasori cinta pertama penulis dan Umi Rokayah pintu surga penulis. Terimakasih kepada babeh dan umi, yang kasih sayangnya tidak bertepi, doa-doanya selalu menyertai setiap langkah, dan nasehat serta motivasi menjadi penerang dalam perjalanan penulis dalam menyelesaikan studi. Terima kasih atas butir pengorbanan, kesabaran, dan cinta yang tiada henti. Semoga dengan setetes ilmu yang tertulis dalam skripsi ini, penulis dapat menjadi kebanggaan kecil bagi kalian, dan semoga Allah senantiasa menjaga babeh dan umi dalam kebaikan serta keberkahan. Aamiin
2. Adik penulis Abdullah Azwar Annas dan Tsurayya Ruhamma Annas yang menjadi bagian penyemangat penulis agar bisa selesai dari masa studi ini. Terima kasih selalu menjadi penghibur serta penyemangat dalam segala situasi dan kondisi yang dihadapi penulis. Semoga hasil penulisan ini bisa menjadi motivasi untuk masa studi kalian.
3. Persembahan untuk diri sendir. Untuk setiap malam yang penulis lewati dengan penuh perjuangan, untuk setiap ragu yang selalu tertepis demi sebuah tujuan, dan untuk setiap keyakinan yang kadang kala hilang. Ini bukan sekedar lembar skripsi, melainkan bukti bahwa penulis mampu melangkah lebih jauh, lebih kuat dan berjuang lebih gigih. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini.

MOTTO

وَأَن لَّيْسَ لِلْإِنسَانِ إِلَّا مَا سَعَى

“Bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakan” (An-Najm : 39)

ABSTRAK

Sarah Fauziah Annas, 2001026021. “Implementasi *Islamic Branding* Pada Pertunjukan Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono Sebagai Media Dakwah”

Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono merupakan seni pertunjukan yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan budaya lokal, menciptakan identitas khas dalam pementasannya. Pertunjukan ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media dakwah yang menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Dalam konteks *Islamic Branding*, nilai-nilai Islam yang terkandung dalam pertunjukan ini menjadi elemen penting dalam membangun citra dan identitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *Islamic Branding* dalam pementasan Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono serta bagaimana nilai-nilai tersebut mendukung penyampaian pesan dakwah. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung serta dokumentasi dari media sosial pribadi maupun akun resmi Sanggar Putra Satria Laras. Analisis dilakukan berdasarkan empat indikator *Islamic Branding*: kepatuhan terhadap nilai syariah, nilai-nilai etis dan moral, identitas dan budaya Islam, serta komunikasi dan promosi Islami.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertunjukan Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono telah memenuhi indikator *Islamic Branding*. Indikator yang pertama identitas dan budaya Islam diwujudkan dalam penggunaan nama “santri”, gunungan khas berbentuk masjid, alat music yang berbeda, pembacaan selawat, serta lakon yang bernuansa Islami. Kepatuhan terhadap nilai syariah tercermin dalam pembacaan ayat suci Al-Qur’an oleh sinden sebagai bentuk ketaatan dan melarang adanya minuman keras yang merupakan bentuk kepatuhan akan nilai syariah. Nilai etis dan moral ditunjukkan melalui penggunaan busana yang sopan oleh para sinden dan kru. Sementara itu, komunikasi dan promosi Islami terlihat dari pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan dakwah berkolaborasi dengan beberapa komunitas kebudayaan. Serta, bahasa yang digunakan masih belum sesuai dengan prinsip *Islamic Branding* dimana masih ada penggunaan kosa kata kasar dalam pertunjukan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono. Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono berhasil membawa pesan-pesan Islam lewat pertunjukan seni dan budaya. Pertunjukan ini jadi media dakwah yang menarik bagi masyarakat.

Kata Kunci : *Islamic Branding*, Wayang Santri Ki Haryo, Media Dakwah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Metode Penelitian	10
BAB II <i>ISLAMIC BRANDING</i>, PERTUNJUKAN WAYANG DAN MEDIA DAKWAH.....	16
A. Implementasi.....	16
B. Islamic Branding	Error! Bookmark not defined.
C. Wayang.....	20
D. Wayang Sebagai Media Dakwah	25
BAB III PERTUNJUKAN WAYANG SANTRI KI HARYO ENTHUS SUSMONO.....	29
A. Pertunjukan Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono	29
B. Islamic Branding dalam Pertunjukan Wayang Santri Ki Haryo.....	34
BAB IV ANALISIS IMPLEMENTASI ISLAMIC BRANDING DALAM	

PERTUNJUKAN WAYANG SANTRI KI HARYO ENTHUS SUSMONO SEBAGAI MEDIA DAKWAH	59
A. Identitas dan Budaya Islam.....	60
B. Kepatuhan Nilai Syariah.....	66
C. Penerapam Etika Islam	68
D. Promosi dan Komunikasi Islam.....	70
BAB V PENUTUP	75
A. KESIMPULAN	75
B. SARAN.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Wayang Lupit dan Slenteng	32
Gambar 3.2 Suasana pementasa	33
Gambar 3.3 Gunungan Wayang Santri.....	39
Gambar 3.4 Penggunaan Alat Musik.....	41
Gambar 3.5 Gambar Sinden menggunakan busana muslim.....	49
Gambar 3.6 Akun Instagram Ki Haryo (kiri) dan Akun Tiktok Ki Haryo (kanan)	53
Gambar 3.7 Akun youtube sanggar satria laras (bawah).....	53
Gambar 3.8 Dokumentasi Ngaji Tresna Nusantara	55
Gambar 3.9 Dokumentasi Kunjungan anak Sekolah ke Sanggar Putra Satri Laras.	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	81
A. Daftar Pertanyaan untuk Ki Haryo Enthus Susmono selaku Dalang Wayang Santri.....	81
B. Daftar Pertanyaan untuk Sinden Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono.....	85
Lampiran 2 Dokumentasi Kegiatan Penelitian.....	87

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia salah satu negara yang memiliki populasi muslim terbesar. Pada tahun 2024 perbulan Mei terdapat 207 juta muslim di Indonesia, dengan 87,2% penduduk muslim di Indonesia. Dengan banyaknya penduduk muslim di Indonesia, pastinya banyak mempengaruhi dalam sektor-sektor yang ada di Indonesia. Adapun hal yang begitu menarik dalam perkembangan Islam yang ada saat ini, yaitu hadirnya sebuah inovasi penggunaan identitas Islam pada sebuah produk ataupun jasa yang ditawarkan untuk para konsumen. Seperti penggunaan kata Islami, Syariah, nama-nama yang berciri khas Islam, dan penggunaan label halal atau dikenal luas dengan sebutan *Islamic Branding* (Afrianty,2020).

Konsep *Islamic Branding* sendiri menurut Alserhan memunculkan gagasan bahwasanya branding yang memiliki nilai empatik terhadap nilai- nilai syariah mulai dari kedekatan syariah yang esensial, hingga konsistensi penuh di semua bagian. Baik dari karakter perilaku maupun kejelasan sebuah produk, serta bagaimana penggambaran mengenai wawasan Islamisasi yang terdapat pada sebuah brand atau merek (Adawiya, 2021). Penggunaan *Islamic Branding* saat ini sudah mulai beragam dari mulai kategori makanan, Pendidikan, pariwisata dan perhotelan, perawatan dan medis, produk keuangan, gaya hidup dan fashion, dan juga pada kategori hiburan.

Fenomena bermunculannya produk-produk yang berlabelkan dengan kata Islami, ataupun merek-merek yang menggunakan ciri khas Islami ini. Sebagai media untuk menunjukkan jati diri sebuah produk, ataupun perusahaan kepada khalayak umum. Seperti halnya, penggunaan nama-nama syariah pada kategori produk keuangan atau lembaga keuangan syariah, seperti halnya pada acara entertainment ataupun hiburan dimana banyak orang memilih acara yang bernuansa Islami atau stasiun televisi yang menayangkan acara – acara Islami, (Isnaini,2022)

Namun meskipun bermunculannya penerapan nilai *Islamic Branding* yang ada, tetapi realitanya masih banyak juga yang melanggar nilai-nilai *Islamic Branding* yang sudah diterapkan. Salah satunya yaitu pada kasus hotel Syariah netral yang berada di Jombang di mana pada kasusnya hotel ini sudah menerapkan nilai Syariah berupa penggunaan prinsip syariah dan beberapa persyaratan lainnya yang telah ditetapkan untuk menginap di hotel tersebut tetapi realitanya pada tahun baru di tahun 2020 hotel tersebut digerebek oleh polisi dan menemukan enam pasangan mesum yang ada di dalam hotel tersebut pasangan tersebut belum resmi memiliki akta nikah ataupun surat nikah di mana hal ini pula termasuk salah satu pelanggaran nilai-nilai syariah yang diterapkan oleh hotel Syariah netral Jombang.

Islamic Branding kerap kali menjadi salah satu pendekatan strategi marketing yang dapat diandalkan untuk menarik segmen pasar Muslim. Konsep ini memberikan citra yang mencerminkan nilai-nilai Islam, seperti kehalalan, kesucian, dan keberkahan, yang diharapkan dapat menciptakan kepercayaan (*trust*) di kalangan konsumen. Dalam industri perhotelan misalnya, konsep seperti hotel syariah, diterapkan dengan menawarkan layanan sesuai prinsip syariah, seperti pemisahan fasilitas untuk pria dan wanita serta larangan aktivitas yang bertentangan dengan ajaran Islam. (J. A. J. Wilson & Liu, 2011). Dalam *Journal of Islamic Marketing* menemukan bahwa *Islamic Branding*, yang konsisten dan berkesinambungan serta sesuai dengan nilai-nilai Islam dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan atau organisasi yang menawarkan jasa atau produk.

Namun, kepercayaan ini dapat rusak jika praktik di lapangan tidak sesuai dengan branding yang diklaim. Contohnya, hotel syariah yang gagal menjaga standar etika, seperti masih ditemukannya tindakan yang tidak sesuai syariah di lingkungan hotel, dapat menurunkan citra merek di mata public sehingga salah satu tantangan utama *Islamic Branding* adalah memastikan keselarasan antara citra merek dengan realitas di lapangan. Di beberapa kasus, seperti hotel syariah, nilai-nilai Islam sering kali diterapkan secara simbolis,

sementara kenyataannya mungkin tidak selalu sesuai dengan prinsip-prinsip yang diusung. Hal ini mengindikasikan perlunya standar yang lebih ketat untuk menjaga integritas *Islamic Branding* (Taufik & et al., 2020).

Dalam konteks industri kreatif, seperti seni pertunjukan wayang santri, tantangan ini semakin kompleks karena melibatkan interpretasi nilai-nilai Islam yang dapat beragam di masyarakat. (Budiman, 2017) menyoroti potensi *Islamic Branding* sebagai media dakwah, terutama di sektor seni dan budaya. Wayang santri misalnya, memadukan kearifan lokal dengan nilai-nilai Islam, sehingga dapat menjadi media dakwah yang efektif. Namun, untuk menjaga kepercayaan audiens, elemen dakwah dalam *Islamic Branding* harus tetap konsisten dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Penggunaan simbol keagamaan seperti gambar masjid atau bulan sabit pada kemasan dapat meningkatkan daya tarik produk bagi konsumen yang religius. Namun, ini juga membutuhkan sensitivitas agar tidak terkesan sebagai eksploitasi agama untuk tujuan komersial yang justru sangat riskan untuk disalahgunakan (Bakar, 2013).

Tak lain juga *Islamic Branding* berkembang pada dunia hiburan ataupun kebudayaan, mengingat Indonesia sendiri memiliki banyak sekali kebudayaan yang ada. Indonesia merupakan negara yang kaya akan keberagaman budaya, dari mulai kebudayaan yang bersifat materi dan non-materi. Salah satu budaya yang ada di Indonesia adalah seni pertunjukan. Seni pertunjukan merupakan sesuatu yang memiliki nilai seni dan disajikan secara public atau disajikan secara langsung di depan penonton. Dimana seni pertunjukan ini bisa dilakukan secara individual ataupun secara kelompok. Di Indonesia saat ini ada salah satu seni pertunjukan yang masih digemari oleh masyarakat yaitu seni pertunjukan wayang.

Menurut penelitian (Murgiyanto, 2016) menyatakan bahwa wayang adalah seni pertunjukan tradisional yang berasal dari Indonesia. Seni ini memiliki sejarah yang sangat panjang dan dulunya seni pertunjukan wayang digunakan sebagai sarana untuk menghormati roh leluhur. Di Indonesia, terdapat berbagai jenis wayang antara lain wayang beber, wayang Solo, wayang kulit Purwa, wayang golek, wayang klitik, wayang krucil, wayang

orang, dan wayang Wahyu, (Awalina & Rohman 2018). Dari berbagai macam jenis wayang yang populer di Indonesia pada salah satu jenis wayang yang sangat digemari di tlatah Pantura bagian Barat yaitu wayang golek.

Pada zaman dahulu, wayang digunakan sebagai media dakwah oleh Sunan Kalijaga, dalam proses menyebarkan ajaran agama Islam. Sunan Kalijaga menggunakan pendekatan kultural untuk menyebarkan ajaran agama Islam kepada masyarakat. Dimana saat itu masyarakat masih banyak yang memeluk ajaran agama Hindu dan Budha. Sampai akhirnya Sunan Kalijaga memadupadankan antara kesenian yang ada pada masa itu dengan ajaran agama Islam yang dikemas melalui pertunjukan wayang dengan diiringi suluk jawa serta melantunkan bacaan selawat (Vindalia et al., 2022). Yang kemudian eksistensi wayang sebagai media dakwah berkembang sampai sekarang ini.

Dalam pagelaran wayang, ada seorang yang memegang peran kunci, yaitu dalang. Dalang adalah individu yang memainkan wayang ataupun seseorang yang memiliki keahlian khusus dalam menggerakkan boneka Wayang dengan lihai, dalang juga dianggap sebagai sutradara dalam proses pertunjukan pagelaran wayang. Menurut (Herwati & Nanik, 2010), dalang merupakan tokoh yang paling utama dalam pertunjukan wayang yang biasanya sebagai penutur kisah, penyanyi lagu ataupun suluk, yang membantu penonton memahami suasana pada saat tertentu, serta pemimpin suara gamelan yang mengiringi pertunjukan wayang.

Salah satu dalang yang populer di Kawasan pantura adalah Ki Haryo Enthus Susmono. Ki Haryo Enthus Susmono yaitu salah seorang dalang kondang yang berasal dari kabupaten Tegal, Ki Haryo Enthus Susmono sendiri merupakan salah satu putra dari dalang legendaris yaitu Ki Enthus Susmono. Ki Haryo Enthus Susmono adalah dalang muda yang populer di kalangan masyarakat Kabupaten Tegal dan sekitarnya. Beliau dijuluki sebagai “dalang milenial” mengingat usia Ki Haryo Enthus Susmono yang bisa dikatakan masih relative muda (Kholis, 2022). Namun demikian, kepiawaiannya dalam mengemas pesan dakwah melalui pertunjukan wayang sungguh luar biasa. Sehingga, lebih mudah dipahami oleh semua kalangan. Ki

Haryo Enthus Susmono juga diketahui sebagai dalang yang memiliki segudang bakat serta ide – ide kreatif dalam proses pertunjukan wayangnya, hal ini pula yang turut berkontribusi pada popularitas serta kesuksesannya yang terus diraih oleh Ki Haryo Enthus Susmono.

Ki Haryo Enthus Susmono sendiri sering kali menggunakan wayang golek dalam pertunjukan wayangnya. Namun di sisi lain, ada konsep pagelaran wayang golek yang dihadirkan secara khusus oleh Ki Haryo Enthus Susmono yang dijadikan sebagai alat syiar agama Islam yang dinamakan dengan wayang santri. Konsep khusus wayang santri sendiri berawal dari gagasan almarhum Ki Enthus Susmono atau ayah dari Ki Haryo Enthus Susmono yang kemudian dilanjutkan perjuangannya oleh Ki Haryo untuk menyerukan dakwah – dakwah Islam ataupun nilai – nilai melalui pertunjukan wayang tersebut.

Dalam membawakan cerita pewayangan Ki Haryo Enthus Susmono memiliki ciri khas tersendiri dalam proses pertunjukan wayangnya. Perbedaan ini yang mencerminkan nilai Islami dan dijadikan pula sebagai media dakwah oleh Ki Haryo Enthus Susmono. Hal ini pula yang menjadi iconic *Islamic Branding* yang ada pada pertunjukan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono. Alat musik yang digunakanpun beragam berupa gamelan, yang dipadupadakan dengan rebana serta bass dan lain sebagainya. Sebelum dalang memulai cerita pewayangan sinden melantunkan selawat serta diiringi dengan syair jawa. Dan selanjutnya dalang memulai cerita pewayangan dengan tanda menancapnya gunung dengan ciri khas bergambarkan masjid. Dalam membawakan pertunjukan wayang, wayang santri ini biasanya membawakan cerita Islami yang pastinya memiliki nilai dakwah tersendiri.

Adanya sebuah icon *Islamic Branding* yang hadir dalam pertunjukan wayang Ki Haryo Enthus Susmono berupa nama “santri” pada pementasan wayang goleknya, penggunaan gunung berbentuk masjid, adanya lantunan selawat serta penggunaan hijab oleh para sinden. Hal ini yang menjadi daya tarik implementasi yang ada pada *Islamic Branding* yang kemudian dijadikan sebagai media dakwah oleh Ki Haryo Enthus Susmono. Dan hal ini pula yang menjadi daya tarik peneliti untuk mengambil judul **“Implementasi Islamic**

Branding dalam Pertunjukan Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono sebagai Media Dakwah”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengimplementasian *Islamic Branding* yang ada dalam pertunjukan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono sebagai media dakwah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Implementasi *Islamic Branding* yang ada di dalam pertunjukan wayang Ki Haryo Enthus Susmono sebagai media dakwah.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini nantinya akan memberikan pemahaman akademik serta teoritis mengenai bagaimana implementasi *Islamic Branding* yang biasanya digunakan dalam sebuah produk namun hal ini diimplementasikan melalui pertunjukan wayang santri yang kemudian bisa dijadikan sebagai media dakwah. Diharapkan pula penelitian ini mampu memberikan kontribusi secara efektif dan memberikan bekal pengetahuan yang kaya terhadap perkembangan ilmu komunikasi terutama pada bidang *Islamic Branding* atau *public relation* terutama di era global terlebih bagi mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam konsentrasi public relation.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat serta memberikan gambaran sebagai bahan referensi evaluasi serta pertimbangan bagi pertunjukan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono dalam meningkatkan atau menguatkan nilai *Islamic Branding*

yang telah dihadirkan dalam pertunjukan wayang tersebut. Untuk menjadikan ciri khas tersendiri ataupun menjadi penguat media dakwah yang telah dilakukan oleh Ki Haryo dalam pertunjukan wayang santri.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka bertujuan untuk meninjau dan merangkum penelitian sebelumnya dalam area yang sama ataupun serupa dengan topik penelitian yang akan dijalankan oleh peneliti. Selain itu, tinjauan pustaka berfungsi sebagai pembandingan dengan penelitian sebelumnya. Dengan tujuan bagaimana penelitian yang akan dilakukan akan melengkapi atau mengisi celah pada penelitian sebelumnya. Selain itu tinjauan pustaka bertujuan untuk menghindari adanya plagiasi penulisan, maka dalam penulisan skripsi ini penulis mencantumkan beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan skripsi ini diantaranya.

Karya Pertama, Skripsi "Pengaruh *Islamic Branding*, Brand Image, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya Oleh Masyarakat Ponorogo", ditulis oleh Setyaningsih (2021) IAIN Ponorogo. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh *Islamic Branding* terhadap keputusan pembeli produk Zoya oleh masyarakat Ponorogo. Dalam penelitian Titin Setyaningsih ini terfokuskan pada nilai brand image serta lifestyle yang dihadirkan oleh produk Zoya sebagai salah satu daya tarik untuk para konsumen. Persamaan pada penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada objek penelitian atau yang dimaksud dengan *Islamic Branding* yang dihadirkan dalam sebuah brand image. Sedangkan, perbedaan, penelitian yang ditulis oleh Titin setianingsih ini terfokuskan kepada produk hijab Zoya sementara pada penelitian yang akan ditulis oleh peneliti terfokus pada *Islamic Branding* yang dihadirkan pada pertunjukan wayang santri.

Karya kedua, Skripsi "Analisa Pengaruh *Islamic Branding* Dan Biaya Pendidikan Terhadap Pilihan Mahasiswa Masuk Program Studi Ekonomi Syariah Di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tahun 2015-2016", ditulis oleh (Amarullah 2019) UIN sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitat, dengan subjek penelitian adalah mahasiswa

angkatan 2015, 2016, dan 2017 di UIN Sunan Ampel Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atau menjawab pertanyaan tentang pengaruh Islamic Branding dan biaya pendidikan terhadap pilihan mahasiswa dalam memilih program studi ekonomi syariah, baik secara parsial maupun simultan. Dengan hasil penelitian bahwa Islamic Branding memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk memilih program studi ekonomi syariah di UIN Sunan Ampel Surabaya. Persamaan penelitian ini memiliki persamaan pada fokus penelitian yaitu pada *Islamic Branding* yang dapat mempengaruhi terhadap pilihan mahasiswa. Sedangkan perbedaan, penelitian yang ditulis oleh Ahmad Ghozi Amarullah ini bertempat atau berfokus di UIN sunan Ampel Surabaya sedangkan penelitian yang akan saya lakukan dilaksanakan di padepokan wayang santri Ki Haryono Enthus Susmono yang terletak di kabupaten Tegal.

Karya ketiga, artikel "Strategi Destinasi Branding Islamic Center Sebagai Pariwisata Halal Di Nusa Tenggara Barat", (Swastasya & Nurfebriaraning 2022). Pada penelitian jurnal terkait dengan strategi destinasi wisata branding Islamic center memfokuskan terhadap perkembangan trend dalam lingkup pariwisata, penelitian ini menunjukkan bagaimana strategi destination branding Islamic center sebagai pariwisata halal yang menunjukkan lima proses dalam langkah penentuan *Islamic Branding* yang hadir pada tempat wisata tersebut. Penelitian ini menyoroti branding Islami yang diimplementasikan dalam konteks pariwisata halal, yang dicirikan dengan kesadaran akan destinasi yang aman dan ramah bagi aktivitas liburan keluarga. Penelitian ini juga membahas bagaimana pemasaran serta kesadaran destinasi terkait wisata halal. Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan ditulis oleh peneliti terletak pada penggunaan branding Islami sebagai pendekatan untuk menjadikan suatu destinasi wisata sebagai tujuan wisata halal, atau lebih menonjolkan aspek branding Islami pada sebuah hiburan, dimana peneliti akan mengedepankan mengenai apa saja yang dihadirkan sebagai *Islamic Branding*. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan peneliti yang akan ditulis oleh peneliti yaitu terletak pada tempat atau fokus penelitian

di mana peneliti akan melakukan penelitian mengenai kebudayaan wayang sedangkan pada penelitian ini terfokuskan pada tempat pariwisata halal.

Karya keempat, Skripsi "Wayang Kulit Sebagai Media Dakwah Pada Paguyuban Jangkar Bumi Art Community Di Desa Tulungagung Kabupaten Pringsewu", ditulis oleh (Prastiwi (2022) UIN Raden Intan Lampung, penelitian yang ditulis oleh Herliana ini berfokus pada paguyuban jangkar bumi art community yang menggunakan wayang kulit sebagai media dakwah. Dengan jenis penelitian adalah jenis penelitian lapangan dengan sifat penelitian adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menyampaikan bahwasanya wayang kulit masih eksis dijadikan sebagai media dakwah terutama di wilayah kabupaten Pringsewu Lampung penyampaian ajaran agama Islam disampaikan melalui percakapan wayang yang digerakkan atau dilakukan oleh seorang dalang penyampaian dakwahnya menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat luas. Persamaan pada penelitian ini media dakwah yang digunakan adalah wayang kulit di mana hal ini pula yang menjadi salah satu bahan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada wayang yang digunakan yaitu jika penelitian sebelumnya menggunakan wayang kulit maka penelitian yang akan diteliti oleh peneliti menggunakan wayang golek atau lebih dikenal luas di daerah kabupaten Tegal sebagai wayang santri yang didalangi oleh Ki Haryo Enthus Susmono.

Karya kelima, Skripsi "Manajemen Strategi Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono", ditulis oleh (Afni Salam, 2023) UIN Prof KH Saifudin Zuhri, penelitian yang ditulis oleh Anisa nur Afni salam ini terfokuskan pada manajemen strategi yang ada pada sanggar putra Satria Laras yang dimiliki oleh Ki Haryo Enthus Susmono, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen strategi wayang santri yang dikembangkan oleh Ki Haryo Enthus Susmono mencakup pengamatan dan analisis lingkungan, serta pemanfaatan kekuatan dan konsep unik dari wayang santri. Hal ini diwujudkan melalui dukungan kru yang solid dan nama besar almarhum Ki Enthus Susmono. Selain itu, Ki Haryo juga menggunakan wayang santri sebagai media dakwah, dengan strategi manajemen yang berbeda dari wayang pada umumnya. Persamaan

penelitian Anisa Salam ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu terletak pada tempat penelitian yaitu sanggar putra Satria Laras yang menayangkan pertunjukan wayang santri dan didalangi oleh dalam Ki Haryo Enthus Susmono, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu pada letak kajian penelitian di mana kajian penelitian yang akan diteliti selanjutnya yaitu pada implementasi *Islamic Branding* pertunjukan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono sebagai media dakwah.

Karya keenam, artikel “Kajian Visual Tokoh Wayang Golek Lupit dan Slenteng Dalam Konteks Budaya Tegal”, ditulis oleh (Kharisma & Sugiarto, 2020) *Journal of Art Education*. Pada penelitian yang ditulis oleh Garda dan Eko ini bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai bentuk visual, simbol, dan karakteristi. Pada tokoh wayang golek Lupit dan Slenteng, yang merupakan tokoh wayang yang menjadi ciri khas pementasan wayang santri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk visual wayang golek Lupit terinspirasi oleh bentuk Bagong, sedangkan wayang golek Slenteng mengacu pada bentuk Gareng. Perbedaannya terletak pada aspek fisik antara wayang golek Lupit, Slenteng, serta Bagong dan Gareng. Jika wayang Bagong dan Gareng biasanya dibuat menggunakan kulit lembu, berbeda dengan wayang golek yang biasanya dibuat dari kayu. Penelitian ini dilakukan secara kasus di Sanggar Satria Laras, Desa Bengele, Kecamatan Talang, Kabupaten Tegal. Persamaan penelitian Gardan dan Eko ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada tempat penelitian dimana bertempat di Sanggar Satria Laras dan meneliti mengenai wayang golek yang ada di Sanggar tersebut salah satunya yaitu Lupit dan Slenteng yang menjadi ciri khas dalam pementasan wayang santri. Sedangkan, perbedaannya yaitu jika penelitian Garda dan Eko ini meneliti mengenai visual dari tokoh wayang Lupit dan Slenteng peneliti memfokuskan terhadap implementasi *Islamic Branding* yang ada di pertunjukan wayang santri yang dikelola oleh Ki Haryo.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Pendekatan penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif cenderung fokus pada pemahaman mendalam terhadap suatu masalah. Dalam proses penelitian ini, digunakan teknik analisis mendalam yang diterapkan pada objek alami, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci, (Prianti & Tedi (2017)

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode kualitatif biasanya lebih menitikberatkan pada pemahaman yang mendalam terhadap suatu masalah. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis mendalam. Dengan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif yang menekankan pada penjelasan yang mendetail mengenai peristiwa serta situasi yang ada pada permasalahan penelitian pendekatan deskriptif sendiri bertujuan untuk menggambarkan variabel-variabel secara terperinci serta mengidentifikasi masalah dengan observasi secara langsung terhadap situasi lapangan dan juga praktek yang terjadi untuk kemudian dibandingkan pendekatan deskriptif sendiri bertujuan untuk menggambarkan variabel-variabel secara terperinci serta mengidentifikasi masalah dengan observasi secara langsung terhadap situasi lapangan. yang dilakukan pada objek penelitian (Meleong, 2019).

Penelitian kualitatif, memungkinkan peneliti menggali data serta informasi sebanyak mungkin untuk sebuah elemen penting yang dibutuhkan dalam proses penelitian. Data yang dikumpulkan melalui studi ini biasanya berbentuk narasi dan tidak menggunakan data berupa angka. Dengan metode penelitian kualitatif, data dan informasi berasal dari objek penelitian yang dapat diuraikan, baik dari perilaku, ucapan, maupun tulisan.

Dengan demikian, fenomena *Islamic Branding* yang ada pada pertunjukan wayang santri Ki Haryo sebagai media dakwah merupakan salah satu motivasi, Tindakan, serta persepsi perilaku yang akan dipelajari oleh peneliti melalui unsur-unsur yang ada.

2. Definisi Konseptual

Implementasi secara konseptual dipahami sebagai proses penerapan

suatu rencana, konsep, atau kebijakan ke dalam tindakan nyata. Implementasi tidak hanya berarti menjalankan sesuatu sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, tetapi juga melibatkan proses adaptasi, interpretasi, serta strategi pelaksanaan yang disesuaikan dengan konteks sosial, budaya, dan kebutuhan yang ada di lapangan. Dalam konteks penelitian sosial atau budaya, implementasi mencerminkan bagaimana suatu nilai atau prinsip diterjemahkan ke dalam praktik yang dapat diamati.

Islamic Branding merupakan suatu pendekatan dalam membangun citra, identitas, dan nilai terhadap suatu produk, layanan, atau kegiatan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Konsep ini tidak hanya menitikberatkan pada simbol-simbol keislaman secara lahiriah, melainkan juga mencakup pengintegrasian nilai-nilai universal dalam Islam seperti kejujuran, keadilan, amanah, dan keberkahan ke dalam aktivitas atau produk yang dikomunikasikan kepada masyarakat. Islamic Branding menjadi sarana untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman secara etis, strategis, dan sesuai dengan tuntunan syariah.

Secara konseptual, Islamic Branding dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator utama, yaitu: (1) identitas dan budaya Islam, yang mencerminkan unsur-unsur keislaman dalam bentuk simbolik maupun nilai; (2) kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah, yang menunjukkan kesesuaian aktivitas dengan hukum Islam; (3) penerapan etika Islam, yang tercermin dalam perilaku, komunikasi, dan interaksi; serta (4) promosi dan komunikasi Islami, yang menekankan metode penyampaian pesan yang sesuai dengan norma dakwah dan akhlak Islam.

Wayang sebagai media dakwah didefinisikan sebagai bentuk pemanfaatan seni pertunjukan wayang untuk menyampaikan ajaran Islam dan nilai-nilai keislaman kepada masyarakat. Seni wayang, yang memiliki akar kuat dalam budaya lokal, dianggap sebagai media efektif dalam menyampaikan pesan religius secara persuasif, kontekstual, dan komunikatif. Wayang dapat menjembatani antara tradisi budaya dan nilai-

nilai keagamaan dengan menyisipkan pesan moral, spiritual, dan sosial ke dalam narasi serta karakter tokoh yang ditampilkan, sehingga menjadikan dakwah lebih mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat.

3. Sumber dan Jenis Data

Data adalah sekumpulan informasi yang relevan dengan masalah penelitian atau informasi yang diperlukan untuk kegiatan penelitian, dan dapat ditemukan di lingkungan subjek atau lokasi penelitian. Oleh karena itu, tidak semua informasi atau keterangan dianggap sebagai data penelitian. Data kualitatif biasanya disajikan dalam bentuk kata, kalimat, atau gambar, (Sugiyono, 2015). Secara umum, sumber data dibagi menjadi dua kategori: data primer dan data sekunder.

Data primer sendiri merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti atau suatu organisasi dari objek yang diteliti. Sedangkan data sekunder diperoleh atau dikumpulkan dari studi-studi sebelumnya.

Pada penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer yang berupa informasi dari dalam Ki Haryo Enthus Susmono. Serta menggunakan sumber media sosial seperti instrgram milik Ki Haryo Enthus Susmono dengan nama akun @haryosusilo dengan melihat postingan di akun tersebut dan juga youtube pada akun putra satria laras, pada unggahannya 20 Desember 2024 dengan lakon Santri Suci.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah salah satu aspek paling penting dalam penelitian. Dengan adanya teknik ini, tujuan penelitian dapat tercapai dan peneliti dapat memenuhi standar data yang diterapkan dalam penelitian kualitatif. Proses pengumpulan data melibatkan Teknik wawancara. Metode wawancara menjadi salah satu proses untuk mengetahui data yang akurat pada pelaksanaan observasi. Wawancara adalah suatu proses tanya jawab terbuka serta bebas yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk bertukar informasi sehingga mendapatkan pemahaman tentang suatu objek (Masrukhin, 2020). Wawancara juga bisa diartikan sebagai diskusi antara peneliti dan responden yang berpusat pada

pandangan mereka sendiri serta pengalaman dan nilai-nilai responden.(Suryana ,2010)

Pada penelitian ini peneliti akan mewawancarai dengan yang berkaitan dengan implementasi pada pertunjukan wayang santri Ki Haryo sebagai media dakwah. Narasumber yang diwawancarai yaitu Ki Haryo Enthus Susmono selaku dalang dari sanggar Putra Satria Laras. Tujuan dari wawancara tersebut untuk mengetahui serta mendapatkan informasi lebih lanjut tentang implementasi *Islamic Branding* yang ada pada pertunjukan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono sebagai media dakwah.

Teknik pengumpulan data secara observasi dimana peneliti menyaksikan secara langsung pagelaran wayang santri. Pada pagelaran Ngaji Budaya yang diadakan pada acara pembukaan klinik pratama NU Kecamatan Jatinegara Kabupaten Tegal. Dengan membawakan lakon santri suci.

5. Teknik Analisis data

Analisis data adalah proses yang dilakukan sebelum terjun ke lapangan, di mana data memerlukan refleksi terus-menerus selama penelitian. Hal ini melibatkan pertanyaan untuk menganalisis kunci yang diajukan serta catatan singkat yang dibuat selama proses penelitian. Tujuan analisis data adalah mengatur bagaimana hasil observasi, wawancara, dan berbagai data lainnya secara terstruktur, guna meningkatkan pemahaman terhadap objek penelitian yang kemudian menyajikannya dalam bentuk hasil tulisan penelitian. Analisis data berperan sebagai metode untuk mengelola informasi agar karakteristik data dapat dipahami dengan lebih mudah. Proses ini juga membantu dalam pengambilan kesimpulan dan menentukan solusi bagi permasalahan yang ada dalam proses penelitian. Tahap dalam analisis data melibatkan beberapa Langkah, antara lain:

1) Reduksi data (Data Reduction)

Reduksi data dikenal dengan menyusun rangkuman mengidentifikasi pola dan tema dalam data yang diambil serta

mengalihkan perhatian pada elemen esensi yang merupakan bagian dari proses pengurangan data serta fokus terhadap hal-hal yang penting dan memiliki hal pokok (Abu Achmad ,2023). Tujuan dari reduksi data sendiri yaitu untuk menyederhanakan data yang telah dikumpulkan selama proses pengumpulan dataa baik bersumber dari wawancara, ataupun observasi, mengenai implementasi *Islamic Branding* pada pertunjukan wayang santri Ki Haryo sebagai media dakwah.

2) Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data adalah proses menampilkan data yang telah diolah dalam bentuk setengah jadi, seperti teks naratif, table, grafik, bagan, diagram alir, dan lain sebagainya, (Suryana, 2010). Penyajian ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman dalam penarikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data sering kali menggunakan teks naratif sebagai metode utama dalam menampilkan data.

Dalam penyajian display data pada penelitian ini akan dilakukan setelah pengamatan serta wawancara peneliti menemukan bahwa informasi yang nantinya akan ditampilkan dalam penelitian ini mengenai implementasi *Islamic Branding* pada pertunjukan wayang santri Ki Haryo sebagai media dakwah yang kemudian peneliti akan menjelaskan secara terperinci tentang hasil yang diperoleh dari pengamatan di lapangan dalam bentuk teks naratif.

3) Kesimpulan (Verification)

Verifikasi data adalah akhir dari penelitian atau bisa juga diartikan sebagai tahap penting dalam menarik kesimpulan. Kesimpulan tersebut memainkan peran kunci dalam menentukan apakah rumusan masalah dalam sebuah penelitian dapat dijawab atau tidak. Kesimpulan yang dibuat masih bersifat sementara apabila tidak ada bukti pendukung yang valid. Namun, apabila kesimpulan sudah disertai bukti maka kesalahan tersebut dapat dipertanggung jawabkan (Feny Rita et al. 2022).

BAB II

ISLAMIC BRANDING, WAYANG DAN MEDIA DAKWAH

A. Implementasi

Implementasi sebagai sebuah proses interaksi antara suatu perangkat tujuan dengan tindakan yang mampu memberikan dampak dalam meraih sebuah tujuan. Implementasi sendiri adalah kemampuan untuk membentuk suatu hubungan-hubungan yang lebih lanjut dalam sebuah rangkaian yang menghubungkan tindakan dan tujuan.

Menurut subarsono menjelaskan bahwasanya implementasi sendiri dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang berkaitan dengan sebuah penyelesaian pekerjaan dengan penggunaan sarana ataupun alat untuk memperoleh hasil dari tujuan yang diinginkan (Subarsono, 2012). Menurut Purwanto implementasi sendiri adalah kegiatan untuk mendistribusikan sebuah keluaran kebijakan ataupun output yang dilakukan oleh para implementer kepada kelompok sasaran (target group) sebagai upaya untuk mewujudkan sebuah kebijakan, (Purwanto & Sulistyastuti, 1991).

Secara luas implementasi dapat diartikan sebagai pelaksanaan undang-undang di mana sebagai aktor, organisasi, prosedur dan teknik yang bekerja sama untuk menjalankan sebuah kebijakan dalam sebuah upaya meraih tujuan ataupun kebijakan dari sebuah program. Pada sisi yang lain dijelaskan bahwasannya implementasi merupakan sebuah fenomena yang kompleks yang mungkin dapat dipahami sebagai sebuah proses, suatu keluaran (output) dan juga suatu dampak misalnya implementasi dikonsepskan sebagai suatu proses dan serangkaian putusan yang diterima oleh lembaga untuk dijalankan dengan bantuan sarana yang ada.

Implementasi juga diartikan sebagai sebuah proses dari sebuah penerapan ide ataupun konsep serta kebijakan yang menunjukkan bahwasanya implementasi merupakan salah satu dari variabel yang penting yang berpengaruh terhadap keberhasilan dari suatu kebijakan dalam memecahkan masalah ataupun persoalan (Adkhiyah Riffiyatul, 2017).

B. Islamic Branding

a. Pengertian *Islamic Branding*

Kata "branding" tentu sudah tidak asing lagi di era sekarang. Brand atau merek adalah istilah, nama, simbol, atau desain, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut, yang digunakan untuk membedakan suatu produk dari pesaingnya. Menurut Cipto, merek adalah nama, simbol, desain, warna, atau kombinasi dari atribut- atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas unik sehingga membedakannya dari pesaing, (Ilaham & Firadaus, 2019).

Menurut Ogilvynoor, *Islamic branding* merupakan konsep yang relatif baru. Praktik branding ini melibatkan penggunaan merek yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah, yang menekankan nilai- nilai seperti kejujuran, penghormatan terhadap akuntabilitas, dan pemahaman mendalam terhadap prinsip-prinsip Syariah. Dimana hal ini biasanya terlihat dari penggunaan nama produk ataupun unsur Islam lainnya yang menunjang dalam adanya *Islamic Branding* pada sebuah produk ataupun lainnya, (Khadijah & Wulandari, 2020). Konsep *Islamic Branding* menurut Nasrullah sendiri merupakan sebutan baru dengan merek Islam, diciptakan sesuai dengan prinsip- prinsip yang ada di dalam agama Islam penggunaan Islami Branding sendiri bukan hanya dalam industri makanan saja tetapi juga dalam industri kosmetik pakaian, perhotelan, perbankan, kebudayaan serta hiburan, (Nasrullah, 2015).

Menurut Ahmad Ghozali *Islamic Branding* sendiri adalah tanda yang berupa gambar, penggunaan nama, kata, huruf-huruf, angka- angka, susunan warna, simbol-simbol Islam atau kombinasi dari unsur-unsur Islam yang memiliki daya pembeda dengan yang lain, (Amarullah, 2019) . Di sisi lain menurut Yusuf, *Islami Branding* adalah sebuah branding yang memenuhi kepatuhannya terhadap basis Syariah Islam di mana pihak yang terlibat di dalamnya berakreditasikan baik, entah persertifikasikan halal ataupun memenuhi nilai-nilai Syariah serta harus

juga dilaksanakan dengan serius agar tujuan dari *Islamic Branding* yang ada dapat tercapai dengan baik, (Mohd Yusof & Wan Jusoh, 2014).

Menurut Wilson *Islamic Branding* merupakan sebuah strategi pemasaran yang mengacu pada prinsip-prinsip Islam dalam membangun, mengomunikasikan, dan mempertahankan citra suatu produk, jasa, atau entitas dengan nilai Islam (J. A. Wilson & Liu, 2011). Branding ini tidak hanya mencakup produk halal, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai Islam dalam segala aspek komunikasi dan operasional (Chalil, 2020). Menurut Alserhan *Islamic Branding* tidak hanya digunakan dalam produk komersial, tetapi juga dalam media dan budaya, termasuk seni dan hiburan (Alserhan, 2010a). Merek Islami dapat berkembang dalam bidang music, hiburan, Pendidikan serta media sosial.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *Islamic branding* merupakan sebuah branding dengan prinsip syariah serta sesuai dengan aturan Islam. Atau penggunaan brand yang menunjukkan identitas Islam baik berupa penggunaan logo, nama Islami, gambar yang menggambarkan Islam simbol-simbol Islam ataupun kombinasi dari unsur-unsur Islam yang memiliki daya pembeda dengan produk lain yang tidak menggunakan branding Islami. Penggunaan *Islamic Branding* dapat meningkatkan kepercayaan serta dijadikan sebagai iconic tersendiri bagi sebuah produk baik berupa produk obat-obatan, kosmetik, pakaian, hiburan serta kebudayaan.

b. Klasifikasi *Islamic Branding*

Menurut Alserhan, pencitraan *Islamic Branding* dapat diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk, yaitu :

- 1) *Islamic Branding by complaint* (Penandaan Islam dengan konsisten)

Islamic Branding dalam bentuk ini Merek Islam yang memiliki daya Tarik kuat bagi konsumen harus menunjukan kepatuhan dan ketaatan terhadap hukum Syariah. Biasanya, merek – merek ini

berasal dari negara – negara non Islam dan dirancang untuk konsumen Muslim.

2) *Islamic Branding by origin* (Merek Islam sejak awal)

Produk ataupun merk dalam bentuk *Islamic Branding* ini merupakan produk yang menampilkan wataknya tanpa mengiming-iming kehalalan, yang artinya produk tersebut sudah berprinsip syariah dari awal didirikan, karena biasanya produk tersebut berasal atau dikenal luas sebagai produk dari negara Islam.

3) *Islamic Branding by customer* (Merek Islam oleh klien)

Islamic Branding yang Merek ini biasanya dihadirkan karena banyak konsumennya adalah Muslim, meskipun asal usul mereknya bukan dari negara Muslim. Produk- produk ini biasanya mencantumkan label halal.

c. Indikator *Islamic Branding*

Indikator *Islamic Branding* merupakan elemen-elemen ataupun kriteria yang digunakan untuk mengidentifikasi serta mengukur berapa jauh suatu produk, layanan, atau organisasi dalam mencerminkan nilai-nilai Islam yang ada (J. A. Wilson & Liu, 2011). Indikator ini menjadi penting dalam branding untuk memastikan bahwa suatu merek tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional konsumen muslim tetapi juga selaras dengan nilai-nilai keIslaman dan budaya Islam. Berikut beberapa indikator *Islamic Branding* menurut Wilson yaitu:

- 1) Kepatuhan terhadap nilai syariah, dapat berupa penggunaan merek yang mencerminkan nama Islam ataupun memunculkan nilai-nilai baik berupa kejujuran ataupun pemahaman inti terhadap prinsip-prinsip Islam.
- 2) Nilai-nilai etis dan moral, nilai-nilai etis dan moral berkaitan dengan komunikasi serta perilaku para karyawan, baik berupa perilaku ataupun penggunaan pakaian yang sudah seharusnya sesuai dengan yang dianjurkan oleh agama Islam.

- 3) Identitas dan budaya Islam, pada indikator ini biasanya digambarkan dengan penggunaan simbol-simbol Islam seperti kaligrafi Arab gambar masjid warna hijau yang melambangkan Islam, penggunaan syair-syair Islam dan lain sebagainya.
- 4) Komunikasi dan promosi yang Islami, mengembangkan pesan yang relevan serta menyentuh aspek spiritual. Serta penggunaan promosi yang sesuai dengan nilai keIslaman

C. Wayang

a. Pengertian wayang

Wayang merupakan salah satu warisan budaya dari nenek nenek moyang wayang sendiri memiliki makna kata bayangan, yang artinya sesungguhnya adalah bayangan ataupun penerawangan untuk masa yang akan datang. Menurut Djojopadmo (Djojopadmo Sri Mulyono, 1978) mengenai wayang hampir keseluruhannya selalu dikaitkan dengan kata-kata filsafat, religi, mitos, mistik, magis dan lain sebagainya.

Wayang sendiri biasanya dipandang sebagai sebuah bahasa simbol dari kehidupan yang bersifat rohaniah daripada lahiriah. Secara umum orang-orang melihat wayang seperti halnya melihat kaca rias. Jika orang melihat pagelaran wayang yang dilihat bukan wayangnya melainkan masalah yang tersirat di dalam sebuah lakon wayang itu seperti halnya pula ketika kita melihat kekacarias kita bukan melihat tebal dan jenis kaca rias itu melainkan melihat apa yang tersirat di dalam kaca tersebut. Oleh karenanya melihat wayang dikatakan bukan melihat wayangan melainkan melihat bayangan ataupun lakon diri kita sendiri (Djojopadmo Sri Mulyono, 1978).

Secara etimologis wayang berarti bayangan ataupun hanya samar-samar yang dapat bergerak sesuai dengan lakon ataupun alur cerita pakem yang dilakukan oleh seorang dalang titik bayangan yang dihasilkan dari pementasan wayang itu sering diartikan sebagai cerminan dari sebuah perwatakan ataupun sifat manusia sekaligus sebagai gambaran kehidupan manusia. (Achmadi, 2004) dengan demikian keberadaan wayang lebih

dasar dari filosofis seorang Jawa yang khususnya yaitu masyarakat Islam di samping itu pesan yang disampaikan dalam setiap lakon dapat diambil pembelajaran hidup ataupun hikmah dari kehidupan manusia.

Wayang telah mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan peradaban manusia sejak pertama kali muncul. Hingga kini, wayang tetap menjadi cerminan kehidupan manusia, baik dari segi perilaku individu maupun kelompok, yang pada akhirnya membentuk suatu ajaran moral. Sehingga dapat diambil nilai kehidupan yang ada pada cerita pewayangan, wayang sendiri berisi tingkah dalam setiap pementasannya pasti memiliki nilai moral baik dari perilaku manusia, keadaan alam, isu yang sedang hangat, dan juga etika manusia, (Mubarok & Rustam (2019).

Perkembangan zaman juga mempengaruhi perkembangan adanya jenis-jenis wayang baru salah satunya yaitu wayang santri yang merupakan adopsi dari wayang golek. Wayang golek adalah salah satu jenis wayang timatra. Golek ini terbuat dari kayu bulat torak dengan cara di raut dengan pisau, perkembangan wayang golek sendiri memunculkan adanya keberadaan wayang santri. Yang bisa menjadi angin segar bagi masyarakat terutama masyarakat Tegal dan sekitarnya karena dengan adanya wayang santri ini para masyarakat dapat mengetahui cerita pewayangan yang mengisahkan tentang cerita Islam.

b. Unsur Pagelaran Wayang

Keberhasilan suatu pementasan wayang tentu bergantung pada kolaborasi berbagai elemen yang terlibat. Elemen – elemen ini mencakup benda mati dan benda hidup. Benda mati mencakup sarana dan alat yang digunakan dalam pementasan. Sedangkan benda hidup terdiri dari individu – individu yang berperan serta memberikan kontribusi dalam pertunjukan wayang. Sehingga perpaduan antara unsur benda mati dan benda hidup ini akan membuat keselarasan dalam pementasan wayang, (Setiawan, 2020).

1) Unsur benda mati

Dalam pertunjukan wayang, terdapat unsur benda mati berupa alat-alat khusus yang digunakan selama pagelaran. Keberadaan alat-alat

ini sangat penting dan tidak dapat digantikan. Namun, seiring perkembangan zaman, akan muncul klasifikasi dan kreativitas baru yang disesuaikan dengan kebutuhan dalam proses pagelaran wayang. Adapun unsur benda mati pada pementasan wayang yaitu :

a) Wayang

Wayang sendiri dahulu kala terbuat dari kulit lembu atau kulit sapi namun dengan perkembangan zaman keberadaan wayang menjadi beragam jenisnya, alat peregangan dalam pagelaran wayang pun ikut berkembang menjadi berbagai macam serta bentuknya antara lain yaitu terbuat dari kain, kulit, kertas, kayu bahkan sekarang juga ada pertunjukan wayang orang masing-masing daerah pasti memiliki perkembangan jenis wayangnya tersendiri terutama dalam bahan baku pembuatannya, (Stai & Karimiyah,2020).

Macam-macam wayang antara lain :

Wayang Beber, Wayang Kulit Purwa, Wayang Golek Sunda, Wayang Golek Melak, Wayang Krucil, Wayang Orang, Wayang Suluh, Wayang Wahyu, Wayang Gedog, Wayang Kancil, Wayang Potehi, dan Wayang Kadek.

b) Gamelan

Gamelan merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam proses pertunjukan wayang. gamelan sendiri adalah seperangkat alat musik yang terdiri dari gendang, metalofon, gambang, dan gong. Arti gamelan sendiri adalah memukul atau menabuh. Biasanya gamelan terbuat dari kayu serta sejenis logam gangsa. Dalam penabuhan gamelan terdapat alat pengiring instrument lainnya. Yaitu kendang, penerus, bonar, gambang, suling, celempung, siter, slenthem, saron, kenong, kempyang, demung, kethuk, peking dan gong.

c) Kelir

Kelir adalah kain putih lebar yang seringkali digunakan dalam pertunjukan wayang. Penonton biasanya menyaksikan wayang dari balik kelir, sehingga mereka melihat bayangan wayang yang ditampilkan. Kelir sendiri berbentuk persegi Panjang dengan Panjang antara 2 hingga 12 meter dan memiliki lebar sekitar 1,5 hingga 2,5 meter, (Ronaldo et al. 2023). Biasanya ukuran kiler ini disesuaikan dengan kebutuhan dalam pertunjukan wayang.

d) Debog

Debog atau gedebog adalah batang pohon pisang yang selalu hadir dalam pertunjukan wayang. Fungsinya adalah untuk meletakkan penancap kayu perentang di samping kelir. Selain itu, debog juga digunakan untuk menancapkan wayang sesuai alur cerita, serta memasang dan mengatur sumbu blencong. Posisi wayang diatur dengan aturan tertentu, menentukan mana yang ditempatkan di sisi kanan atau kiri.

e) Blencong

Blencong adalah lampu minyak yang digunakan untuk menerangi bagian belakang kelir atau bagian dalang Ketika pementasan wayang berlangsung. Biasanya dibuat dengan desain khusus dengan ciri khaas desain memiliki paruh, dengan ujungnya yang terus menyala sepanjang malam atau sepanjang proses pertunjukan wayang berlangsung. Blencong melambangkan surya yang terus memancarkan sinarnya yang memiliki peran penting dalam sebuah pertunjukan wayang. Cahaya yang dihasilkan oleh blencong sangat berpengaruh dalam dramatisir pementasan wayang yang sedang berjalan.

f) Kotak wayang

Kotak wayang adalah sebuah kotak kayu berukuran 1,5 m x 2,5 m yang biasanya digunakan untuk memberikan aba - aba kepada pengiring dan menggambarkan suasana adegan dengan cara

memukul isi dalam pada kotak wayang,(Herwati & Nanik, 2010). Sesuai dengan Namanya, kotak wayang ini berfungsi untuk menyimpan wayang yang akan ditampilkan atau dipamerkan, sebelum akhirnya dipasang pada debog.

g) Cempala

Cempala ini salah satu alat yang digunakan oleh dalang, cempala digunakan untuk memukul kotak wayang dan digunakan dalam setiap pertunjukan wayang. Alat ini terbuat dari kayu dengan bagian pemukul yang berbentuk bulat dan pegangan yang kokoh. Kayu yang digunakan untuk membuat cempala biasanya adalah jenis kayu yang kuat dan berat, seperti kayu Nangka, mahoni, dan kayu sono.

2) Unsur benda hidup

a) Dalang

Dalang merupakan salah satu unsur terpenting dalam pertunjukan wayang dalang sendiri merupakan seseorang yang mengatur dalam proses jalannya pertunjukan wayang keberadaan dalang harus mampu menyebarkan ajaran, informasi, ilmu maupun edukasi bukan hanya memberikan hiburan semata namun juga dalam mampu memberi pelajaran kehidupan terhadap cerita wayang yang dibawakan. Dalang juga bisa dijadikan seorang madu yang memberikan pesan dakwah melalui cerita wayang yang dibawakan.

b) Penyimping

Penyimping adalah seseorang yang berperan dalam membantu dalang untuk menyiapkan wayang yang akan dibawakan dalam cerita pertunjukan wayang titik adapun tugas lain dari pemimpin adalah menyiapkan segala keperluan dalam dalam proses pertunjukan wayang.

c) Pengrawit (Panjak)

Pengrawit atau panjat ini adalah orang-orang yang menabuh

gamelan. Dalam memainkan gamelan, seorang pangrawit harus memiliki konsentrasi tinggi agar dapat mencapai keselarasan dengan gamelan yang sedang dimainkan. Selain konsentrasi, penabuh gamelan juga harus memiliki keseriusan serta ketrampilan khusus dalam memainkan gamelan sehingga tercipta tembang yang selarasa.

d) Pesinden

Pesinden atau dikenal luas dengan nama sinden merupakan sebutan untuk para wanita yang bernyanyi mengiringi gamelan dalam proses pertunjukan wayang. Dalam setiap pertunjukan, sinden biasanya mengenakan pakaian adat jawa resmi berupa kebaya dan menyanggul rambutnya, serta duduk bersimpuh di lantai dengan kaki dilipat. Selain itu, seorang sinden harus memiliki suara yang merdu serta melengking dengan cengkok yang lurus, sesuai dengan ciri khas tembang – tembang jawa yang dinyanyikan oleh sinden, (Monica, 2018).

D. Wayang Sebagai Media Dakwah

Media dakwah adalah segala sesuatu yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau ide kepada orang lain, atau untuk mendekatkan seseorang pada suatu hal. Dengan kata lain, media dakwah berfungsi sebagai saluran objektif yang menghubungkan ide seorang dai kepada mad'u. elemen ini sangat vital serta bisa disebut juga sebagai urat nadi dalam keseluruhan proses dakwah, serta memiliki peran penting dalam menentukan jalannya dakwah itu sendiri, (Abdullah, 2009).

Media dakwah merupakan berbagai macam perkakas ataupun sarana komunikasi yang bersifat modern ataupun tradisional ataupun sarana lainnya yang dapat digunakan untuk memperlancar jalannya upaya Dakwah Islamiyah, (Kustadi Suhandang, 2014). Media dakwah juga dapat dipahami secara rasional sebagai segala sesuatu yang digunakan untuk mendukung kelancaran penyampaian pesan dakwah dari komunikator atau dai kepada khalayak umum. Dengan kata lain, media dakwah mencakup semua alat atau sarana yang

berfungsi untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dari dai kepada para madu, (Surianti & Samsinar, 2021).

Media dakwah memiliki tiga jenis berdasarkan peralatan yang melengkapinya, terdiri dari media tradisional media modern dan perpaduan kedua media antara media tradisional dan modern, (fahurrozi et al., 2019). Jenis-jenis media dakwah tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Media Tradisional

Penggunaan media dakwah tradisional biasanya berkaitan dengan kebudayaan dan disesuaikan dengan cara komunikasi yang berkembang pada masa bersosial dengan mode tradisional. Media tradisional ini umumnya terbatas pada sasaran yang populer dalam kesenian, seperti gendang, rebana, bedug, wayang, dan sebagainya. Penggunaan media ini efektif dalam menarik perhatian banyak orang, sehingga pesan dakwah dapat disampaikan kepada khalayak dengan lebih mudah.

2) Media modern

Berjalannya zaman pastinya akan memiliki perkembangan tersendiri terhadap sebuah media terlebih pada saat ini banyak bermunculan media modern dalam penggunaan platform untuk berdakwah adapun diantaranya yaitu radio, televisi, media visual, buku, majalah, brosur, foto lukisan, serta media baru yang bermunculan saat ini yaitu media internet.

3) Perpaduan media tradisional dan media modern

Perpaduan media tradisional dan modern mengacu pada penggunaan media tradisional bersama dengan media modern dalam proses dakwah. Contohnya adalah pagelaran wayang atau sandiwara bernuansa Islam yang kemudian ditayangkan ulang melalui televisi atau media sosial lainnya, (fahurrozi et al., 2019).

Wayang merupakan salah satu kesenian tradisional yang telah lama berkembang di Indonesia, khususnya di Pulau Jawa. Pada masa penyebaran Islam, Walisongo memodifikasi bentuk dan isi pertunjukan wayang agar

selaras dengan nilai-nilai ajaran Islam. Perubahan ini tidak hanya menyentuh aspek visual seperti bentuk wajah wayang yang semula tampak depan menjadi tampak samping, tetapi juga menyentuh aspek filosofis dan naratif, (Setiawan, 2020) . Tujuan dari modifikasi ini adalah untuk menghilangkan unsur-unsur syirik yang berasal dari ajaran Hindu-Buddha dan menggantinya dengan nilai-nilai tauhid, (Marsaid, 2016). Dengan demikian, wayang menjadi media dakwah yang efektif karena mampu menyampaikan ajaran Islam tanpa menimbulkan penolakan dari masyarakat yang telah akrab dengan kesenian ini.

Wayang sebagai bentuk pertunjukan yang paling populer, termasuk dalam kategori media dakwah tradisional dan audio-visual. Hal ini karena dalam pertunjukannya terdapat unsur suara seperti narasi dalang, musik gamelan, dan nyanyian sinden (audio), serta bayangan dan gerakan boneka wayang (visual). Penggabungan dua unsur ini menjadikan pertunjukan wayang memiliki daya tarik yang kuat sebagai media komunikasi dakwah, (Aziz, 2004). Menurut Ali Aziz, media dakwah terbagi menjadi dua jenis, yaitu media dakwah tradisional dan modern, dan wayang termasuk dalam golongan tradisional yang telah digunakan sejak zaman para wali untuk menyampaikan pesan keagamaan secara kontekstual.

Dalam konteks penyebaran ajaran Islam, pertunjukan wayang memuat nilai-nilai filosofis dan moral yang mengajarkan tentang pentingnya memilih kebaikan, menjauhi kejahatan, serta memperjuangkan keadilan. Cerita-cerita yang dibawakan dalam pertunjukan wayang sering kali menggambarkan konflik antara tokoh protagonis dan antagonis, yang pada akhirnya menekankan kemenangan kebenaran. Nilai-nilai ini disisipkan melalui lakon yang dimainkan, serta dialog, nasehat, dan simbol-simbol budaya lokal yang memiliki makna spiritual, (Ayu Pratiwi, 2024). Penelitian oleh Setiawan menunjukkan bahwa wayang mampu menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam karena bersifat menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat.

Seiring perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat,

pertunjukan wayang juga mengalami adaptasi. Pertunjukan tradisional kini mulai dikemas dalam bentuk video digital, yang kemudian dapat disebarluaskan melalui media sosial atau platform daring lainnya, (Sintawati & Yasfin, 2022). Hal ini memungkinkan pesan dakwah yang terkandung dalam pertunjukan wayang menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda atau Generasi Z. Selain itu, interaksi antara dalang dan penonton dalam pertunjukan juga menjadi kekuatan tersendiri, karena memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang memperkuat pemahaman terhadap ajaran Islam. Dengan segala keunikan dan fleksibilitasnya, wayang tetap relevan sebagai media dakwah yang hidup dan mampu menjawab tantangan zaman.

Unsur dalam pagelaran wayang yang menguatkan penyampaian pesan dakwah serta menjadi bagian dari media dakwah, perkembangan wayangpun sampai pada sekarang ini masih mengalami banyak modifikasi dengan bagian dari ciri khas masing-masing dalang dalam penyampaian dakwahnya, (Aripudin Acep, 2013).

BAB III

PERTUNJUKAN WAYANG SANTRI KI HARYO ENTHUS SUSMONO

A. Pertunjukan Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono

Pertunjukan Wayang Santri yang dipentaskan oleh Ki Haryo Enthus Susmono tetap mempertahankan esensi yang sama dengan pagelaran Wayang Santri yang sebelumnya dibawakan oleh Ki Enthus Susmono. Konsep utama yang diterapkan masih menitikberatkan pada penggunaan wayang sebagai media dakwah serta eksplorasi nilai-nilai Islam melalui penamaan "santri." Namun, dalam pementasan yang dibawakan oleh Ki Haryo, terdapat beberapa inovasi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman. Salah satu inovasi tersebut adalah kemunculan tokoh-tokoh baru yang sedang populer atau viral di tengah masyarakat. Selain itu, penggunaan bahasa Indonesia menjadi lebih dominan dibandingkan dengan bahasa Jawa. Perubahan ini bertujuan untuk menyesuaikan pertunjukan dengan audiens masa kini yang lebih familiar dengan bahasa Indonesia, sehingga pesan dakwah yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat luas. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Ki Haryo dalam wawancara yang dilakukan di kediamannya.

“Setelah abang meninggal saya melanjutkan ataupun meneruskan pertunjukan wayang santri ini dengan sedikit memberikan bumbu tambahan supaya rasa masakan tetap disukai oleh konsumen baru tanpa harus merusak rasa aslinya sama seperti ya bantu saya menjadikan wayang sebagai media dakwah dan penggunaan nama santri itu digunakan sebagai menggali nilai-nilai Islami. Saya sendiri memberikan inovasi baru berupa tokoh-tokoh baru yang sedang trend pada masa sekarang ini seperti wayang Deddy Corbuzier, Mimi peri, Limbad, pelatih timnas dan beberapa wayang lainnya. Saya juga dalam pertunjukan wayang santri sedikit banyak memberikan perbincangan dengan menggunakan bahasa Indonesia agar konsumen wayang santri ini lebih luas tidak hanya orang-orang Jawa saja yang bisa menikmati pertunjukan wayang santri.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024)

Pertunjukan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono ini memiliki dua jenis konsep pagelaran, yaitu wayang santri yang full dan ngaji budaya. Dimana wayang santri full diiringi dengan tabuhan gamelan serta memiliki lakon atau cerita pewayangan yang didalamnya memiliki alur pasti, dan juga memiliki durasi yang panjang. Dalam pertunjukan wayang santri full biasanya dimulai

di jam 20.00 sudah dimulai dengan musik bergendangan ditandai dengan munculnya gunung sebagai pertanda lakon akan segera dimulai biasanya lakon dimulai jam 21.30 dan selesai di jam 01.00 dini hari. Sedangkan ngaji budaya hanya memiliki durasi paling lama 2 jam dengan penggunaan wayang lupit dan slenteng tanpa adanya lakon yang kemudian menyampaikan nilai-nilai Islami dengan diiringi musik nada dakwah.

Sebelum memasuki acara biasanya para crew mempersiapkan tatanan panggung sesuai dengan tema yang telah ditentukan serta menyiapkan berbagai macam alat penunjang lainnya dalam pementasan tersebut seperti menyiapkan alat musik seperti gamelan kotak wayang dan juga lighting agar sesuai dengan proses pementasan wayang santri. Sebelum para guru dan dalang menaiki panggung biasanya Ki Haryo akan memimpin doa agar pagelaran wayang santri tersebut berjalan dengan lancar sampai akhir. Hal ini disampaikan secara langsung oleh sinden Ki Haryo yang bernama Selly Kirani

“Biasanya sebelum para crew dan sinden menaiki panggung Ki Haryo memimpin kita semua untuk berdoa bersama meminta kelancaran serta keberkahan untuk kita semua yang ikut serta dalam pementasan wayang santri.” (Wawancara Selly Kirana, 10 Februari 2025)

Hal ini bisa dilihat ketika pementasan wayang santri ngaji budaya yang diadakan dalam acara memeriahkan grand opening klinik pratama NU Kecamatan Jatinegara kabupaten Tegal yang digelar pada 10 Februari 2025 tepatnya mulai pukul 21.00. Pertunjukan wayang santri dimulai biasanya pada pukul jam 21.00 yang ditandai dengan pembacaan sholawat ataupun tembang Jawa oleh sinden yang berdurasi sekitar 15 menit yang kemudian barulah sang dalang naik ke atas panggung. Biasanya Ki Haryo Enthus Susmono membuka acara dengan sedikit kata sambutan serta pembacaan doa yang kemudian dilanjutkan pembacaan sholawat sebagai pertanda pewayangan akan segera dimulai. Hal ini disampaikan dalam wawancara oleh Ki Haryo Enthus Susmono.

“Dalam proses pementasan wayang santri biasanya dimulai dengan penabuhan gamelan yang kemudian memulai dengan baca sholawat

biasanya menggunakan sholawat Al Fatih dan juga doa abu Nawas setelah itu muncullah gunung yang disusul dengan tokoh legendaris punakawan dari kabupaten Tegal yaitu Lupit dan slenteng” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 10 Februari 2025)

Sebelum dimulainya acara, crew mwmpersiapkan tata panggung sesuai dengan tema yang telah ditentukan. Segala macam alat pertunjukan pementasan dipersiapkan sebelum dimulainya acara seperti gedebog, orgen, biola, mike, kotak wayang dan lain sebagainya. Panggung yang tidak terlalu besar dengan debog di bagian depan dan lighting di atas dan di depan panggung.

Pukul 21.00 dimulainya acara, awalnya seluruh crew berkumpul dan berdoa di dalam ruangan yang sudah disediakan oleh panitia. Yang kemudian barulah menaiki panggung. Setelah itu penampilan All artist sebagai tanda dimulainya acara, sinden membawakan tembang ataupun selawat sekitar 15 menit, kemudian barulah dalang naik keatas panggung. Pukul

21.29 pembukaan acara oleh dalang yang dilanjut dengan sinden membawakan selawat pembuka barulah pukul. 21.28 dimulainya pewayangan. Durasi pementasan sekitar 2,5 jam. Dalam pementasan ngaji budaya Bahasa yang digunakan adalah Bahasa kerakyatan, Bahasa yang biasa digunakan oleh masyarakat sekitar dalam keseharian, awal pembukaan disambut dengan gunung yang memiliki ciri khas tersendiri dari Ki Haryo Enthus Susmono yaitu gunung dengan bentuk masji. Setelah selawat pembuka barulah muncul Lupit dan Slenteng sebagai.

Setelah munculnya Lupit dan slenteng barulah lakon dimulai ,dalam pertunjukan ngaji budaya kali ini mengusung lakon santri suci yang memiliki beberapa tokoh yaitu Jaka sabar seorang anak maling yang memiliki keinginan untuk menempuh pendidikan di pondok pesantren sedangkan ayahnya bernama Abu Nawas beliau merupakan maling yang biasanya merampok di rumah orang kaya yang kemudian hasilnya dibagikan kepada orang yang kurang mampu. Akhirnya Jaka Sabar di pondokan di pondok pesantren Baitul makmur, namun sang kyai memiliki sifat yang kurang baik dimana beliau serakah harta benda.



Gambar 3.1 Wayang Lupit dan Slenteng

Selama mondok Jaka sabar tidak pernah di berikan ilmu pengetahuan atau diajari mengenai ilmu agama, selama di pondok pesantren Jaka sabar hanya di jadikan tukang kebun oleh sang kyai. Jaka sabar terus diuji kesabarannya oleh sang kyai hingga akhirnya Jaka sabar ditemui oleh Nabi Khidir dan diberikan karomah sejak itulah Jaka sabar menjadi santri suci. Dibuktikan dengan dapat menyembuhkan penyakit yang belum ditemukan obatnya.

Di setiap munculnya tokoh pasti ada cerita serta suasana yang berbeda titik pesan yang disampaikan juga beragam baik berupa dalil ayat Alquran tidak lupa pula dibawakan dalam lakon di sela pertunjukan wayang santri juga ditampilkan lantunan bacaan sholawat dan tembang Jawa yang memiliki makna kehidupan. Pesan moral yang terdapat dalam setiap lakon dikemas dengan gaya humor yang membuat para penonton merasa nyaman larut dalam cerita serta adanya feedback dari penonton, semua penonton menikmati pertunjukan wayang santri tidak ada penonton yang beranjak dari tempat duduk sebelum akhirnya acara selesai dan ditutup dengan do'a.

Hal ini diperkuat dari hasil dokumentasi sebagai berikut



Gambar 3.2 Suasana pementasa

Gambar di atas menampilkan sebuah pertunjukan Wayang Santri yang digelar dalam rangka Grand Opening Klinik Pratama NU Jatinegara sekaligus Peringatan Hari Lahir Nahdlatul Ulama (NU) ke-102. Acara ini dilaksanakan dalam suasana meriah di panggung utama yang dihias dengan nuansa hijau-putih khas NU, serta backdrop besar yang memuat logo NU, tulisan acara, dan foto tokoh-tokoh penting NU. Di atas panggung, tampak seorang dalang serta dua orang sinden tengah membawakan pertunjukan wayang santri dengan menggunakan tokoh wayang khas dan ornamen tradisional seperti gunung. Para penonton yang terdiri dari berbagai kalangan, mulai dari ibu-ibu, remaja, hingga tokoh masyarakat, tampak antusias mengikuti jalannya pertunjukan. Beberapa bahkan mendokumentasikan acara ini dengan ponsel mereka.

Pagelaran ini tidak hanya menjadi bagian dari hiburan, tetapi juga media dakwah dan edukasi budaya Islam yang dikemas secara modern dan menarik. Kehadiran pertunjukan Wayang Santri di tengah kegiatan keagamaan dan pelayanan kesehatan ini mencerminkan sinergi antara budaya lokal dan nilai-nilai keislaman dalam konteks Nahdlatul Ulama, yang mengedepankan prinsip dakwah bil hikmah (dakwah dengan kebijaksanaan) dan pendekatan kultural.

Peristiwa ini juga menandai bagaimana Islamic branding dalam bentuk seni pertunjukan dapat menyatu dalam agenda sosial dan pelayanan masyarakat, sekaligus memperkuat citra NU sebagai organisasi Islam yang adaptif dan relevan dengan kebutuhan umat saat ini.

B. Islamic Branding dalam Pertunjukan Wayang Santri Ki Haryo

Islamic Branding merupakan sebuah branding Islami yang biasanya digunakan sebagai branding ataupun ciri khas dari sebuah produk, begitupula yang dilakukan oleh Ki Haryo Enthus Susmono dalam pementasan Wayang santrinya. Dalam proses pelaksanaan pertunjukan wayang santri memiliki beberapa branding ataupun simbol Islami yang hadir dalam proses pertunjukan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono.

Menurut Ki Haryo Enthus Susmono, Wayang Santri memiliki karakteristik *Islamic Branding* yang khas, baik dalam aspek simbolik maupun dalam nilai-nilai Islam yang terkandung di dalam proses pementasannya. Dari segi tata nama, istilah Wayang Santri sendiri telah merepresentasikan esensi nilai-nilai Islam yang diusung dalam pertunjukan.

Sebagaimana diungkapkan oleh Ki Haryo dalam wawancaranya, Wayang Santri tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana dakwah yang menyampaikan ajaran Islam secara lebih interaktif dan komunikatif. Penggunaan elemen-elemen Islami, baik dalam alur cerita, karakter tokoh, maupun simbol-simbol yang ditampilkan dalam pementasan, menegaskan identitas keIslaman dalam wayang ini. Dengan demikian, Wayang Santri menjadi bentuk implementasi dari *Islamic Branding* dalam seni pertunjukan, yang menggabungkan tradisi budaya lokal dengan nilai-nilai Islam guna membangun pemahaman keagamaan yang lebih inklusif dan kontekstual.

“Wayang santri itu memiliki nilai Islamic yang sangat kuat di mana wayang santri juga merupakan representasi dari Islam nusantara di mana wayang itu sebagai mediana untuk menyampaikan pesan dakwah dan penggunaan nama santri itu untuk menggali nilai-nilai dari agama Islam itu sendiri dalam proses pertunjukan wayang santri pastinya memiliki banyak simbolis Islam serta nilai-nilai Islam lainnya.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono 30 November 2024)

Adapun beberapa *Islamic Branding* yang ada dalam pertunjukan wayang santri sebagai berikut :

1. Identitas dan Budaya Islam

a. Penggunaan nama “Santri”

Menurut Ki Haryo Enthus Susmono, penggunaan nama Santri dalam Wayang Santri memiliki filosofi tersendiri. Pemilihan nama tersebut pertama kali dicetuskan oleh Ki Enthus Susmono, yang merupakan dalang pelopor dalam pengembangan Wayang Santri sebagai media dakwah Islam. Sebagaimana disampaikan oleh Ki Haryo dalam wawancaranya, penamaan Santri tidak hanya berfungsi sebagai identitas pertunjukan, tetapi juga merefleksikan nilai-nilai pendidikan dan spiritualitas Islam yang terkandung dalam pementasan wayang ini. Dengan demikian, penggunaan istilah Santri dalam Wayang Santri menjadi bagian dari strategi dakwah yang mengintegrasikan seni pertunjukan dengan ajaran Islam.

“Wayang santri itu bagian dari media dakwah di mana menurut Abah wayang itu sebagai medianya yang kemudian kata santri itu sebagai informasi untuk menggali nilai-nilai Islam yang biasanya diimplementasikan dalam sebuah lakon-lakon yang ada di pertunjukan wayang santri, kata santri juga bisa diartikan kita sebagai dalang wayang santri harus tetap mengaji dan tidak boleh hanya mengetahui ilmu Jawanya saja tetapi kita juga harus terus menggali pengetahuan mengenai nilai-nilai Islam baik berupa aqidah fiqih dan lain sebagainya. Wayang santri itu juga benar-benar representasi dari Islam nusantara namanya apa adanya penggabungan antara budaya Jawa serta budaya Timur Tengah ataupun budaya-budaya Islam.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).

Pemberian istilah Wayang Santri juga didasarkan pada pengakuan Ki Enthus Susmono bahwa dirinya bukan seorang kyai dan memiliki keterbatasan dalam pemahaman agama Islam. Kesadaran tersebut mendorong Ki Enthus Susmono untuk menggunakan istilah "mengaji bersama" dalam setiap pementasan Wayang Santri, menekankan bahwa pertunjukan ini bukan sekadar hiburan, tetapi juga bagian dari proses pembelajaran keagamaan yang kolektif. Ki Enthus Susmono tidak berperan sebagai ustadz atau kyai, melainkan sebagai fasilitator dalam menyampaikan ajaran Islam melalui seni pertunjukan wayang. Dalam hal ini, ia membantu para mubaligh dalam menyebarkan nilai-nilai

keIslaman serta memberikan wawasan keagamaan kepada masyarakat. Pernyataan ini diperkuat oleh hasil wawancara yang menunjukkan bahwa Wayang Santri dikembangkan sebagai medium dakwah yang inklusif, di mana seni dan agama dapat berjalan beriringan dalam membentuk pemahaman Islam yang lebih luas.

“Wayang santri ini dipopulerkan secara langsung oleh Abah Enthus Susmono yang terinspirasi dari kyai haji mustahid dari kabupaten Tegal beliau sang kyai belajar wayang atau latihan wayang disanggar yang kemudian menjadikan wayang itu sebagai media dakwah akhirnya abah terinspirasi kemudian mengeksplorasi serta menemukan format pagelaran wayang baru yang alhamdulillahnya diterima baik oleh masyarakat dengan sedikit alasan cerita tersebut kemudian apa menamakan sebagai wayang santri yang di mana beliau merasa dirinya bukanlah seorang mubaligh tetapi beliau ingin menyampaikan nilai-nilai Islami dalam pagelaran wayangnya, sedangkan santri sendiri itu kan bagaikan seorang murid yang sedang mencari ilmu dan begitu pula apa dalam pagelaran wayang santrinya beliau juga pastinya belajar terlebih dahulu untuk menyampaikan nilai-nilai Islam dalam setiap lakon.”(Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024)

Dalam Islam sendiri nama diyakini sebagai doa ataupun harapan dan sebagai seorang muslim dianjurkan untuk memberi nama yang baik. Maka dengan pertimbangan ini pula penggunaan nama "santri" digunakan dalam pertunjukan wayang santri. Penggunaan nama santri sendiri mengandung doa serta harapan agar para audiens yang menyaksikan pertunjukan wayang santri mampu menerima pesan dakwah dengan baik yang dikemas secara seksama melalui pertunjukan wayang santri. Dan juga Ki Haryo berharap penggunaan nama santri ini mampu mengingatkan masyarakat di semua kalangan untuk terus semangat belajar tanpa mengenal waktu. Hal ini diungkapkan pula oleh Ki Haryo Enthus Susmono dalam wawancaranya

“Abah juga berpesan penggunaan santri ini juga sebagai doa serta harapan untuk kita semua agar tetap memiliki rasa semangat belajar dan mudah memahami akan pesan dakwah yang disampaikan kepada audience di sisi lain bukan hanya audien saja yang belajar tetapi

dalam dari wayang santri juga wajib belajar bukan hanya mengenai ilmu Jawanya saja tetapi juga ilmu keIslamannya.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).

b. Gunungan berbentuk Masjid

Gunungan dalam pementasan Wayang Santri memiliki bentuk yang unik dan berbeda dari gunung dalam wayang pakem. Gunungan ini berbentuk masjid dengan elemen-elemen tambahan seperti bola dunia yang terikat dengan tali, dikelilingi oleh bendera merah putih, serta dihiasi lambang bintang sembilan dengan tulisan "Nahdlatul Ulama" di bagian bawahnya. Representasi visual ini mengandung makna filosofis yang mendalam. Bentuk masjid mencerminkan nilai-nilai keIslaman yang menjadi inti dari Wayang Santri sebagai media dakwah. Bola dunia yang terikat melambangkan keterpaduan dan persatuan umat dalam bingkai Islam, sementara kehadiran bendera merah putih menunjukkan semangat kebangsaan serta kecintaan terhadap tanah air. Lambang bintang sembilan merepresentasikan Nahdlatul Ulama sebagai organisasi yang berperan dalam penyebaran ajaran Islam yang moderat dan berbasis tradisi.

Keunikan gunungan ini menjadi simbolisasi dari integrasi antara seni tradisional dengan nilai-nilai Islam dan kebangsaan, sebagaimana yang disampaikan oleh Ki Haryo dalam wawancara. Berbeda dengan gunung dalam wayang pakem yang umumnya menggambarkan alam semesta sebagai pusat kehidupan, gunungan dalam Wayang Santri menegaskan pesan keIslaman dan nasionalisme yang sejalan dengan visi dakwah melalui seni pertunjukan. Hal ini pula diungkapkan Ki Haryo dalam wawancara yang bertempat di sanggar putra satria laras.

“Gunungan ini biasanya dipakai sebagai pembuka, bedol kayon, penutup, atau saat pergantian adegan dalam pertunjukan. Bentuknya punya banyak simbol yang penuh makna. Ada gambar masjid yang jelas melambangkan tempat ibadah umat Islam. Lalu, ada bola dunia yang menggambarkan bahwa manusia berasal dan tinggal di bumi, sekaligus mengingatkan kalau kita nantinya akan kembali ke tanah. Bola dunia ini diikat dengan tali tambang, yang melambangkan

persaudaraan atau ukhuwah, baik sesama muslim maupun sesama manusia. Jumlah untaian pada tali itu ada 99, yang melambangkan Asmaul Husna. Di bagian bawahnya, ada dua simpul ikatan yang menggambarkan hubungan manusia dengan Allah (hubungan vertikal) dan hubungan manusia dengan sesama (hubungan horizontal). Selain itu, ada juga bendera Indonesia yang mengelilingi bola dunia, yang berarti cinta tanah air, terutama sebagai warga Nahdliyyin. Di dalam gunung ini juga terdapat bintang sembilan yang melambangkan Walisongo, para penyebar Islam di Indonesia. Dan yang terakhir, di bagian bawahnya ada tulisan Nahdlatul Ulama.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).

Gunungan dalam wayang memiliki makna filosofis sebagai simbol kehidupan, alam semesta, dan kekuatan spiritual. Dalam Wayang Santri, penggambaran gunung berbentuk masjid memberikan identitas keIslaman yang lebih kuat, menegaskan bahwa pertunjukan ini memiliki nilai-nilai Islam yang khas.

“gunungan dalam pagelaran wayang santri yang memiliki bentuk sangat berbeda dibandingkan gunung pada umumnya. Perbedaan bentuk ini yang menjadi ciri khas tersendiri bagi pagelaran wayang santri, bukan hanya melambangkan kehidupan alam semesta tetapi juga kekuatan spiritual yang lebih kuat dengan adanya gambar masjid.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024)



Gambar 3.3 Gunungan Wayang Santri

c. Penggunaan Alat Musik

Dalam pertunjukan seni wayang santri memiliki beberapa unsur instrumen musik yang digunakan yang berasal dari perpaduan antara gamelan rebana dan bedug serta tambahan alat musik elektrik. Pagelaran wayang santri mampu menciptakan musik yang indah seperti musik Timur Tengah, musik dangdut, musik rock dan musik musik bergenre lainnya. Sehingga penggunaan alat musik ini dapat berkolaborasi dengan baik hingga membuat sholawat itu terdengar merdu dan bagus.

Adapun alat musik yang sudah pasti digunakan setiap pementasan wayang baik wayang santri ataupun wayang Purwa yaitu gamelan. Gamelan sendiri merupakan alat musik yang digunakan untuk mengiringi lagu-lagu yang dinyanyikan oleh sinden gamelan juga digunakan sebagai unsur penguat dalam pengemasan nilai-nilai dakwah.

Gamelan dalam pagelaran wayang santri Ki Haryo Enthussusmono

memiliki nama gamelan “Abu Nawas” yang memiliki filosofi keselarasan antara budaya Jawa dengan budaya Timur Tengah. Serta mengusung dari cerita hidup seorang Abu Nawas yang terkenal dengan kecerdasannya, humor serta seringkali menyisipkan nilai hikmah dalam puisi-puisi Abu Nawas.

“gamelan kita ini dinamakan sama abah gamelan Abu Nawas, karena abah sangat ngefans dengan Abu Nawas ya mungkin bisa dikatakan beliau terinspirasi dari kisah-kisah Abu Nawas seorang yang humoris tetapi juga cerdas. Makanya abah menggunakan nama Abu Nawas.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).

Perbedaan gamelan wayang santri juga terletak pada tangga nada yang digunakan. Terdapat penambahan tangga nada dalam gamelan wayang santri untuk menyelaraskan dengan nada-nada Timur Tengah, terlebih dalam wayang santri sering kali membacakan selawat.

“Dalam pertunjukan wayang santri ini sudah pasti menggunakan gamelan, gamelannya beda dengan gamelan paten atau pelog slendro. Jika di budaya Jawa menggunakan nada 1 2 3 5 6 sebagai pelog Jawa dan lebih tinggi dibanding pelog Jawa lainnya, ada juga pelog Jawa 6 besar 4 1 dan 2 itu tangga nada Timur Tengah keselarasan keduanya sangat dibutuhkan supaya cocok dengan nada Islami.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024)

Selain penggunaan alat gamelan pakem, adapula penambahan bedug serta rebana gamelan laras Abu Nawas ini dalam pertunjukan wayang santri menunjukkan bahwasannya pada pagelaran ini dari segi alat musik beraliran Islam yang diadopsi dari para Walisongo, sekaligus menunjukkan bahwa wayang santri tidak begitu rumit dengan pakem. Nada-nada yang tidak dihasilkan dari gamelan di cover oleh alat musik elektrik untuk menambahkan nuansa Islam menjadi sangat kental dalam setiap pagelaran wayang santri. Alat elektrik yang dipakai wayang santri yaitu keyboard dan juga biola.



Gambar 3.4 Penggunaan Alat Musik

d. Pembacaan Selawat

Selawat sendiri merupakan hal yang sangat familiar dalam pementasan wayang santri. Selain alat musik yang digunakan sebagai pengiring pagelaran wayang santri dalam proses pementasan wayang santri terdapat juga nyanyian-nyanyian yang dilantunkan oleh sinden. Berbeda dengan pagelaran wayang pada umumnya dalam pagelaran wayang santri ini didominasi oleh pembacaan sholawat yang diperuntukkan sebagai bentuk doa serta rasa cinta kepada nabi Muhammad SAW.

Menurut Ki Haryo pembacaan sholawat dalam wayang santri bukan hanya berfungsi sebagai hiburan tetapi juga menjadi media dakwah yang kuat. Elemen musik yang khas serta lirik sholawat yang mendalam mampu menyampaikan pesan dakwah secara halus namun efektif kepada para masyarakat dalam konteks seni tradisional Jawa pembacaan sholawat ini juga mencerminkan bentuk akulturasi budaya

yang harmonis antara tradisional lokal dan ajaran agama Islam.

“pembacaan shalawat ini diharapkan mampu memberikan keberkahan dalam pagelaran wayang santri, sebagai bentuk cinta kita kepada baginda nabi Muhammad SAW. Disisi lain pembacaan shalawat ini juga menjadi media pendukung dalam proses penyampaian pesan dakwah. Jadi pesan dakwah lebih mudah tersampaikan kepada masyarakat umum.” (Wawancara Ki Haryo, 30 November 2024)

Pada pagelaran wayang santri terdapat tiga bagian penting dalam pelantunan sholawat yang dilakukan oleh para sinden yaitu yang pertama pada pembukaan pagelaran wayang santri, kedua pertengahan adegan atau saat sesi goro-goro dan yang terakhir saat pagelaran wayang santri akan berakhir. Hal ini disampaikan oleh Selly selaku sinden.

“Dalam proses pagelaran wayang santri biasanya dimulai dengan pembacaan sholawat yang pertama yaitu sholawat Al Fatih yang kemudian disusul dengan pembacaan doa abu Nawas. Pembacaan sholawat Al Fatih itu sudah paten dan sudah pasti dilakukan ketika awal pementasan yang kemudian kemudian biasanya dalam pertengahan adegan juga ada pembacaan sholawat yang disesuaikan dengan lakon sholawat apa yang dibawakan dan yang terakhir ketika akan menutup pementasan pagelaran wayang juga membaca sholawat badar.” (Wawancara Selly Kirana, 10 februari 2025)

Adapun tiga bagian penting pembacaan selawat diantaranya yaitu :

1) Selawat pembuka

Ki Haryo memberikan penghormatan kepada Nabi Muhammad SAW dengan melantunkan Sholawat Fatih yang dilantunkan oleh sinden Wayang Santri, diiringi oleh alunan gamelan. Menurut penuturan Ki Haryo dalam wawancara, tindakan ini memiliki makna tersendiri.

“pembacaan shalawat al faith ini memiliki makna sebagai pembuka, dimana kita minta dibukaan apa yang terkunci dengan limpahan shalawat serta keberkahan dari junjungan kami, Nabi Muhammad SAW.” (Wawancara Ki haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).

Berikut ini merupakan lirik selawat faith :

لَلّهُمَّ صَلِّ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ الْفَاتِحِ لِمَا أُغْلِقَ وَالْخَاتِمِ لِمَا سَبَقَ وَالنَّاصِرِ الْحَقِّ بِالْحَقِّ وَالْهَادِيَ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ. صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ
حَقَّ قَدْرُهُ وَمَقْدَارُهُ الْعَظِيمِ

Artinya :

“Ya Allah curahkanlah rahmat dan keselamatan serta berkah atas junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang dapat membuka sesuatu yang terkunci, penutup dari semua yang terdahulu, penolong kebenaran dengan jalan yang benar, dan petunjuk kepada jalanmu yang lurus. Semoga Allah mencurahkan rahmat kepada beliau, kepada keluarganya dan kepada semua sahabatnya dengan sebenar-benarnya kekuasaan yang maha Agung”

2) Selawat pertengahan

Shalawat pertengahan dalam pagelaran wayang santri terjadi saat jeda cerita. Ki Haryo Enthuse Susmono mengikuti jejak sang ayah dengan menyisipkan hiburan saat jeda lakon yang dibawakan. Pada shalawat pertengahan dalam pementasan wayang santri dengan lakon santri suci ini dilantunkan shalawat lampion. Shalawat lampion merupakan shalawat yang iringan musiknya bernada musik pada lagu khas China. Berikut lirik selawatnya:

يَا نَبِيَّ سَلَامٌ عَلَيْكَ - يَا رَسُولَ سَلَامٌ عَلَيْكَ
يَا حَبِيبَ سَلَامٌ عَلَيْكَ - صَلَوَاتُ اللَّهِ عَلَيْكَ
أَسْرَقَ الْبَدْرُ عَلَيْنَا - فَاحْتَفَتْ مِنْهُ الْبُنُورُ
مَثَلُ حُسْنِكَ مَا رَأَيْنَا - قَطُّ يَا وَجْهَ السُّرُورِ

Proses pertunjukan wayang santri juga terdapat banyak sholawat yang dikreasikan oleh Abah Enthuse Susmono diantaranya yaitu

- sholawat yaumul Asyura
- kuntulan
- Hasbunallah
- Amakilah
- Selawat lampion
- Selawat Abunawas
- Bahar arudh

h. Amakilahdan

i. Fuknalumam

j. Londo ireng

3) Selawat penutup

Pada bagian shalawat penutup ini biasanya menggunakan shalawat badar yang diiringi nada gamelan laras abu nawas. Berikut ini merupakan lirik shalawat badar pada penutupan wayang santri:

صَلَاةُ اللَّهِ سَلَامٌ عَلَى طَهَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
تَوَسَّلْنَا بِبِسْمِ هَالِكٍ وَبِالْهَادِي رَسُولِ اللَّهِ وَكَهْلٍ مُجَاهِدٍ هَلِ بِأَهْلِ الْبَدْرِ يَا أَلَّ

Artinya :

Rahmat dan keselamatan Allah, Semoga tetap untuk Nabi utusan Allah, Rahmat dan keselamatan Allah, Semoga tetap untuk Nabi kekasih Allah, Kami berwasilah dengan berkah basmalah, Dan dengan Nabi yang menunaikan lagi utusan Allah, Karena berkahnya ahli badar ya Allah.

e. Lakon dalam Pementasan Wayang Santri

Lakon sendiri adalah sebuah perjalanan tokoh dalam cerita pewayangan atau serangkaian peristiwa yang berkaitan dengan tokoh wayang dalam suatu proses pementasan wayang. Lakon wayang sendiri merupakan salah satu cara seorang dalang dalam mengolah cerita wayang baik dalam satu adegan maupun secara keseluruhan.

Begitupun lakon yang ada dalam pertunjukan wayang santri di mana lakon ini muncul setelah adanya gunung yang keluar ataupun ditancapkan yang kemudian mulailah cerita awal dari munculnya permasalahan, klimaks, hingga penyelesaian masalah. Dan biasanya setiap lakon pasti memiliki nilai moral tersendiri apalagi dalam pertunjukan wayang santri yang biasanya akan memberikan nilai-nilai Islam di dalam pelakonan pertunjukan wayang.

“Semua pertunjukan wayang pasti punya lakon termasuk pertunjukan wayang santri yang pasti memiliki lakon, baik lakon yang paten ataupun kreasi dari sang dalang. Di sisi lain bukan hanya para audiens saja mengaji dari pertunjukan wayang santri tetapi saya

sebagai dalang juga harus mengaji untuk terus mencari ilmu agar dapat disampaikan kembali kepada para audiens sehingga dalam pertunjukan wayang santri itu pasti memiliki nilai moral dan dalil-dalil yang saya sertakan juga bersumber secara pasti tanpa asal-asalan.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 10 Februari 2025)

Lakon-lakon dalam pementasan wayang santri tidak jauh mengenai ajaran agama Islam yang biasanya diambil dari cerita tentang keteladanan nabi Muhammad serta para pejuang alim ulama. Pesan-pesan yang terdapat dalam wayang santri merupakan pesan dakwah Islam mengenai keimanan, syariah, hubungan antara sesama makhluk sosial, hak waris, jual beli, akhlak muslim yang baik, pernikahan, akhlak seorang anak dan lain sebagainya.

Dalam pementasan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono juga menambahkan tokoh-tokoh yang lainnya diantaranya yaitu kyai Ma'ruf Amin, Gus Dur, Abu Nawas, para Walisongo dan lain sebagainya. Adapun beberapa lakon lakon keIslaman dalam pementasan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono yaitu :

- a. Adam awal dan adam akhir
- b. Anjala Anjali
- c. Ajaran walisongo
- d. Goro-goro Nanggep Sugeng
- e. Lupit Belajar Ngaji
- f. Khorunnas Anfauhum LInnas
- g. Lupit Mungguh Kaji
- h. Lupit Seneng Tetulung
- i. Santri Suci
- j. Murid Murtad
- k. Mabuk Ciu
- l. Semar boyong
- m. Sunate Abu Nawas

Penyesuaian lakon biasanya disesuaikan dengan acara. Hal ini disampaikan secara langsung oleh Ki haryo dalam wawancara.

“Pemilihan lakon biasanya disesuaikan dengan acara. Yang pasti setiap lakon memiliki nilai moral tersendiri yang seperti bagaimana definisi wayang itu yaitu wayang-wayang yang artinya menggambarkan kehidupan manusia dari itu dari pagelaran wayang ini pastinya akan memunculkan nilai moral dalam kehidupan ataupun keseharian para makhluk sosial sehingga pementasan wayang santri ini di sisi lain menjadi tempat *healing* di sisi lain juga menjadi tempat *charging* untuk ketenangan hati para audiens” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024)

2. Kepatuhan nilai-nilai Syariah

Kepatuhan nilai Syariah dalam pertunjukan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono yaitu berupa menerapkan prinsip prinsip Syariah yang sesuai dengan ajaran agama Islam baik mengenai kewajiban beribadah ataupun yang lainnya. Dalam hal ini penerapan kepatuhan nilai Syariah di pertunjukan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono memilih 2 bagian yaitu :

a. Membaca Al Qur'an

Pementasan wayang tidak luput akan peran sinden, yang biasanya membawakan tembang-tembang jawa. Namun dalam pagelaran wayang santri sinden memiliki tugas tambah yaitu mampu membacakan ayat suci Al-Qur'an dengan tartil. Sinden dalam pertunjukan wayang santri tidak hanya dituntut untuk mahir dalam seni olah vokal, tetapi juga harus mampu melantunkan ayat-ayat suci Al-Qur'an dengan baik dan benar. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh Selly salah satu sinden wayang santri, dalam wawancara yang dilakukan.

“Seorang sinden wayang santri itu banyak keunikannya banyak juga tantangannya di mana pada umumnya sinden wayang itu biasanya hanya dituntut masalah seni vokal yaitu mengenai menyanyikan lagu-lagu macapat ataupun lainnya tetapi kalau di wayang santri ini kita sebagai sinden diwajibkan juga untuk bisa melantunkan ayat-ayat suci Alquran pastinya dengan lantunan yang baik serta merdu serta sesuai dengan makhorijul huruf bukan hanya sembarangan membacanya.” (Wawancara Selly Kirani, 10 Februari 2024)

Dalam pagelaran wayang santri oleh Ki Haryo Enthus Susmono,

terdapat ketentuan khusus yang membedakannya dari pertunjukan wayang pada umumnya. Setiap sinden yang terlibat dalam pagelaran ini diwajibkan mampu melantunkan ayat-ayat suci Al-Qur'an atau dalil-dalil lainnya dengan suara yang merdu. Ketentuan ini ditegaskan oleh Ki Haryo Enthus Susmono dalam wawancara yang dilakukan.

“setiap sinden di wayang santri harus bisa membacakan ayat suci al-qur'an dengan tartil serta sesuai dengan tajwid dan makhorijul hurufnya, yang biasanya sebelum pementasan sinden akan berlatih bersama atau biasanya sinden yang paling sepuh yaitu mbak purwanti akan melatih sinden-sinden yang masih baru untuk pembacaan qiro tersebut.” (wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).

Setiap sinden biasanya memiliki sesi Latihan bersama baik untuk tembang jawa, membawakan selawat kreasi dan Latihan untuj pembacaan ayat suci AlQur'an agar lebih tartil dan sesuai dengan tajwid serta makhorijul huruf. Sehingga Ketika sinden membacakan ayat suci al quran dapat terdengar merdu di telinga audiens. Sehingga pesan dakwah yang disampaikan juga bisa lebih mengenang di para audiens.

b. Melarang adanya minuman keras

Ki Haryo Enthus Susmono secara tegas melarang para kru untuk mengonsumsi minuman keras, terutama saat pertunjukan Wayang Santri berlangsung. Larangan ini diberlakukan dengan tujuan menjaga citra Wayang Santri di tengah masyarakat agar tetap positif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Sebagai sebuah seni pertunjukan yang berbasis dakwah, Wayang Santri memiliki tanggung jawab untuk menghadirkan suasana yang mencerminkan kesalehan dan kepatuhan terhadap ajaran agama.

Selain itu, larangan konsumsi minuman keras juga selaras dengan prinsip syariah yang menekankan pentingnya menjaga akhlak dan moralitas dalam setiap aspek kehidupan. Dalam konteks pertunjukan seni, menjaga kesucian acara dari pengaruh minuman keras menjadi

bagian dari upaya menanamkan nilai-nilai Islam kepada penonton. Dengan demikian, Wayang Santri tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga sarana edukasi yang memberikan contoh baik bagi masyarakat dalam menjalankan ajaran agama.

“untuk para kru saya sendiri mengaskan untuk tidak membawa ataupun meminum minuman keras, selama pertunjukan berlangsung. Yang sebenarnya juga selama menjadi kru wayang santri. Karena kita sebagai kru harus tetap menjaga nama baik serta marwah wayang santri yang dibesarkan oleh abah Enthus Susmono. Yang memang tujuan dari pementasan wayang ini adalah berdakwah. Masa sedang berdakwah kita malah melanggar prinsip keIslama.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).

3. Penerapan Etika Islam

Etika Islam merupakan prinsip yang sering diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya oleh umat Muslim dalam menjalin hubungan baik dengan sesama manusia maupun dengan Allah SWT. Penerapan etika Islam juga tercermin dalam pagelaran wayang santri, yang diwujudkan melalui penggunaan busana Muslimah serta hijab oleh para sinden dalam pertunjukan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam tidak hanya menjadi pedoman dalam kehidupan pribadi, tetapi juga diimplementasikan dalam aspek seni dan budaya, termasuk dalam kesenian wayang santri.



Gambar 3.5 Gambar Sinden menggunakan busana muslim

Di sisi lain, penerapan etika Islam dalam pementasan wayang santri Ki Haryo menjadi salah satu faktor pembeda dari pagelaran wayang pada umumnya. Dalam wayang pakem, busana yang dikenakan oleh para sinden umumnya terdiri dari kebaya sebagai atasan dan jarit sebagai bawahan, dengan ciri khas rambut yang disanggul rapi serta dilengkapi aksesoris di bagian kepala. Namun, dalam pagelaran wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono, para sinden mengenakan busana Muslimah, yaitu gamis longgar yang tidak memperlihatkan lekuk tubuh, serta hijab sebagai penutup kepala. Penerapan busana sesuai prinsip Islam ini tidak hanya menjadi ciri khas dalam pertunjukan wayang santri, tetapi juga mencerminkan implementasi nilai-nilai Islam dalam seni pertunjukan. Hal ini sekaligus menjadi daya tarik tersendiri dalam pementasan wayang santri sebagai bentuk dakwah melalui kesenian.

Dalam pertunjukan Wayang Santri, Ki Haryo Enthus Susmono mewajibkan seluruh kru untuk mengenakan pakaian yang sopan serta menutup aurat. Kebijakan ini tidak hanya mencerminkan nilai-nilai keIslaman yang diusung dalam pertunjukan, tetapi juga memiliki manfaat praktis, terutama karena pementasan Wayang Santri umumnya dilakukan pada malam hari. Penggunaan pakaian yang

lebih tertutup dapat membantu menjaga kondisi tubuh dari paparan angin malam, sebagaimana disampaikan oleh Selly selaku sinden dalam wawancara.

“Sinden itu biasanya identik dengan baju kebaya bawahan jarit kemudian dengan sanggulnya tetapi kalau di pertunjukan wayang santri ini berbeda kita para sinden menggunakannya gamis yang kemudian menggunakan hijab pula bukan hanya sinden yang menggunakan pakaian tertutup tetapi juga para kru penabuh gamelan dan lain sebagainya juga diwajibkan untuk menggunakan pakaian yang tertutup serta sopan apalagi biasanya pertunjukan wayang itu malam hari jadi penggunaan pakaian yang tertutup itu pastinya juga membuat kita merasa lebih nyaman dan terhindar dari angin malam pastinya.” (Wawancara Selly Kirani, 10 Februari 2025).

4. Promosi dan komunikasi Islam

Ki Haryo Enthus Susmono bukan hanya mempromosikan secara langsung dalam pagelaran wayang santri tetapi dia memiliki beberapa strategi dalam mempromosikan wayang santri. Adapun diantaranya yaitu :

a. Penggunaan Media Sosial

Ki Haryo Enthus Susmono secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi dalam mempromosikan pertunjukan Wayang Santri yang ia bawakan. Penggunaan media sosial menjadi bagian penting dalam upaya membangun Islamic branding yang relevan dengan perkembangan zaman. Di era digital seperti saat ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk menyampaikan nilai-nilai dakwah dan kebudayaan kepada masyarakat luas. Ki Haryo memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens dari berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang lebih akrab dengan platform digital.

Adapun media sosial yang digunakan oleh Ki Haryo meliputi YouTube, Instagram, dan TikTok. Setiap platform memiliki karakteristik audiens dan fungsi yang berbeda, sehingga

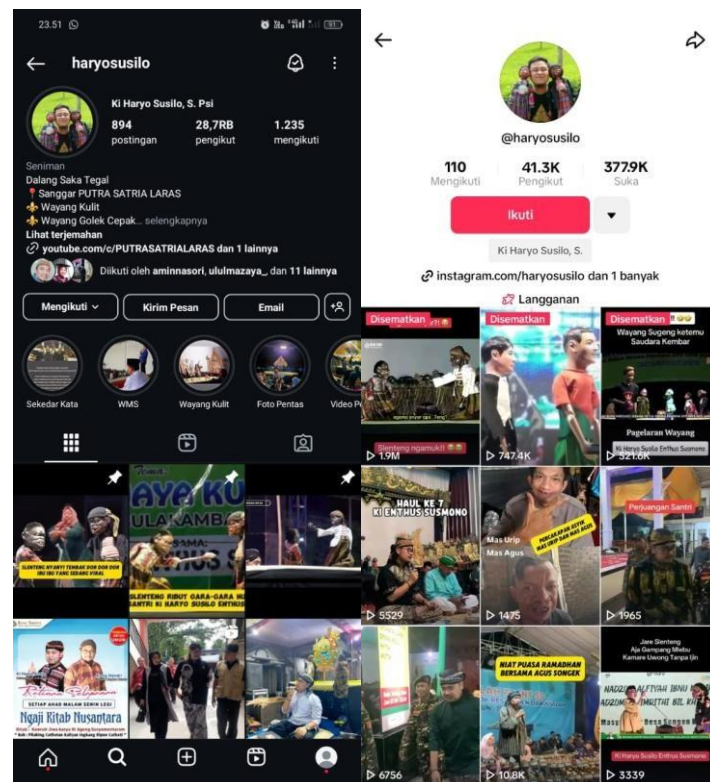
dimanfaatkan dengan strategi yang disesuaikan. Di Instagram, konten yang diunggah tidak hanya berupa potongan video dari pementasan Wayang Santri, tetapi juga dokumentasi kegiatan di Sanggar Putra Satria Laras, sebuah tempat yang sering dijadikan lokasi kunjungan edukatif oleh para siswa sekolah. Melalui konten tersebut, Ki Haryo tidak hanya mempromosikan pertunjukan seni, tetapi juga memperlihatkan proses edukasi dan pelestarian budaya yang dijalankan melalui sanggar.

Sementara itu, TikTok digunakan untuk membagikan cuplikan-cuplikan pendek dari pementasan yang berisi dialog-dialog menarik dan mengandung nilai-nilai dakwah. Ki Haryo menyadari bahwa konten dengan unsur humor dan pesan yang kuat lebih mudah masuk ke algoritma dan menjadi viral atau fyp (for your page). Dalam wawancara yang dilakukan pada 30 November 2024, Ki Haryo menyatakan, “Saya pribadi sekarang aktif di media sosial, saya aktif di Instagram dan juga TikTok. Dua media sosial ini saya pegang sendiri, tetapi untuk pembuatan kontennya dibuat oleh tim saya. Di situ biasanya saya mengunggah video pementasan, tetapi hanya yang memuat percakapan yang berbobot. Biasanya juga guyonan lupit slenteng. Itu lebih mudah FYP dibandingkan dengan video lainnya.” Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Ki Haryo tidak hanya sekadar menggunakan media sosial, tetapi juga memahami dinamika penggunaannya secara strategis.

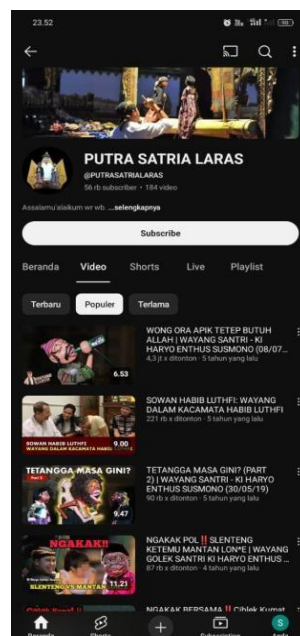
Di sisi lain, platform YouTube dimanfaatkan untuk mengunggah video pementasan dengan durasi panjang yang memungkinkan penonton menikmati pertunjukan secara utuh. Selain itu, Ki Haryo juga melakukan siaran langsung atau live streaming melalui YouTube, yang memberikan pengalaman menonton secara real-time serta membuka ruang interaksi antara dalang dan penonton. Melalui fitur ini, pertunjukan Wayang

Santri dapat diakses oleh audiens dari berbagai wilayah, bahkan hingga luar daerah, tanpa harus hadir secara langsung di lokasi pementasan. Hal ini memperluas jangkauan dakwah dan pengaruh budaya yang diusung oleh Ki Haryo.

Dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial secara aktif dan terencana, Ki Haryo Enthus Susmono mampu menjadikan Wayang Santri tidak hanya sebagai media dakwah konvensional, tetapi juga sebagai konten digital yang relevan dan menarik di tengah masyarakat modern. Strategi ini menunjukkan bahwa Islamic branding dapat dibangun melalui pendekatan yang kontekstual dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Media sosial menjadi jembatan antara tradisi dan modernitas, antara nilai-nilai Islam dan kebutuhan komunikasi masa kini, yang semuanya diselaraskan dalam setiap langkah dakwah yang dilakukan oleh Ki Haryo. Berikut ini akun media sosial milik Ki Haryo Enthus Susmono, yang memuat mengenai konten pementasan wayang santri.



Gambar 3.6 Akun Instagram Ki Haryo (kiri) dan Akun Tiktok Ki Haryo (kanan)



Gambar 3.7 Akun youtube sanggar satria laras (bawah)

b. Kolaborasi dengan komunitas

Ki Haryo Enthus Susmono juga menerapkan strategi promosi secara langsung melalui kolaborasi dengan berbagai komunitas di Kabupaten Tegal, baik yang berbasis keIslaman, kebudayaan, maupun pendidikan. Kolaborasi ini bertujuan untuk memperluas jangkauan dakwah serta memperkenalkan wayang sebagai media edukasi dan syiar Islam. Selain itu, Ki Haryo juga kerap diundang sebagai narasumber dalam berbagai forum, baik formal maupun nonformal, seperti seminar, diskusi budaya, serta kajian keIslaman, di mana ia menyampaikan materi terkait seni pertunjukan wayang dalam perspektif dakwah dan pendidikan. Adapun beberapa komunitas diantaranya yaitu :

1) Sedulur Ngaji Tresna Nusantara

Dalam komunitas ini Ki Haryo biasanya melakukan kegiatan rutinitas selapan ngaji kitab nusantara yang biasanya dilakukan dikediaman Ki Haryo dan rutinan ini dibuka untuk umum salah satu kitab yang menjadi bahan ajarnya yaitu kitab kawruh jiwa karya Ki Ageng Suryomentaram. Selapan ini biasanya diadakan setiap malam senin legi dan berdurasi 3 jam. Tanpa menghilangkan unsur pewayangan Ki Haryo menggunakan background beberapa wayang yang ditampilkan.

“rutinan selapan ini biasanya kami mengaji bersama kita nusantara yang biasanya saya tetap mengundang bintang tamu yang mengisi rutinan ini. Dan rutinan ini juga dibuka untuk umum. Jadi siapa saja yang ingin ikut tinggal dating saja ke rumah. Dari ngaji ini juga saya mendapatkan refrensi-refrensi pewayangan baik lakon ataupun inovasi lainnya.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).



Gambar 3.8 dokumentasi Ngaji Tresna Nusantara

2) Dewan Kebudayaan Kabupaten Tegal

Dalam komunitas ini, Ki Haryo, bersama dengan anggota Dewan Kebudayaan lainnya, menjalankan berbagai program kerja yang telah dirancang secara sistematis. Program-program tersebut umumnya mencakup kegiatan diskusi kebudayaan yang bertujuan untuk membahas, mengeksplorasi, serta mendalami berbagai aspek kebudayaan yang berkembang di masyarakat. Selain itu, komunitas ini juga aktif dalam melakukan kajian serta pendokumentasian budaya di berbagai kecamatan yang tersebar di wilayah Kabupaten Tegal. Upaya ini bertujuan untuk menggali, melestarikan, serta mengembangkan nilai-nilai budaya lokal agar tetap relevan dan dapat diwariskan kepada generasi mendatang.

“kalo di komunitas saya juga tergabung di Dewan Kebudayaan Kabupaten Tegal. Yang biasanya disini

melakukan eksplorasi kebudayaan yang ada di beberapa Kecamatan yang ada di Kabupaten Tegal. Kadang pula kami melakukan study banding ataupun mengkaji, mengeksplor kebudayaan di Kabupaten lainnya.”(Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).

3) Wayang Masuk Sekolah

Melalui kegiatan ini, Ki Haryo sering bekerja sama dengan berbagai sekolah yang ingin menyelenggarakan talkshow seputar kebudayaan atau mengadakan pementasan wayang. Kerja sama ini menjadi salah satu upaya untuk mengenalkan dan melestarikan kesenian wayang, khususnya dalam konteks dakwah Islam. Tidak hanya Ki Haryo yang aktif berkunjung ke sekolah-sekolah untuk berbagi wawasan dan pengalaman mengenai dunia pewayangan, tetapi para siswa juga memiliki kesempatan untuk datang langsung ke Sanggar Putra Satri Laras. Di sana, mereka dapat melihat secara langsung berbagai jenis wayang yang digunakan dalam pertunjukan, memahami teknik pembuatan dan pengolahan wayang, serta mengenal berbagai peralatan pendukung lainnya.

“Datang ke sanggar ini jadi pengalaman belajar yang seru dan berkesan buat para siswa. Mereka nggak cuma nonton pertunjukan wayang aja, tapi juga bisa merasakan langsung suasana di balik layar, melihat bagaimana proses persiapannya, dan mengenal lebih dalam tentang dunia pewayangan. Harapannya, dari pengalaman ini mereka jadi makin menghargai budaya lokal dan paham bahwa wayang santri bukan sekadar hiburan, tapi juga sarana untuk menyampaikan nilai-nilai kehidupan dan dakwah.”(Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).



Gambar 3.9 Dokumentasi Kunjungan anak Sekolah ke Sanggar Putra Satri Laras.

c. Bahasa dan komunikasi Islam.

Dalam proses promosi Ki Haryo menggunakan komunikasi yang baik, beliau menggunakan prinsip kejujuran tanpa melebih-lebihkan. Dengan memkasimalkan penggunaan media sosial sera proses pertunjukan tersebut juga menjadi ajang promosi. Yang pasti didalamnya membuat komunikasi yang baik.

“Dalam proses komunikasi promosi pastinya saya juga tidak melenih-lebihkan, yang mungkin orang-orang juga bisa melihat sendiri bagaimana pementasan wayang santri ini. Jadi ya pasti menggunakan komunikasi yang baik. Mungkin kalo ditinjau dari komunikasi yang kurang baik itu penggunaan bahasanya yang masih kurang baik.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).

Sedngakan Bahasa yang digunakan dalam proses pementasan yang sebagai mana juga digunakan sebagai promois yaitu Bahasa jawa “ngapak” dimana ini merupakan salah satu ciri khas dari pagelaran wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono yang

memang berasal dari Tegal. Terlebih di daerah Kabupaten Tegal sendiri memiliki budaya yang bernama egaliter. Budaya ini menceritakan perilaku masyarakat Tegal dimana dalam bersosial Ketika masyarakat sudah merasa dekat dengan orang lain Bahasa yang digunakan akan lebih kurang baik ataupun kurang sopan.

“Tegal dan sekitarnya punya budaya namanya Egaliter atau sama rasa sama rata, orang Tegal dan sekitarnya semakin akrab ngomong kasar semakin romantis itu kasarnya tafsiran dari Egaliter tersebut. Makanya disini lupit dan slenteng sering kali menggunakan Bahasa yang kurang sopan sebagai cerminan para masyarakat Tegal yang memang sering kali seperti itu, semakin akrab semakin kasar tapi itu dianggap sebagai lelucon atau sapaan akrab bukan lainnya lah.” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).

BAB IV

**ANALISIS IMPLEMENTASI ISLAMIC BRANDING DALAM
PERTUNJUKAN WAYANG SANTRI KI HARYO ENTHUS SUSMONO
SEBAGAI MEDIA DAKWAH**

Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono merupakan salah satu bentuk wayang golek yang diciptakan oleh Ki Enthus Susmono dan dikembangkan sebagai media dakwah Islam. Pengelolaan Wayang Santri ini dilakukan melalui sebuah manajemen seni pertunjukan yang diberi nama Sanggar Putra Satria Laras, yang berlokasi di Desa Benge, Kecamatan Talang, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah. Pementasan Wayang Santri pertama kali diperkenalkan oleh Ki Enthus Susmono, yang memulai inovasi ini setelah adanya seorang mubaligh di Kabupaten Tegal yang tertarik untuk mempelajari wayang sebagai sarana dakwah. Seiring perkembangan waktu, Ki Enthus Susmono mengembangkan Wayang Santri dengan mengadaptasi wayang golek yang diberi simbol-simbol Islam serta menyusun lakon-lakon yang berbasis nilai-nilai keIslaman. Inovasi ini menjadikan Wayang Santri sebagai bentuk pertunjukan yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memiliki fungsi edukatif dalam menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat.

Wayang santri sangat sesuai dengan *culture* masyarakat Kabupaten Tegal yang kuat akan budaya Islamnya, sehingga wayang santri ini lebih mudah diterima oleh masyarakat. Sampai sekarang ini masih menjadi bagian pertunjukan yang dinanti oleh para masyarakat. Dengan ciri khasnya menggunakan Bahasa ngapak serta guyonan egaliter.

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dari hasil wawancara, serta data observasi dengan informan yang terkait dengan penelitian ini. Penelitian bertujuan untuk menganalisis, bagaimana implementasi indicator *Islamic Branding* pada pertunjukan wayang santri yang dilakukan oleh Ki Haryo Enthus Susmono sebagai media dakwah, dengan menggunakan teori *Islamic Branding* menurut Wilson *Islamic Branding* adalah sebuah branding Islami yang mengacu kepada prinsip-prinsip Islam dalam memahami nilai

keIslaman, identitas serta budaya, mengkomunikasikan dan mempertahankan citra produk dengan entitas Islam. dan menerapkan indikator *Islamic Branding* menurut Wilson yang memiliki empat point. Kepatuhan terhadap nilai Syariah, nilai-nilai etis dan moral, identitas dan budaya Islam, komunikasi promosi Islam.

Fokus perhatian pada nilai *Islamic Branding* yang hadir kemudian dianalisis kembali, yang kemudian dijadikan sebagai media dakwah analisis ini menggunakan teori menurut Abdullah mengenai media dakwah. Media dakwah merupakan peralatan ataupun sarana yang ada dalam proses komunikasi, baik berupa sarana komunikasi modern maupun tradisional serta sarana peraga lain yang dapat mempermudah dalam proses kelancaran serta media dakwah mencakup semua alat atau sarana yang berfungsi untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah (Suriyanti & Samsinar, 2021).

A. Identitas dan Budaya Islam

Islamic Branding adalah konsep rebranding yang menonjolkan nilai-nilai Islam, yang biasanya diidentifikasi melalui penggunaan simbol-simbol Islam seperti kaligrafi, gambar masjid, syair-syair Islam dan elemen lainnya yang merefleksikan identitas keIslaman (Budiman, 2017).

Setiap pertunjukan wayang mengandung berbagai unsur yang saling melengkapi, termasuk dalam pertunjukan wayang santri yang didominasi oleh penggunaan simbol-simbol Islami, seperti gambar, syair, maupun narasi cerita yang sarat dengan nilai-nilai keIslaman. Data yang diperoleh oleh peneliti terkait penerapan *Islamic Branding* dalam pertunjukan wayang santri mencakup identitas dan budaya Islam yang direpresentasikan dalam berbagai aspek pertunjukan, sebagaimana dijelaskan berikut.

a. Penggunaan Nama “Santri”

Penggunaan istilah santri sangatlah familiar untuk masyarakat Islam di Indonesia. Dimana kata santri berasal dari kata “shastri” dalam Bahasa

sansekerta yang artinya melek huruf. C.C.Berg mengartikan shastri dengan makna orang yang tahu buku-buku suci Agama Hindu (Mustopo, 2001). Pendapat lain mengartikan santri yaitu seseorang yang berusaha mendalami agama melalui kitab-kitab bertulisan Arab asli maupun arab pegon serta mengikuti guru atau kyai (Ahmad Ghufroon, 2019).

Menurut ulama dari Pandeglang Banten, K.H. Abdullah Dimiyath asal usul istilah santri bisa ditelaah dengan Bahasa arab dimana “santri” terdiri dari empat huruf arab, yakni *sin*, *nun*, *ta’* dan *ro*. *Sin* sendiri merujuk pada “*satrul al ‘awroh*” yang artinya menutup aurat, huruf *nun* berasal dari istilah “*na’ibul ulama*” berarti wakil dari ulama, huruf *ta’* dari “*tarkul al ma’asih*” yang berarti meninggalkan kemasiatan, dan huruf terakhir *ro’* dari “*ra’isul ummah*” alias pemimpin umat, (Raditya Iswara, 2022).

Penggunaan nama “santri” sendiri dalam pertunjukan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono telah mencerminkan identitas Islami yang kuat. Dalam teori *Islamic Branding* dapat dianalisa sebagai strategi yang menekankan identitas, nilai dan prinsip Islam dalam membangun citra merk. Kata santri tidak hanya mempresentasikan komunitas muslim yang taat, tetapi juga menjadi simbol nilai-nilai Islam yang dijunjung tinggi dalam pertunjukan tersebut. Menurut Wilson *Islamic Branding* adalah strategi pemasaran yang mengacu pada, nilai, budaya dan prinsip Islam (J. A. J. Wilson & Liu, 2010). Dengan menggunakan merk santri menunjukan bahwa pertunjukan wayang santri ini berbasis nilai-nilai Islam yang pastinya berbeda dengan pertunjukan wayang konvensional. Selain itu, dalam teori branding Islam, kredibilitas dan kepercayaan sangat penting (Hussain et al., 2016) branding Islami yang berbasis nilai- nilai agama dapat meningkatkan kepercayaan audiens terhadap sebuah produk. “santri” dalam branding ini memberikan sinyal kuat bahwa pertunjukan wayang Ki Haryo memiliki dasar nilai Islam, yang membuat lebih relevan bagi masyarakat muslim yang mencari hiburan berbasis Syariah. Sebagai media dakwah, penggunaan *Islamic Branding* dengan elemen “santri” membantu menarik perhatian khalayak luas, baik dari kalangan santri maupun masyarakat

umum. Dalam hal ini wayang santri tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan ajaran Islam melalui pendekatan budaya yang lebih mudah diterima di masyarakat.

Dengan demikian, dalam perspektif *Islamic Branding* sebagai media dakwah, nama "Santri" berfungsi sebagai identitas yang mengokohkan nilai-nilai Islam, meningkatkan kredibilitas pertunjukan, serta memperkuat daya tarik bagi audiens Muslim. Branding ini bukan hanya strategi pemasaran, tetapi juga sarana untuk menyampaikan pesan keIslaman dengan cara yang lebih modern, kreatif, dan relevan dengan budaya lokal.

b. Gunungan Berbentuk Masjid

Proses pementasan wayang umumnya diawali dengan prosesi bedol kayon, yaitu penancapan gunungan pada gedebog pisang. Hal ini juga berlaku pada pertunjukan wayang santri, yang diawali dengan kemunculan gunungan. Namun, gunungan yang digunakan dalam wayang santri memiliki bentuk yang berbeda dibandingkan dengan gunungan yang biasa digunakan oleh dalang pada umumnya.

Penggunaan gunungan berbentuk masjid dalam pagelaran Wayang Santri dapat dipandang sebagai strategi simbolik yang memperkuat identitas keIslaman dalam pertunjukan. *Islamic Branding* sendiri menekankan bagaimana elemen-elemen Islam diintegrasikan dalam suatu produk, layanan, atau aktivitas untuk membangun citra Islami yang kuat. Gunungan dalam wayang memiliki makna filosofis sebagai simbol kehidupan, alam semesta, dan kekuatan spiritual. Dalam Wayang Santri, penggambaran gunungan berbentuk masjid memberikan identitas keIslaman yang lebih kuat, menegaskan bahwa pertunjukan ini memiliki nilai-nilai Islam yang khas. Dalam *Islamic Branding*, simbol-simbol yang menggambarkan Islam sangat penting untuk membangun kesan yang jelas di benak audiens.

Selain sebagai bagian dari *Islamic Branding*, gunungan berbentuk masjid berperan sebagai media dakwah, media dakwah adalah segala bentuk sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Dalam konteks

ini gununganberbentuk masjid menjadi alat dakwah yang menyampaikan pesan Islam melalui pendekatan budaya. Simbol masjid memiliki makna mendalam sebagai pusat ibadah dan pembelajaran Islam. Sehingga kehadirannya dalam pertunjukan wayang membantu membentuk persepsi bahwa kesenian ini bukan sekedar hiburan, tetapi juga memiliki nilai spiritual.

Penggunaan gunungan berbentuk masjid merupakan strategi yang memperkuat identitas Islam dalam seni pertunjukan (Alserhan, 2010b). Simbol ini juga berfungsi sebagai alat penyampaian ajaran Islam yang lebih inovatif. Dengan kombinasi keIslaman serta budaya dalam wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono ini menjadikan wayang sbukan hanya seni pertunjukan yang berbasis tradisi, tetapi juga sebagai sarana dakwah.

c. Alat Musik

Setiap pertunjukan wayang pastinya memiliki pertunjukan music pula yang ditunjukan. Dalam pementasan wayang pada umumnya pasti menggunakan gamelan (Ronaldo et al., 2023) . Begitupun dalam pementasan wayang santri yang menggunakan alat musik gamelan. Gamelan sendiri merupakan alat musik yang pasti digunakan dalam setiap pertunjukan pagelaran wayang titik penggunaan gamelan biasanya untuk mengiringi lagu-lagu yang dinyanyikan oleh sinden gamelan sendiri pada masa Walisongo memiliki banyak makna akan nilai-nilai ajaran agama Islam.

Dalam konsep *Islamic Branding*, setiap elemen yang terdapat dalam suatu produk atau pertunjukan harus selaras dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk aspek musik pengiring yang digunakan dalam Wayang Santri. Gamelan dalam Wayang Santri disusun dengan aransemen yang tidak berlebihan, dengan tambahan alat musik berupa rebana yang berciri khas sebagai alat musik Islami. Mengutamakan kelembutan nada, serta menghindari unsur-unsur yang dapat mengarah pada perilaku yang bertentangan dengan ajaran Islam.

Implementasi *Islamic Branding* dalam gamelan dapat diwujudkan melalui pengiringan lantunan syair-syair Islami, seperti selawat, pujian kepada Allah, serta hikmah yang bersumber dari ajaran Islam. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *Islamic Branding* yang menekankan pentingnya identitas Islami dalam suatu pertunjukan guna memperkuat persepsi audiens terhadap nilai-nilai keIslaman yang diusung. Dengan demikian, gamelan tidak hanya berfungsi sebagai instrumen musik tradisional, tetapi juga dapat dijadikan sebagai musik pengiring selawat.

d. Pembacaan selawat

Pembacaan selawat pembuka, pertengahan, atau penutup menjadi elemen yang memperkuat identitas keIslaman dalam pertunjukan Wayang Santri Ki Haryo bersifat paten dan template. Penggunaan selawat sebagai pembuka atau pengantar sebelum cerita dimulai berperan dalam menciptakan suasana religius, yang selanjutnya membentuk karakteristik tersendiri bagi pertunjukan Wayang Santri. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk penghormatan terhadap nilai-nilai Islam, tetapi juga menjadi bagian dari upaya branding yang membedakan Wayang Santri dari pertunjukan wayang konvensional. Dengan demikian, pertunjukan ini tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga sebagai sarana dakwah yang memuat seni dan spiritualitas.

Pembacaan selawat ini bukan sekedar branding Islami yang terdapat dalam pertunjukan wayang santri tetapi juga sebagai salah satu bentuk kepatuhan Syariah, yang merupakan bentuk dari *Islamic Branding* itu sendiri. Mengingat Allah SWT telah berfirman dalam Al-Qur'an mengenai anjuran membaca selawat yang terdapat pada surah Al-Ahzab ayat 56, berikut ayatnya

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا

Artinya

Sesungguhnya Allah dan para malaikat-Nya berselawat untuk Nabi. Wahai orang-orang yang beriman, berselawatlah kamu untuk Nabi dan ucapkanlah salam dengan penuh penghormatan kepadanya.

Selain itu, penggunaan selawat ini menjadikan audiens partisipasi aktif penonton dalam pembacaan selawat, Interaksi ini menciptakan pengalaman religius yang lebih mendalam, di mana penonton tidak hanya menjadi pengamat, tetapi juga turut serta dalam perwujudan spiritual dalam pementasan. Untuk memperkaya suasana religius, pembacaan shalawat dapat dikombinasikan dengan iringan musik gamelan Islami atau rebana, yang menambah dimensi estetika sekaligus mempertegas identitas Islam dalam pertunjukan.

Pengemasan selawat dalam Wayang Santri dapat disesuaikan dengan nilai-nilai lokal, seperti menggunakan bahasa Jawa atau tembang-tembang Islami yang lebih akrab dengan masyarakat setempat. Pendekatan ini memungkinkan pertunjukan untuk lebih diterima oleh berbagai kalangan, sekaligus mempertahankan akar budaya yang telah mengakar di masyarakat. Dengan demikian, Wayang Santri Ki Haryo tidak hanya berperan dalam pelestarian seni tradisional, tetapi juga menjadi media dakwah yang relevan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam melalui pendekatan budaya yang kontekstual.

e. Lakon dalam Pementasan Wayang Santri

Bentuk implementasi *Islamic Branding* dalam lakon Wayang Santri adalah dengan menghadirkan tokoh-tokoh pewayangan yang mengalami Islamisasi. Misalnya, tokoh Pandawa dalam kisah Mahabharata dapat dimaknai sebagai representasi sifat-sifat mulia yang selaras dengan ajaran Islam, seperti kejujuran, kesabaran, dan keadilan. Selain itu, beberapa lakon juga mengangkat kisah para walisongo atau tokoh Islam, seperti Sunan Kalijaga, yang dikisahkan berdakwah melalui seni pertunjukan wayang. Dan juga biasanya lakon yang memang dibuat sendiri oleh Ki Haryo Enthous Susmono yang terinspirasi dari hasil mengajinya dengan para kyai. Dengan demikian, lakon yang ditampilkan tidak hanya mengandung unsur hiburan, tetapi juga menyampaikan pesan-pesan keIslaman yang dapat menginspirasi penonton.

Selain adaptasi karakter dan cerita, juga diterapkan melalui pengemasan

dialog dan narasi dalam pertunjukan. Bahasa yang digunakan dalam lakon Wayang Santri sering kali dipadukan dengan istilah-istilah Islami, doa, atau petuah yang bersumber dari ajaran Islam. Bahkan, dalam beberapa pementasan, lakon dikembangkan dengan memasukkan peristiwa-peristiwa penting dalam sejarah Islam, seperti kisah kepahlawanan para sahabat Nabi atau peristiwa lainnya. Dengan strategi ini, Wayang Santri Ki Haryo tidak hanya berfungsi sebagai media pelestarian budaya, tetapi juga menjadi wahana penyebaran nilai-nilai Islam secara kreatif dan kontekstual bagi masyarakat.

B. Kepatuhan Nilai Syariah

Islamic Branding bukan hanya tentang simbol Islam yang hadir dalam sebuah produk. Tetapi juga menerapkan nilai-nilai Syariah dalam produk tersebut. Sehingga, branding Islami yang hadir lebih kuat serta sesuai dengan ajaran agama Islam yang berlandaskan Al-Qur'an maupun hadits.(Adawiya, 2021). Adapun dalam pertunjukan wayang santri Ki Haryo Enthus Susmono memiliki 2 bagian dari bentuk terhadap kepatuhan nilai Syariah, diantaranya :

a. Membaca Al-qur'an

Dalam konteks kepatuhan syariah, membaca Al-Qur'an mencerminkan komitmen seseorang terhadap ajaran Islam dan menjadi tolok ukur dalam menilai sejauh mana seseorang menjalankan perintah agama. Al-Qur'an sendiri merupakan sumber utama hukum Islam yang menjadi dasar dalam pembentukan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, seseorang yang rutin membaca dan mengamalkan isi Al-Qur'an dapat dikatakan lebih patuh terhadap syariah karena ia berusaha memahami serta menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dalam skala yang lebih luas, praktik membaca Al-Qur'an juga dapat diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang bisnis, seni, dan budaya, sebagaimana yang terjadi dalam pertunjukan Wayang Santri. Hal ini menunjukkan bahwa membaca Al-Qur'an bukan hanya ibadah individu, tetapi juga memiliki dampak sosial yang luas dalam memperkuat penerapan nilai-nilai syariah dalam masyarakat.

Dalam pagelaran Wayang Santri, pembacaan ayat suci Al-Qur'an oleh sinden menjadi elemen yang sangat khas dan membedakannya dari pagelaran wayang konvensional. Pembacaan ayat suci ini tidak sekadar menjadi bagian dari estetika pertunjukan, tetapi memiliki fungsi yang lebih mendalam, yaitu memperkuat pesan dakwah yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Dengan adanya lantunan ayat-ayat Al- Qur'an, pertunjukan Wayang Santri tidak hanya menjadi hiburan semata, tetapi juga menjadi sarana penyampaian nilai-nilai Islam secara lebih mendalam dan menyentuh hati para penonton. Kehadiran pembacaan Al- Qur'an ini menciptakan suasana yang lebih religius dan sakral dalam pertunjukan, sehingga menjadikan Wayang Santri sebagai media dakwah yang lebih efektif dalam membangun kesadaran keIslaman di tengah masyarakat.

Selain itu, pembacaan Al-Qur'an dalam Wayang Santri juga menjadi identitas yang kuat dan mencerminkan penerapan nilai-nilai syariah dalam setiap aspek pertunjukan. Ki Haryo Enthus Susmono sebagai dalang yang dikenal dengan inovasinya dalam seni wayang, mengintegrasikan elemen-elemen keIslaman, termasuk pembacaan ayat suci, sebagai bagian dari konsep Islamic Branding dalam seni pertunjukan. Dengan demikian, Wayang Santri tidak hanya menjadi hiburan yang berakar pada budaya lokal, tetapi juga menjadi bentuk seni yang memiliki dimensi spiritual dan edukatif yang tinggi. Penerapan nilai syariah dalam pagelaran ini menjadi bukti bahwa seni dan dakwah dapat berjalan beriringan, menciptakan pertunjukan yang tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan pencerahan bagi masyarakat luas.

b. Melarang Adanya Minuman Keras

Larangan adanya minuman keras dalam pagelaran Wayang Santri merupakan salah satu bentuk implementasi Islamic Branding yang mencerminkan kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah. Dalam Islam, minuman keras (khamr) secara tegas diharamkan sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Ma'idah ayat 90, yang menyatakan bahwa khamr termasuk perbuatan keji yang harus di jauhi oleh orang-orang beriman. Oleh

karena itu, dengan tidak adanya minuman keras dalam pagelaran Wayang Santri, pertunjukan ini menunjukkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam dan memberikan contoh bagaimana seni dan hiburan dapat dikemas dalam format yang sesuai dengan ajaran agama. Adapun Q.S Al Ma'idah ayat 90 sebagai berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنصَابُ وَالْأَزْلُمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah adalah perbuatan keji (dan) termasuk perbuatan setan. Maka, jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung.

Dalam perspektif *Islamic Branding*, larangan terhadap minuman keras memperkuat citra wayang santri sebagai pertunjukan yang berlandaskan ajaran Islam. Hal ini sesuai dengan indikator kepatuhan Syariah, dimana sebuah merk atau produk mengikuti aturan Syariah agar dapat diterima oleh konsumen muslim (Alserhan, 2010a). Menurut Ki Haryo sendiri larangan meminum minuman keras pada kru pementasan selain menjaga citra wayang santri dan juga sebagai pengingat bahwasanya wayang santri bukan hanya pememntasan wayang biasa. Tetapi pementasan wayang yang didalamnya penuh akan nilai-nilai keIslaman. Yang bisa diartikan semua kru juga membantu dalam proses penyampaian pesan dakwah. Hal ini diungkap Ki Haryo dalam wawancara.

“Pementasan ini bukan sekadar pertunjukan wayang biasa. Dalam setiap prosesnya, ada banyak unsur keIslaman yang diterapkan. Wayang Santri ini kan memang dibuat sebagai media dakwah. Nggak mungkin dong, orang yang sedang berdakwah justru melanggar prinsip-prinsip Islam. Makanya, saya dengan tegas melarang adanya minuman keras dalam pementasan, apalagi di kalangan kru. Itu sudah jadi aturan yang nggak bisa ditawar” (Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono, 30 November 2024).

C. Penerapam Etika Islam

Dalam pandangan *Islamic Branding*, mengenai nilai etika serta moral yaitu berkaitan dengan perilaku para karyawan maupun komunikasi yang terjalin antara atasan dengan karyawan. Baik berupa perilaku maupun penggunaan pakaian yang sudah seharusnya sesuai dengan yang dianjurkan oleh agama Islam.

Serta hubungan yang terjalin antar karyawan, (Chalil, 2020).

Pementasan Wayang Santri secara konsisten menerapkan etika Islam dalam setiap aspek, termasuk dalam penggunaan busana oleh seluruh kru yang terlibat. Setiap anggota kru diwajibkan untuk mengenakan pakaian yang menutup aurat serta sesuai dengan prinsip kesopanan dalam Islam. Hal ini tidak hanya sekadar aturan berpakaian, tetapi juga menjadi bagian dari komitmen untuk menjaga nilai-nilai syariah dalam seluruh rangkaian pertunjukan.

Salah satu aspek yang paling menonjol dalam penerapan etika berbusana ini terlihat pada penampilan sinden dalam Wayang Santri Ki Haryo Enthuss Susmono. Berbeda dengan sinden pada pagelaran wayang lainnya yang sering kali mengenakan kebaya dengan tatanan rambut terbuka, sinden dalam Wayang Santri mengenakan busana yang lebih syar'i, seperti jilbab dan gamis, yang sesuai dengan prinsip berpakaian dalam Islam. Penggunaan pakaian ini bukan hanya sekadar simbol, tetapi juga memperkuat identitas Wayang Santri sebagai pertunjukan yang berlandaskan nilai-nilai keIslaman. Penggunaan busana yang menutup aurat ini juga dijelaskan dalam Q.S Al Ahzab ayat 59 Sebagai berikut

﴿يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّلزَّوْجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِن جَلْبَابِهِمْ ذَٰلِكَ أَدْنَىٰ أَلَّا يُعْرِضْنَ وَلَٰكِنْ يُؤَذِّنْ لَّكَ وَعَلَىٰ هَٰذَا عَفْوَ رَا رَجِيْ مَا

Artinya: wahai nabi Muhammad, katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu Allah maha pengampun lagi maha penyayang.

Penggunaan busana sopan seperti jilbab dan gamis oleh sinden dalam pagelaran Wayang Santri merupakan implementasi nyata dari Islamic Branding yang mencerminkan kepatuhan terhadap etika Islam. Dalam konteks Islamic Branding, penerapan nilai-nilai syariah tidak hanya terbatas pada produk atau layanan, tetapi juga mencakup aspek-aspek pendukungnya, termasuk penampilan para pelaku seni. Dengan mengenakan jilbab dan gamis, sinden tidak hanya menunjukkan identitas keIslaman, tetapi juga mematuhi prinsip-prinsip etika Islam yang menekankan kesopanan dan kehormatan dalam berpakaian (Isnaini, 2022). Selain itu, penerapan busana Islami oleh sinden juga berfungsi

sebagai strategi branding yang efektif. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas audiens Muslim, karena mereka melihat konsistensi antara nilai-nilai yang diusung dalam pertunjukan dengan penampilan para pelakunya. Dengan demikian, penggunaan jilbab dan gamis oleh sinden tidak hanya memenuhi standar etika Islam, tetapi juga memperkuat citra Wayang Santri sebagai pertunjukan yang berkomitmen terhadap nilai-nilai syariah, sehingga meningkatkan daya tarik dan kredibilitasnya di mata masyarakat.

D. Promosi dan Komunikasi Islam

Dalam indikator terakhir pengimplementasian Islamic Branding, yaitu terkait promosi dan komunikasi yang bersifat Islami, pagelaran Wayang Santri Ki Haryo menerapkan berbagai pendekatan serta strategi promosi yang selaras dengan nilai-nilai keIslaman. Pendekatan ini mengacu pada manajemen merek yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dalam seluruh aspek pemasaran, termasuk komunikasi dan promosi, dengan tujuan menarik konsumen Muslim serta menonjolkan nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, akuntabilitas, dan kepatuhan terhadap syariah.

Promosi sendiri merupakan salah satu bentuk dari pengenalan produk kepada khalayak umum dari perspektif Islam sendiri promosi haruslah sesuai dengan ajaran-ajaran agama. berbeda dengan promosi yang dilakukan pada saat ini konsepnya tidak terlepas dari nilai-nilai moralitas dan sesuai dengan etika serta estetika keIslaman (Caniago, 2023). Dengan prinsip promosi Islam diantaranya yaitu nilai kejujuran, tidak mudah mengobral sumpah dalam berpromosi, menghindari berpromosi dengan mudah mengobral janji dan tidak merendahkan produk saingannya. Ki Haryo menggunakan beberapa promosi diantaranya :

a. Penggunaan Media sosial

Ki Haryo Enthus Susmono melakukan promosi melalui media sosial, penggunaan media sosial ini dinilai luas jangkauannya. Hal ini juga terbukti dengan berkembangnya teknologi sekarang ini. Masyarakat lebih mudah mengakses informasi melalui media sosial (Saputra Akasse & Ramansyah, 2023). Ada 3 media yang digunakan oleh Ki Haryo untuk mempromosikan Wayang Santri diantaranya yaitu :

1) Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, dan juga menerapkan filter digital dan membbagikannya ke berbagai layanan jejaring social lainnya (Yulianti, 2019). Instagram juga salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai promosi produk dan jasa.

Demikian pula yang dilakukan oleh Ki Haryo dalam mempromosikan Wayang Santri melalui media Instagram dengan akun @haryosusilo. Akun tersebut memiliki 894 unggahan, 28,7 ribu pengikut, dan mengikuti 1.235 akun lainnya. Dengan jumlah pengikut yang cukup besar, setiap konten yang diunggah berpotensi menjangkau lebih banyak penonton. Hal ini memudahkan dalam memperkenalkan Wayang Santri kepada masyarakat digital. Akun Instagram tersebut berisi berbagai konten terkait pementasan Wayang Santri serta aktivitas Ki Haryo di bidang kebudayaan. Dalam media Instagram Ki Haryo sering membagikan video pementasan yang berdurasi 30-60 detik, bukan hanya pementasan tetapi juga kegiatan lain yang berkaitan dengan budaya.

2) Tik Tok

Tiktok merupakan platform media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membuat dan menonton video pendek (Saffira & Rahmawan, 2022). Sekarang ini tiktok juga sering kali dijadikan sebagai media promosi.

Begitupula yang dilakukan oleh Ki Haryo yang menggunakan tiktok sebagai media promosi pagelaran wayang santri. Meskipun tidak kesuluruhan dengan maksud promosi. Konten yang di upload juga tidak jauh beda dengan konten yang Ki Haryo upload di instragram. Adapun akun Ki Haryi dengan username @haryosusilo yang memiliki 41,3 ribu pengikut dan juga 110 mengikuti. Ki Haryo juga sering kali membalas komenan para netizen.

3) You Tube

Youtube merupakan media sosial yang menjalankan beberapa fiturnya, dalam aplikasi tersebut pengguna dapat memposting video yang dapat dinikmati orang banyak (Ananta Kusuma Putra, 2019). Pengguna youtube juga seringkali dijadikan sebagai media promosi, dengan berbagai macam ide kreatif.

Ki Haryo juga menggunakan youtube sebagai media promosi dengan nama channel Putra Satria Laras yang memiliki 56 ribu subscriber dan 184 video. Ki Haryo seringkali mengupload pementasan wayang santri secara full di youtube, serta menggunakan youtube untuk live streaming.

b. Kolaborasi dengan Komunitas

Dalam mempromosikan wayang santri Ki Haryo juga aktif mengikuti kegiatan yang berbau kebudayaan. Adapun bentuk kolaborasi diantaranya yaitu :

1) Sedulur Ngaji Tresna Nusantara

Kegiatan yang dilakukan dalam komunitas ini berupa ngaji bersama dengan mengkaji kitab Nusantara, yang kemudian hasil dari ngaji tersebut masuk dalam referensi pembuatan lakon pementasan wayang santri. Kegiatan ini dilakukan di Sanggar Putra Satria Laras atau di kediaman Ki Haryo Enthus Susmono dan dibuka untuk umum.

2) Dewan kebudayaan Kabupaten Tegal

Ki Haryo menjadi ketua dari Dewan Kebudayaan Kabupaten Tegal. Yang didalamnya banyak kegiatan yang berbau kebudayaan, dengan adanya relasi yang terjalin didalamnya membuat lebih luas pula orang-orang mengenal Ki Haryo sebagai seorang dalang wayang santri.

3) Wayang Masuk Sekolah

Selain aktif dalam komunitas lain Ki Haryo juga seringkali menjadi pemateri dalam acara talkshow baik di sekolah maupun di universitas. Yang biasanya Ki Haryo akan membawakan wayang sebagai pengenalan budaya kepada para anak sekolah. Selain itu, Ki Haryo juga menyediakan tour sanggar putra satri laras untuk anak-anak sekolah. Jadi lebih mudah untuk menunjukkan wayang apa saja yang terdapat di sanggar putra satri

laras.

c. Bahasa dan Komunikasi Islam

Bahasa dan komunikasi Islam memiliki peranan penting dalam membentuk dan memperkuat Islamic Branding, terutama dalam konteks promosi produk atau jasa yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Komunikasi yang dibangun dalam kerangka Islam tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai refleksi dari karakter dan identitas Islam itu sendiri. Oleh karena itu, komunikasi Islam idealnya menerapkan prinsip-prinsip utama seperti shidiq (jujur), tabligh (menyampaikan dengan baik), amanah (dapat dipercaya), dan fathanah (cerdas dan bijaksana). Keempat prinsip tersebut menjadi landasan moral dalam setiap bentuk komunikasi, termasuk dalam kegiatan dakwah dan promosi.

Dalam konteks pagelaran Wayang Santri, Ki Haryo Enthus Susmono mengadopsi pendekatan komunikasi yang khas, yakni melalui penggunaan bahasa daerah, khususnya bahasa “ngapak.” Penggunaan bahasa ngapak memiliki tujuan strategis dan komunikatif, yakni untuk mendekatkan pesan dakwah kepada masyarakat lokal, terutama yang berasal dari daerah Tegal dan sekitarnya. Bahasa daerah tersebut dipilih karena lebih mudah dipahami oleh khalayak lokal serta mampu menciptakan suasana yang akrab dan santai. Dengan demikian, pesan-pesan dakwah dapat diterima secara lebih efektif karena menggunakan medium bahasa yang familiar bagi audiens.

Namun demikian, penggunaan bahasa ngapak dalam pertunjukan Wayang Santri tidak sepenuhnya lepas dari tantangan. Salah satu permasalahan yang muncul adalah adanya penggunaan kata-kata kasar yang secara budaya dianggap wajar dalam masyarakat Tegal yang egaliter. Dalam budaya tersebut, penggunaan bahasa yang terdengar kasar justru sering dipakai sebagai bentuk ekspresi keakraban, kedekatan emosional, dan bahkan romantisme dalam pertemanan. Hal ini menciptakan dilema dalam konteks Islamic Branding, karena idealnya komunikasi dalam Islam harus

menghindari kata-kata yang mengandung unsur kekasaran atau potensi menyakiti perasaan orang lain.

Penggunaan kata-kata kasar dalam komunikasi dakwah Wayang Santri menjadi tantangan tersendiri dalam membangun citra Islamic Branding yang seharusnya mencerminkan kelembutan, kesantunan, dan kejujuran. Namun, di sisi lain, komunikasi yang dilakukan oleh Ki Haryo tetap mengedepankan nilai shidiq dan amanah. Dalam setiap pementasan, Ki Haryo dikenal sebagai sosok yang jujur dalam menyampaikan pesan, tidak berlebihan dalam promosi, dan tidak memberikan janji-janji palsu kepada penonton atau masyarakat. Ia juga menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang menghibur namun tetap menyentuh aspek spiritual dan sosial keIslaman.

Dengan demikian, meskipun terdapat elemen budaya lokal yang bertentangan dengan prinsip komunikasi Islam secara normatif, Ki Haryo berhasil menciptakan sebuah model komunikasi yang kontekstual dan diterima oleh masyarakat. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa Islamic Branding tidak hanya berkutat pada simbol atau bahasa yang formal, tetapi juga mampu menyesuaikan diri dengan kultur lokal selama tetap menjaga nilai-nilai dasar Islam. Dalam hal ini, pendekatan dakwah melalui Wayang Santri menjadi contoh konkret dari adaptasi strategi komunikasi Islam yang inklusif dan efektif di tengah keragaman budaya masyarakat Indonesia.

BAB V

|PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pertunjukan Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono telah memenuhi indikator Islamic Branding melalui berbagai elemen yang mencerminkan nilai-nilai Islam. Identitas dan budaya Islam dalam pertunjukan ini diwujudkan melalui penggunaan nama "santri", gunung khas berbentuk masjid, alat musik yang berbeda dari wayang konvensional, pembacaan selawat, serta pemilihan lakon yang bernuansa Islami. Elemen-elemen ini memperkuat citra pertunjukan sebagai seni yang berbasis dakwah dan selaras dengan prinsip Islamic Branding.

Selain itu, kepatuhan terhadap nilai syariah juga terlihat dalam pementasan. Hal ini tercermin dari pembacaan ayat suci Al-Qur'an oleh sinden, yang menjadi bentuk ketaatan dalam menyampaikan pesan Islam. Selain itu, dalam pertunjukan ini juga terdapat aturan untuk melarang minuman keras, yang menunjukkan komitmen dalam menjaga kesesuaian dengan ajaran Islam. Sementara itu, nilai etis dan moral ditunjukkan melalui penggunaan busana yang sopan, baik oleh para sinden maupun kru pementasan, sehingga mendukung citra pertunjukan yang lebih Islami.

Dari aspek komunikasi dan promosi, pertunjukan ini telah menerapkan strategi yang sesuai dengan prinsip Islamic Branding. Hal ini terlihat dari pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk memperluas jangkauan dakwah. Selain itu, pertunjukan ini juga berkolaborasi dengan beberapa komunitas kebudayaan dalam rangka memperkenalkan dan melestarikan Wayang Santri. Namun, salah satu tantangan yang masih dihadapi adalah penggunaan bahasa daerah ngapak dalam pertunjukan, yang terkadang mengandung kata-kata kasar. Hal ini menjadi kendala dalam menjaga kesesuaian pertunjukan dengan nilai-nilai Islamic Branding, karena

komunikasi dalam Islam seharusnya mengedepankan kesantunan dan kelembutan dalam penyampaian pesan.

Dengan demikian, meskipun Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono telah berhasil mengimplementasikan Islamic Branding dalam pementasannya, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, terutama dalam penggunaan bahasa. Untuk meningkatkan efektivitas dakwah melalui pertunjukan ini, diperlukan strategi komunikasi yang lebih sesuai dengan prinsip *Islamic Branding*, sehingga seni wayang ini dapat menjadi media dakwah yang lebih optimal tanpa mengesampingkan nilai-nilai syariah.

B. SARAN

Beberapa saran yang dapat meneliti sampaikan terkait dengan penelitian mengenai implementasi Islamic branding dalam pertunjukan wayang santri Ki haryono sebagai media dakwah adalah sebagai berikut:

1. Wayang santri yang dihadirkan oleh Ki Haryo Enthus Susmono merupakan salah satu kreasi dari sebuah pagelaran wayang paten yang menggunakan wayang golek sebagai media utama, biasanya menggunakan *bahasa ngapak* dalam pagelaran wayangnya. Diharapkan mampu memperbaiki beberapa penggunaan bahasa yang mungkin sekiranya kurang baik atau kurang sopan mengingat para penonton pagelaran wayang terdiri dari semua unsur usia. Serta diharapkan pagelaran wayang santri bisa menyesuaikan penggunaan bahasa dalam setiap daerah yang berbeda meskipun masih dominan dengan bahasa ngapaknya.
2. Penelitian ini masih dapat dikembangkan dengan lebih baik oleh para mahasiswa fakultas dakwa dan komunikasi UIN Walisongo Semarang terlebih mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam dengan konsentrasi public relation kajian pustaka ataupun artikel- artikel yang berkaitan dengan penelitian ini hal ini sangat penting untuk mengidentifikasi celah-celah penelitian yang masih terbuka dan mengembangkan keangka teoritis yang lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Widya Padjajaran.
- Abu Achmad. (2023). *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara.
- Achmadi, A. (2004). *Filsafat Dan Kebudayaan Jawa*. Cv Cendrawasih.
- Adawiya, S. (2021). Islamic Branding Dalam Ekonomi Syariah. *Jurnal Al-Tsarwah*, 4(1).
- Adkhiyah Riffiyatul. (2017). *Implementasi Teknik Pembelajaran Jeopardy Dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir Siswa Pada Mata Pelajaran Fiqih Di Mts Riyadlotul Ulum Kunir Dempet Demak Tahun Ajaran 2016*. Stain Kudus.
- Afni Salam, A. N. (2023). *Manajemen Strategis Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono*.
- Afrianty, Nonie. (2020). Pengaruh Islamic Branding Dan Produk Ingredients Terhadap Minat Beli Produk Pt.Hni Hpai Kota Bengkulu. *Jurnal Of Islamic Economis And Finance Student*, 1(2).
- Ahmad Ghuftron, I. (2019). Santri Dan Nasionalisme. In *Islamic Insights Journal* (Vol. 01, Issue 1).
- Alserhan, B. A. (2010a). Islamic Branding: A Conceptualization Of Related. *Journal Of Brand Management*, 18, 34–49.
- Alserhan, B. A. (2010b). On Islamic Branding Brands As Good Deeds. *Journal Of Islamic Marketing*, 2(1), 101–106.
- Amarullah, G. (2019). Analisa Pengaruh Islamic Branding Dan Biaya Pendidikan Terhadap Pilihan Mahasiswa Masuk Program Studi Ekonomi Syariah Di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Tahun 2015-2016. *Skripsi*.
- Ananta Kusuma Putra, G. L. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube. *Journal Senada:Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur*, 2.
- Aripudin, A. (2013). *Sosiologi Dakwah*. Rosda Karya.
- Awalina, & Rohman, F. (2018). *Sejarah Perkembangan Dan Perubahan Fungsi Wayang Dalam Masyarakat (History Of Development And Change Of Wayang Functions In Society)*. 13(1).
- Budiman, H. (2017). Islamic Branding Sebagai Media Dakwah Dalam Seni Pertunjukan Tradisional. *Jurnal Komunikasi Islam*, 1.
- Caniago, F. (2023). Etika Islam Dalam Bauran Promosi. In *Jimia* (Vol. 17, Issue 1). Online. [Http:Https://Jurnal.Unnur.Ac.Id/Index.Php/Jimia](http://Https://Jurnal.Unnur.Ac.Id/Index.Php/Jimia)
- Chalil, R. D. (2020). *Brand, Islamic Branding Dan Rebranding*. Pt.Rajagrafindo Persada.
- Djojosupadmo Sri Mulyono. (1978). *Wayang Dan Karakteristik Wanita* (2nd Ed.).

Gunung Agung.

- Fahrurrozi, Faizah, & Kadri. (2019). *Ilmu Dakwah* (Junaidi Wawan & Muzayanah Ikilah, Eds.; Pertama). Prenadamedia Group.
- Feny Rita, Wasil, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pt.Global Eksekutif Teknologi.
- Herwati, & Nanik. (2010). *Mengenal Wayang*. Pt Intan Pariwara.
- Hussain, R., Rahman, S. U., & Zaheer, A. (2016). Influence Of Religious Beliefs On Brand Personality And Consumer, Based Brand Equity: A Study Of Halal Brand. *Journal Of Islamic Marketing*, 7(1), 134–142.
- Ilaham, & Firadaus. (2019). *Islamic Branding Religiusitas Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Swalayan Al-Baik Kota Tanjung Pinang*. (Saepuddin, Ed.). Stain Sultan Abdurrahman Press.
- Isnaini, N. (2022). Konsep Pembentukan Islamic Branding Tinjauan Etika Bisnis Islam. In *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* (Vol. 5, Issue 3). <https://Journal.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Jei>
- Khadijah, S., & Wulandari, O. A. (2020). *Islamic Branding Restoran Korea Terhadap Minat Beli Konsumen* (Vol. 6, Issue 1).
- Kharisma, G. U., & Sugiarto, E. (2020). *Kajian Visual Tokoh Wayang Golek Lupit Dan Slenteng Dalam Konteks Budaya Tegal*. <http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Eduart>
- Kholis, N. (2022). *Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Wayang Santri (Ki Enthus Susmono)*.
- Kustadi Suhandang. (2014). *Strategi Dakwah: Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah* (Vol. 01). Remaja Rosdakarya.
- Masrukhin. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan Dan Kebijakan*. Media Ilmu Press.
- Meleong. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pt. Remaja Rosdakarya.
- Mohd Yusof, Y. L., & Wan Jusoh, W. J. (2014). Islamic Branding: The Understanding And Perception. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 130, 179–185. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.022>
- Monica, K. (2018). *Analisa Wayang Kekayon Khalifah Yogyakarta*.
- Mubarok, A. A., & Rustam, D. G. (2019). Islam Nusantara: Moderasi Islam Di Indonesia. *Journal Of Islamic Studies And Humanities*, 3(2), 153–168. <https://doi.org/10.21580/jish.32.3160>
- Murgiyanto. (2016, October 26). *Pengertian Seni Pertunjukan Menurut Para Ahli*. Ilmuseni.Com.
- Mustopo, M. H. (2001). *Kebudayaan Islam Di Jawa Timur : Kajian Beberapa Unsur Budaya Mmasa Peralihanasa*. Jendela.
- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam*, 13(2).

- Prastiwi, H. (2022). *Wayang Kulit Sebagai Media Dakwah Pada Paguyuban Jangkar Bumi Art Community Di Desa Tulungagung Kabupaten Pringsewu*. Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung.
- Prianti, & Tedi. (2017). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Cv Insan Mandiri.
- Purwanto, & Sulistyastuti. (1991). *Analisis Kebijakan Dari Formulasi Ke Implementasi Kebijakan*. Bumi Aksara .
- Ronaldo, P., Filsafat, S. T., Widya, T., & Malang, S. (2023). Kajian Nilai-Nilai Filosofis Kesenian Wayang Kulit Dalam Kehidupan Masyarakat Jawa. 82 / *Jurnal Ilmu Budaya*, 10(1).
- Saffira, L., & Rahmawan, G. (2022). Perilaku Penggunaan Tik Tok Sebagai Media Promosi Pebisnis. *Jurnal Ekuitas : Ekonomi, Keuangan Investasi Dan Syariah*, 3(4), 717–723.
- Saputra Akasse, C., & Ramansyah. (2023). Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Pengunjung Di Desa Wisata. *Journal Socius : Jurnal Of Sociology Research And Education*, 10(1), 52–60.
- Setiawan, E. (2020). *Nilai Filosofi Wayang Kulit Sebagai Media Dakwah* (Vol. 18, Issue 1). [Http://Alhikmah.Iain-Jember.Ac.Id/](http://Alhikmah.Iain-Jember.Ac.Id/)
- Setyaningsih, T. (2021). Pengaruh Islamic Branding, Brand Image, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Zoya Oleh Masyarakat Ponorogo. *Skripsi*.
- Stai, A. N., & Karimiyah, A. (2020). *Wayang Kulit Sebagai Media Dakwah Ki Anom Suroto*. [Https://Wayang.Wordpress.Com/2010/03/06/Ki-Anom-Suroto/](https://Wayang.Wordpress.Com/2010/03/06/Ki-Anom-Suroto/).
- Subarsono. (2012). *Analisis Kebijakan Publik: Konsep, Teori Dan Aplikasi*. Pustaka Pelajar.
- Surianti, & Samsinar. (2021). *Ilmu Dakwah* (Salsabillah Kowim, Ed.; Pertama, Vol. 01). Akademia Pustaka. Www.Akadiapustaka.Com
- Suryana. (2010). *Metdode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Penerbit Upi.
- Swastasya, A., & Nurfebriaraning, S. (2022). Strategi Destinasi Branding Islamic Center Sebagai Pariwisata Halal Di Nusa Tenggara Barat. *E-Proceeding Of Management*, 8(6).
- Taufik, M., & Et Al. (2020). Islamic Branding Challenges In The Modern Market. *International Journal Of Islamic Marketing*, 2.
- Vindalia, J. I., Siregar, I., & Ramli, S. (2022). Dakwah Sunan Kalijaga Dalam Peyebaran Agama Islam Di Jawa Tahun 1470-1580. *Jurnal Pendidikan Sejarah & Sejarah Fkip Universitas Jambi*, 1(3), 17–25.
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2010). Shaping The Halal Into A Brand? In *Journal Of Islamic Marketing* (Vol. 1, Issue 2, Pp. 107–123). [Https://Doi.Org/10.1108/17590831011055851](https://Doi.Org/10.1108/17590831011055851)

Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2011). The Challenges Of Islamic Branding Navigating Emotions . *Journal Of Islamic Marketing*.

Wilson, J. A., & Liu, J. (2011). The Challenges Of Islamic Branding: Navigating Emotions And Halal. *Journal Of Islamic Marketing*, 1(2), 28–42.

Yulianti. (2019). *Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Miandsha Shop, Bandar Lampung)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan.

<https://tirto.id/sejarah-santri-asal-usul-kata-santri-dari-bahasa-sanskerta-ej72>
<https://quran.kemenag.go.id/>

<https://jatim.nu.or.id/keIslaman/lafal-shalawat-fatih-beserta-terjemahannya-Cl4Eu>

<https://samarindakota.bps.go.id/id/statistics-table/1/MzI0IzE=/agama-diindonesia-2024.html>

<https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-6476827/bacaan-sholawat-badar-arab-latin-dan-artinya>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

A. Daftar Pertanyaan Untuk Ki Haryo Enthus Susmono Selaku Dalang Wayang Santri

Bagaimana Implementasi *Islamic Branding* Pada Indicator Identitas Dan Budaya Islam.

1. Bagaimana Wayang Santri merepresentasikan identitas Islam dalam pertunjukan?
2. Bagaimana anda mengadaptasi budaya local Jawa agar tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam?
3. Bagaimana peran simbol-simbol Islam dalam pertunjukan wayang santri?
4. Apakah ada unsur khas dari budaya Islam yang diangkat dalam pertunjukan ini?
5. Bagaimana Anda memilih karakter dan tokoh dalam pertunjukan agar mencerminkan budaya Islam?
6. Bagaimana kostum dan tata panggung Wayang Santri disesuaikan dengan identitas Islam?
7. Apakah ada unsur khas dari budaya Islam yang diangkat dalam pertunjukan ini?
8. Bagaimana cara mempertahankan budaya Islam dalam pertunjukan tanpa menghilangkan unsur wayang asli?
9. Bagaimana respons masyarakat terhadap identitas Islam yang ditampilkan dalam pertunjukan ini?
10. Apakah ada tokoh-tokoh Islam yang sering dijadikan inspirasi dalam lakon Wayang Santri?
11. Bagaimana perpaduan antara sejarah Islam dan sejarah pewayangan dalam pertunjukan ini?
12. Bagaimana Anda membedakan Wayang Santri dengan wayang yang tidak berbasis Islam?
13. Apakah ada adaptasi dari seni Islam klasik seperti kaligrafi atau seni Islami

lainnya dalam pertunjukan?

14. Bagaimana strategi untuk terus memperkenalkan Wayang Santri sebagai bagian dari budaya Islam yang khas?
15. Bagaimana peran identitas serta simbol Islam dalam menyampaikan pesan dakwah?
16. Apakah ada inovasi simbol Islam yang memang sebagai ciri khas tersendiri bagi Wayang santri?

Bagaimana Implementasi Islamic Branding pada Indikator Kepatuhan Nilai-Nilai Syariah

1. Bagaimana Anda memastikan pertunjukan Wayang Santri tetap sesuai dengan nilai-nilai syariah Islam?
2. Apakah ada pedoman khusus dalam pemilihan cerita agar sesuai dengan ajaran Islam?
3. Bagaimana Anda menyikapi unsur-unsur dalam pewayangan yang mungkin bertentangan dengan syariah?
4. Apakah ada batasan dalam penggunaan musik dan instrumen tertentu dalam pertunjukan?
5. Bagaimana cara Anda mengadaptasi lakon wayang agar tidak mengandung unsur syirik atau tahayul?
6. Apakah ada konsultasi dengan ulama atau pakar Islam dalam menentukan materi pertunjukan?
7. Bagaimana pemilihan karakter dalam wayang santri agar tetap mencerminkan ajaran Islam?
8. Bagaimana cara Anda menyesuaikan elemen humor dalam wayang agar tidak menyinggung nilai-nilai Islam?
9. Bagaimana Anda memastikan bahwa nilai-nilai Islam tetap tersampaikan secara otentik kepada audiens?
10. Apakah ada kritik dari kalangan ulama atau masyarakat terkait pertunjukan ini? Bagaimana Anda meresponsnya?
11. Bagaimana cara Anda memastikan tidak ada unsur yang bertentangan

dengan aqidah dalam pertunjukan?

12. Apakah ada perbedaan signifikan antara Wayang Santri dengan wayang konvensional dalam hal kepatuhan syariah?
13. Apakah pertunjukan ini mempertimbangkan aspek halal-haram dalam setiap elemennya?
14. Bagaimana penerapan konsep amar ma'ruf nahi munkar dalam setiap pertunjukan?
15. Bagaimana Anda menjaga keseimbangan antara unsur seni dan kepatuhan terhadap syariah dalam pementasan?

Bagaimana Implementasi Islamic Branding pada Indikator Etika dan Moral Islam

1. Bagaimana aturan etika dan moral diterapkan dalam tim kerja wayang santri?
2. Apakah ada kode etik khusus yang harus dipatuhi oleh para crew selama bekerja?
3. Bagaimana anda memastikan tidak ada perilaku yang bertentangan dengan ajaran Islam dalam lingkungan kerja wayang santri?
4. Bagaimana crew menjaga kesopanan dalam berperilaku selama persiapan dan pertunjukan?
5. Bagaimana crew mendukung konsep dakwah yang diusung dalam pertunjukan wayang santri?
6. Apakah ada sesi pelatihan khusus untuk para crew?
7. Bagaimana anda menjamin bahwa semua crew mematuhi nilai etika dan moral Islam?
8. Apakah ada unsur pendidikan karakter Islam yang selalu ditekankan dalam setiap pertunjukan?
9. Bagaimana tokoh-tokoh dalam Wayang Santri mencerminkan akhlak Islami?
10. Bagaimana pendekatan dalam menyampaikan pesan akhlak Islam kepada anak-anak dan generasi muda?
11. Bagaimana Anda menyikapi penggunaan humor dalam wayang agar tetap

sesuai dengan etika Islam?

12. Bagaimana Wayang Santri berkontribusi dalam membentuk akhlak Islami di masyarakat?
13. Apakah ada pelatihan atau edukasi untuk para dalang agar memahami konsep etika Islam dalam pertunjukan?
14. Bagaimana Anda menyeimbangkan aspek hiburan dengan dakwah dalam pertunjukan Wayang Santri?
15. Bagaimana Anda melihat peran Wayang Santri dalam menjaga moralitas masyarakat di era modern?

Bagaimana Implementasi Islamic Branding pada Indikator Promosi dan Komunikasi Islam

1. Bagaimana strategi promosi yang digunakan untuk memperkenalkan Wayang Santri kepada masyarakat?
2. Apakah ada pendekatan khusus dalam pemasaran agar sesuai dengan prinsip Islam?
3. Bagaimana media sosial dimanfaatkan dalam mempromosikan Wayang Santri sebagai seni dakwah?
4. Apakah ada kolaborasi dengan lembaga Islam atau komunitas dakwah dalam promosi?
5. Apakah ada unsur edukasi Islam dalam materi promosi yang disampaikan ke publik?
6. Bagaimana cara menarik perhatian generasi muda agar tertarik dengan pertunjukan Wayang Santri?
7. Apakah ada testimoni dari tokoh agama atau ulama yang digunakan dalam promosi?
8. Bagaimana cara memastikan bahwa strategi promosi yang dilakukan tetap berlandaskan pada etika Islam?
9. Bagaimana prinsip komunikasi Islam diterapkan dalam interaksi dengan audiens dan penggemar Wayang Santri?
10. Bagaimana cara menyesuaikan gaya komunikasi agar tetap menarik bagi

berbagai kalangan, termasuk non-Muslim?

11. Bagaimana cara memastikan bahwa komunikasi yang dilakukan mencerminkan nilai kejujuran dan transparansi dalam Islam?
12. Apakah dalam pagelaran wayang santri sudah menggunakan Bahasa yang baik?
13. Bagaimana menghadapi kritik di media sosial mengenai penggunaan Bahasa yang kurang baik?

B. Daftar Pertanyaan Untuk Sinden Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono

1. Sejak kapan pembacaan selawat mulai diterapkan dalam pertunjukan Wayang Santri?
2. Apa alasan utama memasukkan selawat dalam pertunjukan wayang santri?
3. Apakah ada jenis selawat tertentu yang sering dibawakan dalam pertunjukan?
4. Bagaimana perbedaan atmosfer pertunjukan dengan adanya selawat dibandingkan wayang konvensional?
5. Apakah ada kendala dalam membawakan selawat, terutama dari aspek musikalitas atau vokal?
6. Bagaimana pembacaan selawat ini membantu dalam menyampaikan pesan dakwah kepada penonton?
7. Apakah ada unsur khas dalam selawat yang dinyanyikan agar lebih sesuai dengan budaya lokal?
8. Bagaimana cara sinden berlatih agar bisa membawakan selawat dengan baik dalam pertunjukan?
9. Apakah pembacaan selawat ini dilakukan secara individu oleh sinden atau bersama dengan dalang?
10. Bagaimana peran sinden dalam menjaga keIslaman pertunjukan melalui lantunan selawat?
11. Bagaimana aturan penggunaan busana muslim bagi para sinden dalam Wayang Santri?
12. Bagaimana tantangan dalam mengenakan busana muslim saat tampil

dalam pertunjukan?

13. Bagaimana pengaruh penggunaan hijab atau busana muslim dalam membangun citra Islamic Branding Wayang Santri?
14. Apakah ada aturan khusus mengenai warna atau motif busana yang dikenakan oleh sinden?
15. Bagaimana cara menyeimbangkan estetika pertunjukan dengan kepatuhan terhadap busana Islami?
16. Bagaimana penggunaan busana muslim ini membantu memperkuat dakwah Islam dalam pertunjukan Wayang Santri?
17. Apakah penggunaan busana muslim ini mengubah cara sinden dalam membawakan lagu atau bergerak di panggung?
18. Bagaimana pemilihan aksesoris dalam busana sinden agar tetap Islami namun tetap menarik di panggung?

Lampiran 2. Dokumentasi Kegiatan Penelitian



(Wawancara Ki Haryo Enthus Susmono)



(Aneka Macam Wayang untuk Pagelaran Wayang Santri)



(Wayang Lupit)



(Wayang Slenteng)



(Sambutan Ki Haryo sebelum pementasan Wayang Santri)



(Proses pementasan Wayang Santri)



(Wawancara Sinden Wayang Santri Ki Haryo Enthus Susmono)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Sarah Fauziah Annas
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Tempat, tanggal lahir : Tegal, 05 Desember 2002
 Agama : Islam
 Alamat : Desa Lembasari Kec. Jatinegara Kab. Tegal
 Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
 Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Email : sarfaaannas@gmail.com
 Riwayat Pendidikan :
 1. SDN 01 Lembasari
 2. Mts N 1 Tegal
 3. SMAS Takhassus Al-qur'an Wonosobo

Semarang, 16 Maret 2025
Peneliti

Sarah Fauziah Annas