

## Alih Wahana Sastra Berbasis Kearifan Lokal sebagai Media Promosi Inovatif

### Literary Adaptations-based Local Wisdom as an Innovative Promotional Medium

Muhammad Rayhan<sup>1</sup>, Novi Anoegrajekti<sup>2</sup>, Endry Boeriswati<sup>3</sup>, Siti Gomo Attas<sup>4</sup>,  
Miftahulkhairah Anwar<sup>5</sup>, Siti Ansoriyah<sup>6</sup>, Eva Leiliyanti<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

<sup>1</sup>Penulis koresponden: [rayhan0788@gmail.com](mailto:rayhan0788@gmail.com)

#### Abstrak

Kearifan lokal merupakan potensi budaya yang bernilai untuk promosi dan pemberdayaan ekonomi kreatif. Penelitian ini bertujuan mengaji dan mengembangkan alih wahana sastra berbasis kearifan lokal sebagai media promosi dan inovatif pesantren. Alih wahana dengan mentransformasikan sastra lisan seperti pantun, puisi, dan ungkapan lokal dalam format visual dan produk kreatif yang bernilai ekonomi. Penelitian dengan metode deskriptif-kualitatif, pendekatan partisipatoris, melibatkan santri dan guru sebagai subjek kreatif. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan evaluasi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alih wahana sastra mampu meningkatkan partisipasi komunitas dalam pelestarian budaya, sekaligus memperluas fungsi sastra sebagai sarana promosi dan ekspresi identitas. Peserta berkompentensi mengemas nilai-nilai lokal ke dalam media visual yang menarik dan komunikatif. Alih wahana sastra merupakan strategi yang relevan dan berpotensi menghubungkan kearifan lokal dengan kebutuhan promosi era digital. Konsep ini berpotensi direplikasi pada komunitas lain untuk mendorong kreativitas berbasis budaya sebagai bagian dari ekosistem ekonomi kreatif.

Kata kunci: basis budaya; industri kreatif; pengembangan; pesantren; strategi pelatihan

#### Abstract

Local wisdom is a valuable cultural resource for the promotion and empowerment of the creative economy. This study aims at examining and developing literary adaptations based on local wisdom as an innovative promotional medium for Islamic boarding schools. These adaptations transform oral literature, such as pantun, poetry, and local expressions, into visual formats and creative products with economic value. Conducted using a descriptive-qualitative method with a participatory approach, the study involved students and teachers as creative participants. Data were collected through observation, documentation, and product evaluation. The results indicate that literary adaptation can enhance community participation in cultural preservation while expanding the role of literature as a tool for promotion and the expression of identity. Participants developed the competence to package local values into attractive and communicative visual media. The adaptation of literary works is a relevant strategy with the potential to connect local wisdom with the promotional needs of the digital age. This concept has the potential to be replicated in other communities to foster culture-based creativity as part of the creative economy ecosystem.

Keywords: cultural foundation; creative industry; development; pesantren; training strategy

**Riwayat Artikel:** Diajukan: 01 Juli 2026; Disetujui: 22 Agustus 2026

## 1. Pendahuluan

Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam memiliki peran strategis dalam pengembangan ekonomi berbasis budaya dan industri kreatif. Di era globalisasi dan revolusi industri 4.0, pesantren berfungsi sebagai pusat pembelajaran agama dan berpotensi besar dalam pemberdayaan ekonomi berbasis budaya lokal. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pesantren mampu mengembangkan jiwa kewirausahaan santri dengan mengintegrasikan ekonomi kreatif dalam kurikulumnya (Syarofi, 2017).

Pesantren modern merupakan institusi pendidikan Islam yang mengajarkan ilmu agama dan menanamkan nilai-nilai inklusivitas, multikulturalisme, dan keterbukaan terhadap perubahan zaman. Seiring dengan perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi, pesantren modern diharapkan mampu menciptakan lingkungan yang mendukung santri agar memiliki pemahaman keislaman yang moderat, toleran, dan inklusif (Khoiriyah, 2023).

Pesantren ideal adalah yang mengajarkan ilmu agama secara mendalam dan menyiapkan santri untuk berinteraksi dalam masyarakat yang heterogen dan plural. Pendidikan inklusif di pesantren modern bertujuan untuk menciptakan generasi santri yang dapat hidup berdampingan dengan berbagai latar belakang budaya, sosial, dan agama (Ali, 2023). Pesantren modern harus mengedepankan pendidikan multikultural sebagai bagian dari kurikulumnya. Menurut Ali (2023), pendidikan multikultural di pesantren modern dapat meningkatkan kesadaran santri akan keberagaman serta mengurangi potensi konflik sosial. Santri yang dibekali dengan wawasan multikultural akan lebih siap untuk berinteraksi dengan masyarakat luas yang memiliki perbedaan keyakinan dan budaya.

Pesantren modern mendidik santri dalam aspek keagamaan dan membekali siswa dengan keterampilan hidup seperti kewirausahaan, komunikasi, dan manajemen. Pesantren yang memiliki program ekonomi kreatif berbasis syariah dapat membantu santri menjadi mandiri setelah lulus (Harahap & Mukti, 2023). Dengan demikian pesantren memiliki peluang sebagai inkubasi industri kreatif.

Pesantren modern memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri kreatif berbasis budaya sebagai solusi terhadap tantangan ekonomi yang dihadapi santri dan komunitas sekitarnya. Hal ini sejalan dengan kebijakan pemerintah yang menempatkan ekonomi kreatif sebagai sektor unggulan dalam pembangunan nasional.

Menurut Harjawati (2020), pesantren dapat menjadi pusat unggulan produksi dan pemasaran produk berbasis budaya dengan pendekatan syariah. Hal itu berarti pesantren

berfungsi sebagai lembaga pendidikan agama dan pusat ekonomi berbasis budaya yang mampu meningkatkan kesejahteraan santri dan masyarakat sekitar. Dalam konteks ini, industri kreatif di pesantren dapat dikembangkan melalui beberapa aspek utama berikut.

(1) Pemberdayaan Santri dalam Industri Kreatif

Pesantren modern dapat membekali santri dengan keterampilan ekonomi kreatif berbasis budaya, seperti batik pesantren, seni kaligrafi, musik Islami, serta produk halal. Pelatihan ini akan meningkatkan keterampilan santri dalam berwirausaha, sehingga siswa lebih siap untuk mandiri setelah menyelesaikan pendidikan di pesantren (Harjawati, 2020).

(2) Kolaborasi Pesantren dengan UMKM dan Pemerintah

Dalam upaya mengembangkan industri kreatif berbasis budaya, pesantren dapat menjalin kemitraan dengan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta pemerintah daerah. Kerja sama ini dapat membantu pesantren dalam mendapatkan akses ke pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional (Harjawati & Nourwahida, 2021).

(3) Penerapan Model Bisnis Berbasis Syariah

Industri kreatif berbasis pesantren dapat mengadopsi sistem bisnis syariah yang memastikan keadilan dalam produksi dan distribusi. Model bisnis ini meningkatkan keberkahan usaha dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan pesantren (Abbas et al., 2023).

(4) Dukungan Digitalisasi dan Pemasaran *Online*

Pesantren modern dapat memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk kreatif siswa. Dengan adanya *e-commerce* berbasis syariah dan media sosial, santri dapat memasarkan produk siswa ke pasar yang lebih luas tanpa harus bergantung pada penjualan konvensional (Rahman et al., 2021).

Pesantren *Al Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School* berada di bawah Yayasan Al Ashriyyah Nurul Iman. Yayasan ini memiliki lembaga pendidikan formal, yaitu Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan STAI Nurul Iman Parung-Bogor. Program pendidikan nonformal yang terdiri atas Pendidikan Anak Usia Dini, Lembaga Kursus dan Pelatihan Bahasa Inggris, Lembaga Kursus dan Pelatihan Komputer, Lembaga Kursus dan Pelatihan Menjahit, Lembaga Kursus dan Pelatihan Bahasa Arab, Lembaga Kursus dan Pelatihan Bahasa Jepang, Lembaga Kursus dan Pelatihan Bahasa Mandarin, Lembaga Kursus dan Pelatihan Tata Rias Pengantin, Lembaga Kursus dan Pelatihan Tata Rias Rambut. Di samping itu, Yayasan Al Ashriyyah

Nurul Iman memiliki berbagai unit usaha antara lain; perternakan, *agriculture*, batako nurul iman, air minral, arsitek, biogas, minyak kelapa, sabun, parfum, *cream skincare*, *departemen store*, *fashion*, dan sebagainya. Atas dasar tersebut siswa SMP dan SMA pada pesantren Al Ashriyyah Nurul Iman memiliki peluang untuk mengembangkan kemampuan wirausaha.

Melihat karakteristik siswa SMP dan SMA yang tersebut yang hidup sebagai generasi Z tentu memiliki minat yang berbeda. Seperti diketahui generasi Z, dikenal sebagai generasi yang akrab dengan teknologi, kreatif, dan memiliki pemikiran yang lebih terbuka terhadap inovasi. Dalam konteks pesantren, generasi Z memiliki tantangan tersendiri karena siswa hidup dalam lingkungan berbasis nilai-nilai keislaman yang ketat, namun di saat yang sama siswa juga ingin menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, terutama dalam sektor industri kreatif (Lutfi et al., 2024).

Industri kreatif menawarkan peluang besar bagi santri untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan yang berbasis budaya dan ekonomi syariah. Namun, minat dan sikap siswa terhadap industri ini masih dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kurikulum pesantren, dukungan lingkungan, serta pemahaman siswa terhadap konsep kewirausahaan Islam (Hanafi et al., 2022).

Dalam konteks pesantren, sikap santri terhadap industri kreatif dipengaruhi oleh nilai-nilai pesantren yang mengutamakan spiritualitas, norma sosial di lingkungan siswa, serta persepsi siswa tentang kemampuan diri dalam berwirausaha. Teori hierarki kebutuhan Maslow (1943) menunjukkan bahwa setelah kebutuhan dasar terpenuhi, individu akan berusaha mencapai aktualisasi diri. Santri yang telah mendapatkan pendidikan agama cenderung ingin mencari cara untuk mengaplikasikan keterampilan siswa dalam kehidupan nyata, termasuk melalui industri kreatif berbasis budaya dan syariah (Mulawarman et al., 2023). Hal ini yang menjadi dasar dalam pengembangan sikap positif santri terhadap industri kreatif. Pesantren yang menyediakan ekosistem kreatif dan mendukung kewirausahaan berbasis budaya akan meningkatkan minat santri terhadap industri kreatif (Hanifah et al., 2023). Ekosistem ini terbentuk berdasarkan teori kreativitas Amabile (1996). Teori ini menjelaskan bahwa kreativitas tumbuh melalui tiga elemen utama: (a) Keahlian dalam bidang tertentu. (b) Motivasi intrinsik untuk berkarya. (c) Kondisi lingkungan yang mendukung.

Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa generasi Z di pesantren memiliki sikap yang cukup positif terhadap industri kreatif, namun masih terdapat hambatan tertentu dalam pengembangan minat siswa. Sebagian pesantren telah mengintegrasikan pendidikan

kewirausahaan berbasis syariah, namun masih banyak yang belum memasukkan industri kreatif sebagai bagian dari pembelajaran formal (Hanafia et al., 2020). Sikap terhadap industri kreatif sering kali dipengaruhi oleh pemahaman keislaman yang diajarkan di pesantren. Beberapa santri memiliki kekhawatiran apakah industri kreatif sejalan dengan prinsip syariah, terutama dalam aspek pemasaran dan digitalisasi. Generasi Z di pesantren mulai terbuka terhadap digitalisasi dan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produk kreatif siswa. Namun, keterbatasan akses internet dan perangkat digital di beberapa pesantren masih menjadi kendala (Mulawarman et al., 2023). Menurut penelitian (Hanafia et al., 2020), santri yang memiliki pengalaman dengan kegiatan kreatif di pesantren, seperti pembuatan batik Islami, seni kaligrafi, dan digital marketing berbasis syariah, cenderung memiliki sikap positif terhadap industri kreatif.

Pesantren memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri kreatif berbasis budaya sebagai bagian dari ekonomi syariah. Dengan dukungan kreativitas santri, digitalisasi, kebijakan pemerintah, serta kolaborasi dengan UMKM, pesantren dapat menjadi pusat produksi dan pemasaran produk kreatif Islami yang bernilai tinggi. Meskipun terdapat berbagai tantangan, seperti kurangnya akses teknologi dan pendidikan kewirausahaan, strategi seperti integrasi kurikulum kewirausahaan, penguatan infrastruktur digital, serta kerja sama dengan mitra industri dapat membantu pesantren dalam mengembangkan potensi industri kreatif siswa.

Pesantren sebagai pusat pembelajaran agama, pesantren berfungsi sebagai tempat transmisi ilmu Islam dan penjaga kebudayaan lokal. Budaya yang berkembang di pesantren dipengaruhi oleh ajaran Islam, tradisi masyarakat setempat, serta interaksi dengan perkembangan zaman (Azra, 2013). Pesantren memiliki hubungan erat dengan budaya karena nilai-nilai Islam yang diajarkan tidak dapat dilepaskan dari praktik sosial dan adat istiadat yang berkembang di masyarakat sekitarnya. Bahkan, pesantren menjadi pusat penyebaran Islam yang beradaptasi dengan budaya lokal tanpa menghilangkan identitas keislamannya (Ricklefs, 2012). Hal ini dapat menjadi kekuatan dalam mengembangkan industri kreatif.

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun, pengembangan industri kreatif berbasis budaya di pesantren menghadapi beberapa tantangan dalam berbagai aspek, khususnya di bidang sastra. Permasalahan ini mencakup produksi, manajemen usaha, dan pemasaran sebagai bagian dari rantai hulu-hilir industri kreatif berbasis budaya.

### (1) Bidang Produksi: Tantangan dalam Kreativitas dan Infrastruktur

Bidang produksi dalam industri kreatif sastra di pesantren mencakup penciptaan karya-karya sastra berbasis nilai Islam dan budaya lokal. Namun, terdapat beberapa tantangan utama, yaitu:

#### (a) Kurangnya Pelatihan dan Pembinaan dalam Penulisan Sastra Islami

- Banyak santri memiliki potensi dalam menulis sastra Islami, namun kurangnya bimbingan membuat mereka kesulitan dalam mengembangkan keterampilan menulis puisi, cerpen, naskah drama Islami, atau novel berbasis budaya pesantren.

#### (b) Minimnya Fasilitas Pendukung Produksi Sastra

- Keterbatasan akses terhadap teknologi, seperti laptop, aplikasi pengolah kata, serta internet, menghambat santri dalam mengembangkan karya sastra digital.
- Belum adanya perpustakaan pesantren yang berisi koleksi buku sastra Islami modern sebagai referensi bagi santri.

#### (c) Kesulitan dalam Mencetak dan Mempublikasikan Karya Sastra

- Banyak karya santri yang berpotensi tinggi tetapi terkendala dalam proses penerbitan karena tidak adanya akses ke penerbit profesional atau komunitas literasi.
- Tidak semua pesantren memiliki percetakan mandiri atau akses ke percetakan digital untuk menghasilkan buku atau majalah santri.

### (2) Bidang Manajemen Usaha: Tantangan dalam Pengelolaan dan Komersialisasi

Selain produksi, manajemen usaha dalam industri sastra di pesantren juga menghadapi berbagai tantangan, di antaranya:

#### (a) Belum Terbentuknya Model Bisnis yang Berkelanjutan

- Pesantren belum memiliki sistem bisnis yang dapat mengelola karya sastra santri secara profesional, sehingga banyak karya yang tidak berkembang menjadi produk yang bernilai ekonomi.
- Kurangnya pengelolaan hak cipta, sehingga karya santri sering kali hanya beredar di lingkungan pesantren tanpa perlindungan hukum yang jelas.

#### (b) Kurangnya SDM yang Memahami Manajemen Usaha Sastra

- Pesantren umumnya tidak memiliki tenaga profesional dalam bidang manajemen industri kreatif sastra, sehingga pengelolaan usaha sastra masih dilakukan secara tradisional dan kurang efektif.

- Belum adanya pelatihan kewirausahaan sastra berbasis syariah bagi santri dan pengelola pesantren.

**(3) Bidang Pemasaran: Tantangan dalam Distribusi dan Digitalisasi**

Selain produksi dan manajemen usaha, pemasaran menjadi tantangan besar bagi industri sastra di pesantren. Beberapa permasalahan utama meliputi:

**(a) Minimnya Promosi dan Branding Karya Sastra Santri**

- Banyak karya sastra santri yang berkualitas tetapi tidak dikenal luas karena kurangnya promosi melalui media sosial atau platform digital.
- Tidak adanya strategi pemasaran yang jelas untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di kalangan komunitas Muslim maupun masyarakat umum.

**(b) Kurangnya Platform Distribusi Karya Sastra Santri**

- Pesantren belum memiliki platform khusus untuk menerbitkan karya sastra santri secara daring.
- Tidak semua pesantren memiliki toko buku atau *e-commerce* berbasis syariah untuk menjual karya santri dalam bentuk buku fisik atau *e-book*.

**(c) Kurangnya Kerja Sama dengan Penerbit dan Media**

- Belum banyak pesantren yang menjalin kerja sama dengan penerbit besar atau media massa untuk mempublikasikan karya sastra santri.
- Tidak adanya festival sastra berbasis pesantren yang dapat meningkatkan eksposur karya santri ke tingkat nasional.

## **2. Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan model partisipatif untuk menggambarkan proses dan hasil alih wahana sastra berbasis kearifan lokal sebagai media promosi inovatif di lingkungan pesantren. Proses penelitian dilaksanakan di Pesantren *Al Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School*, Bogor, yang dipilih karena memiliki potensi budaya yang kuat dan komunitas santri yang aktif. Para peserta dalam kegiatan ini terdiri dari santri tingkat menengah dan atas serta guru pembimbing yang secara langsung terlibat dalam setiap tahapan pelatihan, produksi, dan evaluasi karya kreatif. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap proses pelatihan dan produksi konten, dokumentasi terhadap karya dan aktivitas peserta, serta wawancara semi-terstruktur untuk menggali persepsi, motivasi, dan refleksi peserta terhadap kegiatan yang dijalani.

Proses implementasi kegiatan dilakukan secara bertahap, dimulai dari pengenalan konsep kearifan lokal dan potensi sastra sebagai media promosi. Setelah itu, peserta

didampingi dalam menulis kutipan, pantun, dan puisi dengan muatan nilai-nilai budaya dan keislaman yang mereka kenal dalam kehidupan sehari-hari. Karya-karya tersebut kemudian diolah secara visual menggunakan aplikasi desain sederhana seperti Canva dan PowerPoint. Hasil desain dialihwahanakan menjadi produk souvenir seperti mug, tote bag, stiker, dan kartu ucapan. Produk-produk ini dicetak secara fisik dan dipublikasikan secara digital melalui platform media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Seluruh proses berlangsung secara partisipatif, dengan peneliti berperan sebagai fasilitator sekaligus pengamat aktif dalam dinamika kerja kreatif yang muncul. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menangkap dinamika sosial, nilai-nilai lokal, dan pola kreativitas yang berkembang secara organik dalam lingkungan pesantren, sekaligus memastikan keterlibatan peserta sebagai subjek aktif dalam produksi pengetahuan dan karya.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Pembangunan nasional cenderung berfokus pada pembangunan ekonomi. Indonesia memiliki banyak sumber yang dapat diandalkan, salah satunya dengan memanfaatkan industri pariwisata. Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, didefinisikan sebagai (1) segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan topik tersebut. (2) Pariwisata merupakan kegiatan bisnis dan fenomena sosial. Sekarang menjadi salah satu industri terkemuka di dunia. UNWTO (2020) menyatakan bahwa pada tahun 2011, ekonomi pariwisata lebih besar daripada ekspor minyak, makanan, dan mobil. Salah satu faktor penting dalam perdagangan global adalah pariwisata. sebagai "industri yang tidak membutuhkan air".

Industri pariwisata berada di bawah tekanan, dan penurunan drastis dalam kedatangan wisatawan asing, bersama dengan pembatalan dan penurunan pemesanan yang signifikan. COVID-19 mengurangi keinginan masyarakat Indonesia untuk bepergian. Penurunan bisnis pariwisata dan perjalanan mengganggu usaha kecil dan menengah (UMKM) dan lapangan kerja. Meskipun demikian, pariwisata telah menjadi industri yang menggaji lebih dari 13 juta orang. Dampak turunan, atau efek multiplier yang mengikuti, belum dimasukkan dalam angka tersebut. (3) Industri turunan yang disebutkan di atas juga termasuk di dalamnya.

Materi dalam pembahasan ini merupakan hasil kerja kolaboratif tim peneliti Universitas Negeri Jakarta. Hasil penelitian disebarkan melalui kegiatan pengabdian kepada

masyarakat yang meliputi industri kreatif alih wahana berbasis kearifan lokal, industri kreatif berbasis bahasa, dan pengembangan produk kreatif berbasis literasi bahasa.

### **3.1 Industri Kreatif dan Alih Wahana Berbasis Kearifan Lokal Betawi**

Upaya untuk membangkitkan sektor pariwisata di DKI Jakarta melalui konservasi sastra lisan pada kawasan Pulau Seribu Jakarta Utara. Konservasi sastra lisan tersebut dilakukan melalui kearifan lokal berbasis industri kreatif yang mengandung nilai budaya dan kearifan lokal untuk dikembangkan dari sisi budaya, pendidikan maupun ekonomi. Contoh pengembangan dari sisi kebudayaan dapat dilakukan untuk menggali nilai-nilai kearifan lokal yang dapat dijadikan landasan dalam pendidikan karakter masyarakat seperti penelitian yang dilakukan. Di sisi lain, salah satu potensi sastra lisan yang dapat dikembangkan dari sisi ekonomi, yaitu dipergunakan untuk pengembangan pariwisata seperti penelitian yang dilakukan sebelumnya.

Untuk menciptakan karya yang memiliki nilai ekonomi dan budaya. Industri ini berfokus pada pemanfaatan daya cipta dan daya kreasi individu untuk menghasilkan produk atau jasa yang dapat diperjualbelikan dan membuka lapangan kerja. Karakteristik industri kreatif di masyarakat Pulau Tidung di Kepulauan Seribu adalah sebagai berikut.

- (1) Industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu bahkan pada ide dan gagasan sebagai dasar dari produksi dan komersialisasi.
- (2) Pengembangan Tidak Terbatas, seiring dengan perkembangan teknologi dan kreativitas.
- (3) Sumber Daya Manusia, khususnya yang memiliki talenta, keterampilan, dan kreativitas, menjadi hal yang sangat penting dalam industri kreatif. Berikut adalah bentuk industri kreatif di masyarakat Pulau Tidung yang dikembangkan dari kearifan lokal silat mandar dan pantun masyarakat.



Gambar 1. Kiri, pelatihan seni tradisi silat. Kanan, pertunjukan seni tradisi silat  
(Dokumentasi Penulis)

### **3.2 Kearifan Lokal Sastra Lisan Masyarakat Pulau Tidung**

Menurut Syarif dan Ratuloly (2020), kearifan lokal dalam folklor masyarakat Betawi harus didokumentasikan melalui religiuitas masyarakat Betawi. Menurut Qodariah dan

Armiyati (2013), konsep nilai kearifan lokal dapat dilihat sebagai sumber belajar alternatif. Mereka mengatakan bahwa nilai-nilai kearifan lokal masyarakat adat Kampung Naga mencakup hal-hal seperti kepemimpinan, interaksi sosial, dan gaya hidup, serta kepedulian lingkungan. Dewantara (2013) juga melakukan penelitian tentang kearifan lokal, menemukan bahwa peran elit masyarakat di Kampung Adat Urug Bogor dapat mempertahankan adat istiadat.

Pratomo et al. (2017) juga melakukan penelitian untuk meningkatkan kearifan lokal, menemukan bahwa budaya pakatan masih dilakukan oleh orang Betawi Bekasi, tetapi ada hambatan untuk mempertahankannya karena masyarakat Betawi Bekasi semakin berkurang dan tergusur ke pinggir kota. Selanjutnya, Alfian (2013) berbicara tentang bagaimana kearifan lokal dapat membantu menciptakan jati diri sebagai karakter bangsa. Septiani et al. (2020) menyatakan bahwa kearifan lokal etnik Betawi adalah peta sosiokultural di masyarakat asli Jakarta, dan dapat diklasifikasikan sebagai kekayaan intelektual etnik, termasuk bentuk kearifan lokal etnik Betawi, nilai-nilai kearifan lokal etnik Betawi, dan nilai kearifan lokal etnik Betawi sebagai sumber belajar. Anoegrajekti et al. (2019) menyatakan bahwa tradisi Petik Laut harus direvitalisasi untuk dapat diterima oleh masyarakat modern dalam konteks Banyuwangi.

Kearifan lokal adalah pengetahuan, nilai, dan praktik yang dikembangkan dan diwariskan oleh masyarakat lokal dalam jangka waktu lama, yang mencerminkan kebijaksanaan dan pengalaman hidup masyarakat tersebut dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitar, seperti beberapa hal berikut. (1) Pengetahuan tradisional tentang alam, lingkungan, dan sumber daya alam. (2) Nilai-nilai dan norma sosial yang dijunjung tinggi oleh masyarakat. (3) Praktik-praktik budaya dan tradisi yang unik dan khas. (4) Sistem pengetahuan dan teknologi yang dikembangkan oleh masyarakat lokal

Bentuk-bentuk kearifan lokal masyarakat Betawi terutama di Pulau Seribu adalah lahir dan berkembang serta dijalankan oleh masyarakat sebagai pedoman masyarakat sesuai dengan lingkungan pulau yang terdiri atas berbagai sumber daya alam dan manusia yang berasal dari berbagai suku sebagai bentuk pengoptimalan masyarakat untuk mempertahankan diri mereka dari berbagai persoalan dan permasalahan masyarakatnya.

Kearifan lokal bagi masyarakat Pulau Seribu sebagai kekuatan berupa nilai-nilai yang menjadi pegangan hidup masyarakatnya. Sejak tahun 2010 Pulau Seribu sudah didatangi oleh berbagai wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri. Hal ini perlu ada

pengendalian budaya yang masuk ke wilayah Pulau Tidung Kepulauan Seribu sebagai alat pengendalian bagi masyarakat Pulau Seribu dari berbagai ancaman budaya luar.

### **3.3 Alih Wahana Pertunjukan Palang Pintu**

Alih wahana (alih wahana budaya) adalah proses perubahan atau transformasi budaya dari satu bentuk ke bentuk lainnya, baik itu dalam konteks seni, tradisi, bahasa, atau aspek budaya lainnya. Alih wahana budaya dapat terjadi melalui berbagai cara, seperti modernisasi, adaptasi, revitalisasi, dan kreativitas.

Tujuan alih wahana budaya adalah untuk melestarikan dan mempromosikan budaya dalam konteks yang dinamis dan berubah-ubah, sehingga budaya tetap relevan dan hidup dalam masyarakat modern. Alih wahana budaya dapat membantu meningkatkan kesadaran dan apresiasi masyarakat terhadap budaya, serta membuka peluang baru untuk pengembangan budaya dan ekonomi kreatif. Contoh alih wahana, sebagai berikut. (1) Musik tradisional modern, pengembangan musik tradisional dengan menggabungkan elemen-elemen musik modern, seperti penggunaan instrumen elektronik dan gaya musik kontemporer. (2) Film dan sinetron, menampilkan cerita dan tradisi budaya, serta mempromosikannya melalui media massa. (3) Aplikasi media sosial, mempromosikan budaya, seperti akun instagram yang menampilkan foto-foto budaya, atau aplikasi pembelajaran bahasa. (4) Pementasan teater modern, menampilkan cerita dan tradisi budaya dengan menggunakan teknik dan gaya modern. (5) Festival budaya, menampilkan berbagai aspek budaya.

Bentuk alih wahana bagi sanggar Seru Ceria di masyarakat Pulau Tidung di Kepulauan Seribu dioptimalkan dalam bentuk pembuatan film dokumentaer karakter masyarakat Pulau Tidung Kepulauan dikembangkan oleh Masyarakat Pulau Tidung dapat menjadi nilai kearifan lokal yang dapat tersimpan sebagai memori dalam kehidupan masyarakat Pulau Seribu.



Gambar 2. Sosialisasi Bahan Ajar  
(Dokumentasi Penulis)

### 3.4 Industri Kreatif Berbasis Bahasa

Perkembangan industri kreatif di Indonesia menjadi salah satu sektor penting dalam perekonomian nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung pelestarian budaya. Salah satu bentuk industri kreatif yang terus berkembang adalah pembuatan produk-produk berbasis bahasa, seperti kutipan motivatif, ungkapan bijak, pantun lucu, atau kalimat inspiratif yang dikemas dalam berbagai bentuk cendera mata atau souvenir. Bahasa, yang selama ini lebih dikenal sebagai alat komunikasi dan ekspresi budaya, kini juga dipandang sebagai sumber daya ekonomi yang mampu menghasilkan nilai tambah jika dikelola secara kreatif.

Di balik potensi tersebut, pemanfaatan bahasa dalam produk ekonomi kreatif belum tersebar merata. Banyak masyarakat yang belum menyadari bahwa keterampilan merangkai kata, yang sejatinya sederhana dan bersifat sehari-hari, dapat dikembangkan menjadi bentuk usaha yang konkret dan bernilai jual. Oleh karena itu, produk dirancang untuk memperkenalkan sekaligus melatih keterampilan kreatif kebahasaan, dengan fokus pada pembuatan souvenir berbasis kata, dengan tujuan utama sebagai berikut. (1) Menumbuhkan kesadaran masyarakat bahwa bahasa dapat dimanfaatkan sebagai produk kreatif dan bernilai ekonomi. (2) Mengembangkan kemampuan masyarakat dalam menciptakan konten kebahasaan seperti kutipan, ungkapan, dan bentuk sastra pendek lainnya. (3) Mengajarkan keterampilan desain visual sederhana untuk mengintegrasikan kata-kata tersebut ke dalam produk souvenir. (4) Memberikan pelatihan teknis pembuatan produk dengan biaya terjangkau dan berbahan mudah didapat. (5) Membekali peserta dengan strategi pemasaran, branding, dan penjualan produk melalui media digital.

Kegiatan ini ditujukan untuk guru dan santri Pesantren Nurul Iman yang terletak di Parung Bogor. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini menempatkan mereka sebagai penerima materi dan kreator aktif yang dilibatkan secara langsung dalam setiap proses, mulai dari ide, produksi, hingga presentasi dan pemasaran. Adapun tahap pelaksanaan kegiatan, tampak pada pembahasan sebagai berikut.

#### 3.4.1 Pengenalan Konsep Bahasa sebagai Produk Kreatif

Kegiatan dimulai dengan sesi pengantar yang menjelaskan posisi dan peran bahasa dalam industri kreatif. Peserta diperkenalkan pada fenomena produk kebahasaan yang sudah ada di pasaran, misalnya mug dengan kata-kata motivasi, totebag berisi puisi pendek, atau kartu ucapan yang berisi doa dan harapan baik. Dalam sesi ini, fasilitator memotivasi peserta

untuk memandang bahasa sebagai bahan baku utama yang dapat dikembangkan menjadi karya ekonomi kreatif.

### **3.4.2 Pelatihan Pengolahan Kata**

Sesi ini menjadi inti kegiatan karena di sinilah peserta mulai menciptakan konten. Dengan bimbingan fasilitator, peserta dilatih untuk menulis kutipan, kalimat motivasi, ucapan selamat, kata bijak, puisi pendek, atau pantun yang memiliki daya tarik secara semantik dan estetika. Mereka dilatih untuk memilih diksi yang tepat, memahami nuansa emosi dalam bahasa, dan menyesuaikan bentuk bahasa dengan konteks serta target audiens. Peserta juga diberi ruang untuk mengekspresikan diri melalui bahasa daerah, menjadikan produk mereka semakin autentik dan lokal.

Dalam sesi ini, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil. Dengan panduan fasilitator, peserta melakukan proses kreatif mulai dari brainstorming ide, membuat kerangka konten, menulis draf awal, sampai melakukan revisi. Beberapa kelompok mengembangkan dan mengolah kata bertema pendidikan. Untuk tema pendidikan, peserta kegiatan mengolah kata hingga tercipta ungkapan seperti “Ilmu bukan sekadar hafalan, tapi cahaya yang menuntun langkah kehidupan” atau “Santri belajar bukan untuk tahu, tapi untuk menjadi terang bagi sekelilingnya.” Kalimat-kalimat ini kemudian disematkan pada notes, sampul buku, atau poster motivasi. Sementara itu, untuk tema religius dan kebijaksanaan, peserta mengolah kata sehingga menghasilkan ungkapan “Belajar adalah ibadah, menulis adalah sedekah” atau “Doa adalah bahasa hati yang paling jujur,” yang sangat sesuai untuk dicetak pada mug, kartu ucapan, atau stiker dakwah.

Kata-kata ini kemudian dituangkan ke dalam berbagai media souvenir seperti mug, tote bag, notes, gantungan kunci, kaos, hingga kartu ucapan. Misalnya, mug diberi tulisan “Ilmu adalah cahaya yang menuntun hati,” sedangkan kaos diberi tulisan “Buku membuka jendela, bahasa membuka jalan.” Dengan demikian, produk ini menjadi benda kenangan dan sarana penyebaran nilai-nilai positif yang bisa terus hidup dalam kehidupan sehari-hari penerimanya.

### **3.4.3 Pelatihan Desain Visual**

Setelah menghasilkan kata-kata kreatif, peserta belajar memvisualisasikannya dalam bentuk desain grafis sederhana. Menggunakan aplikasi seperti Canva, PowerPoint, atau bahkan desain manual, mereka belajar mengenai prinsip desain: komposisi, warna, tipografi,

hingga pemilihan ilustrasi pendukung. Peserta diajak untuk mengasah selera estetikanya dan menyesuaikan desain dengan karakter kata yang telah dibuat.

Pada tahap ini, peserta mengaplikasikan kata dan desain ke dalam berbagai bentuk souvenir. Media yang digunakan sangat beragam, tergantung pada ketersediaan bahan dan kreativitas peserta. Fasilitator memastikan bahwa semua peserta terlibat langsung dalam proses produksi agar dapat merasakan dan memahami setiap tahapnya.

### 3.4.4 Presentasi Hasil dan Pameran Mini

Produk yang telah dibuat dipresentasikan oleh masing-masing peserta atau kelompok. Mereka diminta menjelaskan proses kreatif, makna kata, dan pertimbangan desain yang digunakan. Kegiatan ini melatih kepercayaan diri, kemampuan berbicara di depan publik, dan menjadikan peserta lebih menghargai karya masing-masing. Hasil akhir dipamerkan dalam mini galeri sebagai bentuk apresiasi dan dokumentasi hasil kegiatan.

Peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan menciptakan berbagai bentuk kutipan dan desain yang unik. Banyak peserta yang sebelumnya tidak pernah terlibat dalam kegiatan kreatif semacam ini mengaku merasa percaya diri dan terinspirasi untuk mengembangkan usaha serupa. Lebih dari itu, kegiatan ini menanamkan nilai penting mengenai fungsi bahasa sebagai alat komunikasi, instrumen ekonomi, dan media dokumentasi budaya. Peserta belajar melihat kata sebagai "produk" yang memiliki makna dan nilai jual. Proses pengolahan kata menjadi benda, dari ide hingga jadi, membuka mata masyarakat bahwa kreativitas bisa dimulai dari hal sederhana yang ada dalam kehidupan sehari-hari.

Secara langsung, kegiatan ini memberi dampak dalam peningkatan keterampilan, literasi, dan kesadaran ekonomi kreatif berbasis bahasa. Secara tidak langsung, kegiatan ini juga memperkuat posisi bahasa Indonesia sebagai bahasa identitas dan budaya yang fleksibel dan adaptif terhadap zaman. Peserta menunjukkan minat untuk melanjutkan pembuatan souvenir secara mandiri, dan sebagian bahkan mulai memasarkan karyanya secara daring dalam lingkup komunitas dan media sosial pribadi.

Sebagai bentuk tindak lanjut, direncanakan program pendampingan berkelanjutan melalui komunitas wirausaha kebahasaan, serta peluang kolaborasi dengan UMKM, koperasi sekolah, atau rumah produksi lokal. Langkah ini diharapkan dapat menjembatani hasil pelatihan menuju keberlanjutan usaha yang nyata.

Kegiatan ini merupakan bentuk kontribusi konkret perguruan tinggi dalam mendukung penguatan ekonomi masyarakat melalui pendekatan berbasis kebahasaan dan

budaya. Bahasa Indonesia, dengan segala kekayaan ekspresinya, terbukti mampu menjadi sumber daya ekonomi kreatif yang potensial dan inklusif. Kegiatan ini meningkatkan kemampuan teknis peserta dan membangkitkan rasa percaya diri, kecintaan terhadap bahasa ibu, semangat untuk berkarya dan berwirausaha secara mandiri, dan dikembangkan menjadi modul pelatihan, atau dijadikan bagian dari kurikulum pendidikan vokasi dan keterampilan di sekolah-sekolah, sehingga tercipta ekosistem literasi kreatif yang berkelanjutan dan merata.

### **3.5 Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Literasi Bahasa**

Perkembangan era globalisasi dan revolusi industri 4.0 telah mendorong transformasi ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*), yaitu industri kreatif menjadi salah satu sektor utama penggerak pertumbuhan. Industri kreatif, yang mencakup bidang seperti seni, desain, film, musik, sastra, dan teknologi digital, berkontribusi pada perekonomian dan berperan dalam melestarikan dan mempromosikan budaya serta identitas bangsa. Akan tetapi, potensi besar ini belum mencapai hasil maksimal tanpa dukungan literasi bahasa yang memadai.

Literasi bahasa sebagai kemampuan membaca, menulis, memahami, menganalisis, dan produksi konten kreatif yang efektif. Dalam konteks industri kreatif, literasi bahasa menjadi fondasi penting dalam menciptakan karya yang berkualitas, mengomunikasikan ide secara persuasif, serta menjangkau pasar global. Misalnya, penulis skenario, copywriter, atau content creator membutuhkan penguasaan bahasa yang baik untuk menghasilkan narasi yang menarik dan mudah dipahami.

Di Indonesia, meskipun industri kreatif menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, masih terdapat tantangan seperti rendahnya tingkat literasi bahasa, baik bahasa Indonesia maupun bahasa asing. Hal ini berdampak pada kualitas produk kreatif dan daya saing di pasar internasional. Oleh karena itu, penguatan literasi bahasa harus menjadi prioritas dalam pengembangan industri kreatif agar dapat bersaing secara global sekaligus mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal.

Bahasa adalah kekuatan utama dalam industri kreatif karena dapat meyakinkan pasar dan konsumen melalui berbagai produk atau janji iklan. Bahasa dapat menghadirkan produk yang disenangi oleh konsumen. Salah satu konsep ekonomi yang mengoptimalkan kreativitas berbasis bahasa sebagai faktor produksi adalah industri kreatif, yang berusaha bekerja sama dengan menggunakan kewirausahaan sebagai alat untuk mempropagandakan nilai-nilai bahasa. Dalam hal ini, bahasa Indonesia dapat menjadi salah satu alternatif atau

bentuk usaha industri kreatif. mengutamakan talenta, kreativitas, dan keterampilan adalah komponen penting dalam industri kreatif. Kreativitas dan keahlian yang dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi melalui ciptaan intelek. Produk yang dibuat oleh industri kreatif dapat berupa pengembangan dari produk yang sudah ada sebelumnya atau produk yang memiliki ciri khas, unik, dan berbeda dari produk yang lain. Industri kreatif diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi.

Literasi bahasa merupakan kemampuan membaca dan menulis serta memahami, menganalisis, dan menciptakan konten secara efektif. Dalam industri kreatif, literasi bahasa berperan penting dalam beberapa aspek berikut.

#### (1) Penciptaan Karya yang Berkualitas

Industri kreatif seperti sastra, film, musik, dan periklanan sangat bergantung pada kekuatan narasi. Contoh: (a) Seorang penulis novel membutuhkan penguasaan bahasa yang baik untuk membangun alur cerita yang menarik. (b) Seorang *copywriter* harus mampu merangkai kata persuasif untuk kampanye iklan. Tanpa literasi bahasa yang memadai, karya yang dihasilkan akan terkesan dangkal atau sulit dipahami.

#### (2) Komunikasi Efektif dalam Kolaborasi Kreatif

Industri kreatif sering melibatkan kerja tim (misalnya produksi film, desain game, atau pembuatan konten digital). Literasi bahasa membantu penyampaian ide secara jelas, mengurangi miskomunikasi, dan mempercepat proses produksi.

#### (3) Pemasaran dan Daya Saing Global

Bahasa Inggris dan bahasa asing lainnya penting untuk menjangkau pasar internasional. Contoh: (a) Musisi atau filmmaker yang ingin *go international* harus mampu membuat lirik, subtitle, atau promosi dalam bahasa target. (b) Desainer grafis perlu memahami istilah teknis dan tren global untuk bersaing di platform seperti Behance atau Dribbble.

#### (4) Pelestarian Budaya dan Kearifan Lokal

Literasi bahasa daerah membantu mengangkat cerita dan seni tradisional ke dalam karya kreatif modern, seperti (a) Animasi "Adit Sopo Jarwo" dan (b) film "KKN di Desa Penari" yang memanfaatkan bahasa dan cerita lokal untuk menarik minat pasar.

Penggunaan bahasa yang kuat dan kreatif merupakan fondasi penting dalam industri kreatif. Untuk mendorong hal ini, berbagai gerakan dapat dilakukan oleh pemerintah, komunitas, pelaku industri, dan masyarakat. Salah satunya dengan gerakan literasi kreatif nasional yang bertujuan meningkatkan kesadaran akan pentingnya bahasa dalam karya

kreatif sekaligus melatih keterampilan berbahasa secara kreatif dengan bentuk kegiatan sebagai berikut.

(1) Festival Literasi Kreatif

- (a) Menyelenggarakan acara tahunan yang mempertemukan penulis, musisi, filmmaker, dan desainer untuk berbagi teknik penggunaan bahasa dalam karya mereka.
- (b) Festival Literasi Jakarta dengan workshop penulisan skenario, lomba menulis cerpen, dan diskusi tentang tren bahasa digital.

(2) Program "Satu Hari, Satu Karya"

Gerakan *online* yang mendorong masyarakat (terutama generasi muda) untuk membuat satu karya kreatif (puisi, cerita pendek, desain grafis dengan narasi) setiap hari dan membagikannya di media sosial dengan tagar khusus (misalnya #SatuHariSatuKarya).

(3) Kelas Bahasa Kreatif Gratis

Kolaborasi antara Kemenbud, komunitas sastra, dan platform digital (seperti YouTube atau SkillShare) untuk menyediakan kursus *online* beberapa materi berikut.

- (a) *Creative writing* (menulis cerita, script film, konten iklan).
- (b) *Storytelling visual* (cara menggunakan bahasa dalam komik, infografis, atau video pendek).
- (c) Bahasa daerah dalam karya modern (misalnya, mengadaptasi cerita rakyat ke dalam format digital).

Kampanye media sosial untuk promosi bahasa lokal dan bahasa Indonesia dengan tujuan Mendorong penggunaan bahasa Indonesia dan daerah dalam konten kreatif agar semakin diminati oleh generasi muda, dengan berbagai bentuk kegiatan yaitu:

(1) Bangga Berbahasa Indonesia

- (a) Kampanye di TikTok, Instagram, dan Twitter yang mengajak kreator membuat konten menggunakan bahasa Indonesia yang kreatif (misalnya: meme, lagu, atau video pendek dengan permainan kata).
- (b) Melibatkan selebriti dan *influencer* untuk memopulerkan tagar ini.

(2) Karya Bahasa Daerah

- (a) Gerakan dokumentasi dan promosi karya kreatif berbasis bahasa daerah (lagu dalam bahasa Jawa, cerita pendek bahasa Sunda, atau animasi dengan narasi bahasa Batak).
- (b) Platform seperti Spotify dan YouTube bisa diajak kolaborasi untuk membuat *playlist* khusus "Lagu Daerah Kekinian".

(3) Kolaborasi dengan Kreator Konten

Mengajak YouTuber, podcaster, dan TikToker untuk membuat konten edukatif dengan fokus pada hal berikut. (a) "Kata-kata keren dalam bahasa daerah". (2) "Bagaimana membuat konten viral dengan bahasa Indonesia yang baik".

Integrasi bahasa kreatif dalam pendidikan dengan tujuan Memastikan generasi muda memiliki keterampilan bahasa yang mendukung industri kreatif sejak dini. Beberapa bentuk kegiatan berpotensi dikembangkan berbasis sekolah atau komunitas.

(1) Muatan Lokal Bahasa Kreatif di Sekolah

Siswa diajari keterampilan menulis cerita pendek dan naskah drama, membuat konten *podcast* atau video pendek, dan memahami bahasa iklan dan media sosial.

(2) Kerja Sama dengan Kampus dan Sekolah Seni

Membuka mata kuliah khusus, seperti *copywriting & brand storytelling*, bahasa dalam game & animasi.

(3) Program "Duta Bahasa Kreatif"

Memilih mahasiswa atau pelajar untuk menjadi agen promosi bahasa kreatif di sekolah/kampus. Literasi bahasa merupakan tulang punggung industri kreatif yang memengaruhi kualitas karya, komunikasi tim, dan daya saing global. Tantangan seperti rendahnya kemampuan literasi, minimnya pelatihan kreatif, dan dominasi bahasa asing harus diatasi melalui strategi terpadu antara pendidikan, pelatihan praktis, dan kebijakan pendukung. Dengan integrasi literasi bahasa yang kuat, industri kreatif Indonesia tumbuh secara ekonomis, menjadi sarana pelestarian budaya, dan menguatkan identitas bangsa.

#### 4. Simpulan

Hilirisasi penelitian di *Pesantren Al Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School* Bogor telah menunjukkan capaian yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas santri dan guru dalam bidang industri kreatif berbasis budaya dan bahasa. Program ini berhasil mengintegrasikan nilai-nilai Islam, kearifan lokal, dan keterampilan kreatif melalui pelatihan berbasis sastra, desain visual, serta pemanfaatan teknologi digital.

Secara substansial, kegiatan ini memperkuat aspek literasi dan ekspresi kebahasaan peserta, menanamkan kesadaran bahwa bahasa menjadi sumber daya ekonomi, dan medium pelestarian budaya. Lebih dari itu, santri dan guru menjadi subjek aktif dalam proses kreatif, mulai dari perencanaan, produksi, hingga pemasaran produk kreatif. Hal ini membuktikan bahwa lingkungan pesantren memiliki potensi besar untuk menjadi ekosistem industri kreatif yang berbasis nilai-nilai keislaman, kemandirian ekonomi, dan budaya lokal.

Kegiatan ini juga menciptakan model pemberdayaan yang berbasis kolaborasi antara akademisi, lembaga pendidikan keagamaan, dan masyarakat. Seluruh proses pelatihan dan praktik telah disambut antusias oleh para peserta dan menunjukkan hasil yang konkret

berupa produk, artikel, dan peningkatan kapasitas kreatif. Dengan demikian, program ini berkontribusi nyata terhadap penguatan ekonomi kreatif berbasis pesantren serta pemajuan kebudayaan lokal yang selaras dengan nilai-nilai Islam dan kemajuan zaman, antara lain pertama, perlu dibentuk komunitas literasi kreatif pesantren yang dapat menjadi wadah konsolidasi karya, kolaborasi antar santri, serta promosi produk kreatif ke masyarakat luas; kedua, penting bagi pesantren untuk mengintegrasikan kurikulum kewirausahaan kreatif berbasis bahasa dan budaya ke dalam program pembelajaran formal maupun ekstrakurikuler, sehingga pembinaan tidak bersifat insidental, tetapi sistematis; ketiga, perlu adanya dukungan sarana digital dan pelatihan lanjutan, terutama di bidang pemasaran daring, manajemen hak cipta, serta literasi keuangan syariah, agar produk-produk kreatif memiliki daya saing yang lebih tinggi; keempat, penguatan jejaring dengan pemerintah daerah, pelaku UMKM, dan penerbit dapat membuka akses distribusi yang lebih luas dan menjamin keberlanjutan usaha para santri. Kegiatan serupa sebaiknya direplikasi di pesantren-pesantren lain dengan penyesuaian lokalitas, agar lebih banyak lembaga pendidikan Islam yang mampu mengembangkan potensi ekonomi kreatif berbasis budaya sebagai bagian dari kontribusi terhadap pemajuan kebudayaan dan kemandirian ekonomi umat.

### Daftar Pustaka

- Abbas, M. H. I., Satrio, Y. D., & Priambodo, M. P. (2023). Peningkatan Literasi Teknologi demi Penguatan Industri Kreatif di Pondok Pesantren. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.2), 1951–1957.
- Alfian, M. (2013). Keroncong Music Reflects the Identity of Indonesia. *Tawarikh*. 2013; 4(2), 171–186.
- Ali, M. (2023). Peran Pendidikan Multikultural dalam Memupuk Keragaman Budaya di Pondok Pesantren Modern. *JIEBAR: Journal of Islamic Education, Basic and Applied Research*, 4(2), 102–114.
- Anoegrajekti N, Macaryus S, Saputra HSP. (2019). Ritual Petik Laut Muncar: Ekspresi Identitas dan Kedaulatan Masyarakat Nelayan atas Laut. In: *Proceeding International Conference on Literature*. Yogyakarta: Rumpun Sastra Fakultas Bahasa dan Seni Bekerja Sama dengan HISKI Komisariat UNY; 2019. p. 196–211.
- Azra, A. (2013). Islamisasi Jawa. *Studia Islamika*, 20(1), Article 1. <https://doi.org/10.15408/sdi.v20i1.352>
- Bong, S. (2019). *Manajemen Risiko, Krisis dan Bencana untuk Industri Pariwisata yang Berkelanjutan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Dewantara, A. (2013). Peran Elit Masyarakat: Studi Kebertahanan Adat Istiadat di Kampung Adat Urug Bogor. *J Al-Turās*. 2013;12(1):89–117.
- Hanafi, R., Handoko, T., & Adiyani, R. (2022). Analisis Faktor Motivasi Lingkungan Keluarga dan Lingkungan Pergaulan yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam

- Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UTP Surakarta). *Jurnal Ganeshwara*, 3(1). <http://ejournal.utp.ac.id/index.php/JG/article/view/2344>
- Hanafia, A., Wibowo, M. W., & Damayanti, F. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Generasi Z pada Destinasi Wisata Halal Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 6(3), 347–364.
- Hanifah, A. L., Bianda, R. B. A., Ambarwati, D., Munawaroh, N. A., Astuti, I. Y., Kurniawan, B. W., Suaida, I., & Luayyi, S. (2023). Pariwisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat sebagai Pendorong Pertumbuhan Ekonomi Kreatif di Kampung Keren Kota Kediri. Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK), 2, 17–29. <http://usahid.ac.id/conference/index.php/snpk/article/view/96>
- Harahap, M. Y., & Mukti, A. (2023). Implementasi Falsafah pada Na Lima pada Santri Pondok Pesantren Modern di Kota Padangsidimpuan. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 12(001). <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ei/article/view/6594>
- Harjawati, T. (2020). Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah di Provinsi Banten. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 187–206.
- Harjawati, T., & Nourwahida, C. D. (2021). Model Pengembangan Santripreneur sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif Berbasis Syariah di Provinsi Banten. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 104–112.
- Khoiriyah, K. (2023). Internalisasi Pendidikan Multikultural di Pesantren. *Jurnal Tarbiyatuna: Kajian Pendidikan Islam*, 7(1), 070–086.
- Lizawati L, Uli I. (2018). Implementasi Nilai Pendidikan Karakter dalam Sastra Lisan di IKIP PGRI Pontianak. *Prem Educ J Pendidik Dasar dan Pembelajaran*. 2018; 8(2): 140–9.
- Lutfi, S., Sardimi, S., & Norhidayah, S. (2024). Pembelajaran Al-Qur'an Hadits Menggagas Format Pembelajaran yang Enjoy dan Menyenangkan pada Generasi Z (Editor: Surawan). K-Media. [http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/5571/1/Buku%20Pembelajaran%20Al-qur%E2%80%99an%20Hadits\\_Saiful%20Lutfi%2C%20dkk.pdf](http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/5571/1/Buku%20Pembelajaran%20Al-qur%E2%80%99an%20Hadits_Saiful%20Lutfi%2C%20dkk.pdf)
- Mulawarman, L., Bukran, B., Taufik, M., & Anwar, M. Z. (2023). The Analysis of Entrepreneurial Intention in Generation Z: A Study in Mataram City. Analisis Niat Berwirausaha pada Generasi Z: Sebuah Studi di Kota Mataram. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(4), 236–242.
- Pratomo, Y., Komariah, S., & Malihah, E. (2017). Kebertahanan Paketan sebagai Kearifan Lokal Etnis Betawi Bekasi. *Indones J Sociol Educ Policy*. 2017; 2(2): 26–53.
- Qodariah, L., & Armiyati, L. (2013). Nilai-Nilai Kearifan Lokal Masyarakat Adat Kampung Naga sebagai Alternatif Sumber Belajar. *SOCIA J Ilmu-Ilmu Sos*. 2013; 10(1).
- Rahman, A. S., Sembodo, C., Kurnianingsih, R., Razak, F., & Al Amin, M. N. K. (2021). Participatory action research dalam pengembangan kewirausahaan digital di Pesantren perkotaan. *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 11(1), 85–98.
- Ricklefs, M. C. (2012). *Islamisation and its opponents in Java: A political, social, cultural and religious history, c. 1930 to present*. NUS Press Pte Ltd. <https://muse.jhu.edu/book/19359%20/>

- Septiani, D. R., Agung, S., & Bahriah, E. S. (2020). Pengembangan Buku Pengayaan Kearifan Lokal: Jakarta dalam Kimia. *JIPVA (Jurnal Pendidik IPA Veteran)*. 2020; 4(2): 204–19. <https://doi.org/10.31331/jipva.v4i2.1209>
- Sugihamretha, I. D. G. (2020). Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 pada Sektor Pariwisata. *J Perenc Pembang Indones J Dev Plan*. 2020; 4(2): 191–206.
- Sulistiyorini, D., & Andalas, E. F. (2017). *Sastra Lisan: Kajian Teori dan Perapannya dalam Penelitian*. Madani.
- Syabranie, M., & Jusmartinah, R. (2013). Upaya Pengembangan Potensi Pariwisata di Kabupaten Bulungan. *Waktu J Tek UNIPA*. 2013; 11(1): 71–80.
- Syarif, I., & Ratuloly, M. A. (2020). Penanaman Nilai Kearifan Lokal pada Peserta Didik Melalui Pendidikan Multikulturar. *Heritage*. 2020; 1(2): 185–97.
- Syarofi, A. M. (2017). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan Santri Melalui Ekonomi Kreatif dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi Global (Studi di Pondok Pesantren Bahrul Maghfiroh Kota Malang). *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 17(2), 95–104.