

Strategi Komunikasi Budaya dalam Pengembangan Wisata Pencak Silat: Transformasi Sosial dan Dampak Ekonomi di Kota Madiun

Awit Istighfarin^{1*}, Rhavida Anniza Andyani¹, Eka Pratiwi¹

¹ Universitas Muhammadiyah Madiun

e-mail: ai162@ummad.ac.id

ABSTRAK

Pencak silat, sebagai identitas budaya Kota Madiun, memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi wisata budaya yang dapat memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat. Namun, pemanfaatan potensi tersebut memerlukan strategi komunikasi budaya yang mampu mengintegrasikan pemerintah, komunitas perguruan, pelaku usaha, dan Masyarakat. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi budaya dalam pengembangan wisata Pencak Silat, mengidentifikasi bentuk transformasi sosial yang muncul, serta mengkaji dampak ekonomi awal yang dihasilkan. Penelitian menggunakan pendekatan campuran dengan model *sequential exploratory*, diawali dengan wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan *focus group discussion* (FGD), kemudian dilanjutkan dengan analisis kuantitatif melalui penyusunan matriks IFAS dan EFAS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama pengembangan wisata Pencak Silat terletak pada identitas budaya yang kuat, jejaring komunitas perguruan, dan narasi historis yang hidup. Sebaliknya, rendahnya kapasitas digital UMKM dan lemahnya koordinasi lintas pemangku kepentingan menjadi kendala utama. Analisis IFAS–EFAS menempatkan strategi pengembangan pada kategori *growth stability* dengan peluang eksternal yang tinggi. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi budaya berperan penting dalam membentuk narasi wisata, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan membuka peluang ekonomi baru. Oleh karena itu, penguatan kolaborasi antar-pemangku kepentingan dan peningkatan kapasitas digital menjadi kunci keberlanjutan wisata budaya Pencak Silat.

Kata kunci: Komunikasi Budaya; Wisata Budaya; Pencak Silat; Strategi Komunikasi.

ABSTRACT

Pencak Silat, as the cultural identity of Madiun City, has significant potential to be developed into cultural tourism that generates social and economic benefits for local communities. However, realizing this potential requires a cultural communication strategy capable of integrating government institutions, martial arts communities, business actors, and the wider society. This study aimed to analyze cultural communication strategies in the development of Pencak Silat tourism, identify forms of social transformation that emerge from this process, and examine the initial economic impacts generated. The study employed a mixed-methods approach using a sequential exploratory design, beginning with in-depth interviews, participatory observation, and focus group discussions (FGDs), followed by quantitative analysis through the construction of IFAS and EFAS matrices. The findings indicate that the primary strengths of Pencak Silat tourism development lie in a strong cultural identity, active martial arts community networks, and living historical narratives. In contrast, limited digital capacity among micro, small, and medium enterprises (MSMEs) and weak cross-stakeholder coordination constitute the main constraints. The IFAS–EFAS analysis places the development strategy within a growth stability position, characterized by high external opportunities. These findings underscore the critical role of cultural communication in shaping tourism narratives, enhancing community participation, and creating new economic opportunities. Therefore, strengthening cross-stakeholder collaboration and improving digital capacity are key to ensuring the sustainability of Pencak Silat cultural tourism.

Keywords: Cultural Communication; Cultural Tourism; Pencak Silat; Communication Strategy.

PENDAHULUAN

Pencak Silat, yang telah ditetapkan sebagai Warisan Budaya Takbenda UNESCO, merupakan identitas budaya yang melekat kuat dalam kehidupan masyarakat Kota Madiun (Nugroho et al., 2024). Seni bela diri ini tidak hanya berfungsi sebagai praktik keterampilan fisik, tetapi juga menjadi simbol solidaritas sosial, nilai kehormatan, serta ekspresi budaya yang

membentuk karakter “Kota Pendekar”. Adanya perguruan besar seperti PSHT dan PSHW Tunas Muda membuat Pencak Silat menjadi bagian dari kenangan masyarakat, diwariskan dari generasi ke generasi, dan menjadi cara untuk internalisasi nilai-nilai lokal dan kebangsaan (Nugroho et al., 2021). Pencak Silat memiliki potensi besar untuk menjadi daya tarik wisata bersama dengan peningkatan perhatian publik terhadap warisan budaya lokal dan pertumbuhan pariwisata berbasis budaya (Istighfarin et al., 2025). Ini akan memperkuat identitas kota dan berdampak ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat.

Kajian terdahulu tentang wisata budaya umumnya menekankan bahwa keberhasilan pengembangan destinasi budaya sangat dipengaruhi oleh kemampuan aktor-aktor lokal dalam mengelola narasi budaya, strategi komunikasi, dan partisipasi (Inayah et al., 2025). Narasi budaya dalam konteks pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai medium produksi makna dan membentuk pemahaman publik tentang identitas suatu tempat. Selain itu, ini menentukan bagaimana masyarakat lokal terlibat dalam aktivitas wisata (Fitriani, 2025). Komunikasi budaya adalah cara yang strategis untuk menyatukan nilai-nilai tradisional dengan kebutuhan ekonomi dan pariwisata saat ini.

Beberapa penelitian terkait seni bela diri sebagai wisata budaya berfokus pada aspek dokumentasi tradisi, penguatan event, atau potensi branding daerah, sementara sebagian lain menekankan dimensi ekonomi kreatif melalui produk budaya dan festival (Farhan et al., 2025). Pendekatan tersebut penting dalam upaya pelestarian dan peningkatan visibilitas budaya, namun sering kali menempatkan seni bela diri sebagai komoditas pariwisata yang bersifat simbolik dan episodik. Akibatnya, praktik budaya lebih banyak direpresentasikan sebagai tontonan, sementara proses komunikasi internal komunitas dan dinamika makna yang menyertainya kurang mendapatkan perhatian (Sukmana et al., 2025).

Penelitian-penelitian tersebut juga belum secara mendalam mengkaji peran komunikasi budaya sebagai mekanisme utama yang menghubungkan berbagai pemangku kepentingan, membentuk identitas kolektif, dan memicu transformasi sosial dalam pengembangan wisata Pencak Silat. Fokus kajian masih dominan pada promosi dan manajemen acara, sehingga interaksi antara pemerintah, komunitas perguruan, dan masyarakat luas dalam membangun narasi wisata yang berkelanjutan belum tergambarkan secara komprehensif (Jehan et al., 2023). Padahal, literatur komunikasi budaya menegaskan bahwa keberlanjutan wisata budaya sangat bergantung pada proses komunikasi partisipatif yang memungkinkan negosiasi makna dan distribusi manfaat secara adil di tingkat lokal (De Grave, 2013).

Demikian pula, penelitian tentang dampak ekonomi wisata budaya seringkali menekankan sektor ekonomi kreatif secara keseluruhan, seperti peningkatan pendapatan dari acara dan produk suvenir, tetapi tidak secara khusus meneliti bagaimana praktik budaya tertentu seperti Pencak Silat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Pratiwi et al., 2024). Menurut beberapa penelitian, wisata budaya seringkali memiliki potensi ekonomi yang sementara dan terfokus pada momentum acara, kurang mampu mendorong transformasi ekonomi yang berkelanjutan bagi komunitas pendukungnya (Prasetia & Saputra, 2023).

Namun, penelitian tersebut belum mempelajari peran komunikasi budaya sebagai mekanisme utama yang menghubungkan pemangku kepentingan, membentuk identitas kolektif, dan memicu transformasi sosial dalam wisata Pencak Silat, dan lebih fokus pada promosi dan manajemen acara (Benyamin et al., 2021). Selain itu, metode saat ini lebih banyak menekankan aspek komodifikasi budaya tanpa mengungkap cara pemerintah, komunitas perguruan, dan masyarakat luas berinteraksi dalam membangun narasi wisata yang berkelanjutan (Gustin, 2021). Demikian pula, kajian tentang dampak ekonomi wisata budaya masih lebih banyak menyoroti sektor ekonomi kreatif secara umum tanpa melihat secara spesifik kontribusi Pencak Silat terhadap kesejahteraan masyarakat lokal (Pamungkas et al., 2022).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini secara tegas memposisikan komunikasi budaya sebagai fokus utama kajian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi budaya dalam pengembangan wisata Pencak Silat di Kota Madiun, mengidentifikasi bentuk transformasi sosial yang muncul dari proses komunikasi budaya, serta mengkaji dampak ekonomi awal yang dihasilkan dari ekosistem wisata budaya Pencak Silat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain *multiple methods* dengan *model sequential exploratory*, yang diawali dengan pendekatan kualitatif untuk menggali makna dan praktik komunikasi budaya dalam pengembangan wisata Pencak Silat. Temuan kualitatif selanjutnya digunakan sebagai dasar perumusan faktor strategis yang dianalisis secara kuantitatif melalui pendekatan SWOT (Hidayat & Muchtar, 2022). Populasi penelitian meliputi aktor-aktor yang terlibat dalam ekosistem wisata budaya Pencak Silat di Kota Madiun, yaitu tokoh perguruan pencak silat, pejabat Dinas Pariwisata, pelaku UMKM, serta masyarakat sekitar kegiatan budaya. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling* berdasarkan keterlibatan langsung dalam praktik komunikasi. Dari sekitar 600 individu yang terlibat dalam kegiatan budaya, penelitian ini melibatkan 90 partisipan, terdiri atas 40 informan kualitatif dan 50 responden survei SWOT.

Pengumpulan data kualitatif dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif pada kegiatan Suran Agung, pengesahan perguruan, dan festival Pencak Silat, serta dua sesi diskusi kelompok terarah (FGD). Data kualitatif dianalisis menggunakan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola komunikasi budaya dan relasi antaraktor. Hasil analisis ini menjadi dasar penyusunan faktor internal dan eksternal pada analisis SWOT. Untuk tahap kuantitatif, survei SWOT digunakan untuk membuat matriks IFAS dan EFAS berdasarkan penilaian lima puluh (50) orang yang disurvei. Data diintegrasikan pada tahap analisis dan penarikan kesimpulan, di mana hasil dari survei SWOT digunakan untuk mendukung dan memformalkan temuan kualitatif dalam kerangka strategis pengembangan wisata budaya.

Instrumen penelitian meliputi pedoman wawancara, observasi, FGD, dan kuesioner SWOT yang disusun dengan mengadaptasi panduan UNESCO dan penelitian terdahulu. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode serta member checking, sementara konsistensi penilaian responden digunakan untuk memperkuat reliabilitas data kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan utama adalah strategi komunikasi dan representasi. Analisis tematik mengungkap dua pola komunikasi utama dalam ekosistem wisata Pencak Silat. Pertama adalah komunikasi formal yang diprakarsai dan diarahkan oleh pemerintah daerah melalui program branding kota “Kota Pendekar”, agenda acara resmi, dan kanal institusional. Kedua adalah komunikasi organik yang muncul dari komunitas perguruan, yang terdiri dari cerita kesejarahan, praktik ritual, dan percakapan antara anggota berdasarkan nilai-nilai tradisi. Dalam komunitas, makna internal, otentisitas, dan prinsip kebersamaan ditekankan. Sebaliknya, pemerintah cenderung menekankan elemen promosi, citra, dan pengemasan acara untuk orang-orang di luar.

Temuan selanjutnya adanya transformasi sosial. Di antara indikasi transformasi sosial yang ditemukan dalam analisis kualitatif adalah peningkatan kebanggaan identitas (rasa bangga) pada warga lokal, peningkatan partisipasi generasi muda (baik sebagai peserta maupun pembuat konten digital), dan penguatan jejaring komunal antarpengurus perguruan. Transformasi ini tidak hanya bersifat kultural-symbolik (penguatan identitas), tetapi juga bersifat praktis. Contohnya adalah munculnya program pelatihan wisata edukasi dan kerja sama antara kelompok pemuda dan pelaku pariwisata lokal.

Temuan lain adalah efek ekonomi awal. Data lapangan menunjukkan kontribusi ekonomi yang baru pada tahap awal. Menurut dokumentasi dan wawancara, ada peningkatan aktivitas UMKM yang terkait dengan acara, seperti restoran dan suvenir sederhana. Namun, belum ada mekanisme sistematis yang memungkinkan manfaat ekonomi secara luas dihasilkan. Banyak inisiatif masih bersifat sementara atau “embrio”, beberapa pelaku UMKM melaporkan peningkatan transaksi selama acara, tetapi sebagian besar belum mampu memonetisasi nilai budaya secara berkelanjutan. Selain itu, analisis SWOT dan observasi menunjukkan bahwa koordinasi antar-pemangku kepentingan dan digitalisasi pemasaran belum memaksimalkan potensi ekonomi.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Kategori responden	Jumlah (n)
Tokoh perguruan / pelatih	12
Pejabat Dinas (Pariwisata/Kominfo)	3
Pelaku UMKM	10
Warga / peserta kegiatan	15
Total informan kualitatif	40
Responden survei SWOT (kuantitatif)	50
Total subjek penelitian	90

Hasil analisis tematik menunjukkan adanya dua pola komunikasi budaya yang dominan dalam pengembangan wisata Pencak Silat di Kota Madiun. Pola pertama adalah komunikasi formal yang dijalankan oleh pemerintah daerah melalui branding “Kota Pendekar”, agenda acara resmi, serta kanal komunikasi institusional. Pola ini berorientasi pada pembentukan citra eksternal dan peningkatan visibilitas wisata budaya.

Pola kedua adalah komunikasi organik yang berkembang dalam komunitas perguruan Pencak Silat. Komunikasi ini diwujudkan melalui narasi kesejarahan, praktik ritual, serta interaksi berbasis nilai persaudaraan dan kesinambungan tradisi. Perbedaan orientasi ini menunjukkan adanya perbedaan penekanan antara logika promosi dan logika pemaknaan budaya. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengembangan wisata Pencak Silat tidak hanya melibatkan produksi atraksi, tetapi juga proses komunikasi budaya yang membentuk representasi dan identitas kolektif.

Hasil Survei Kuantitatif untuk Matriks IFAS

Dalam table 2 Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) Hasil survei IFAS menunjukkan bahwa faktor internal “kekuatan budaya” dan “jejaring komunitas perguruan” memperoleh bobot tertinggi, masing-masing sebesar 0,18 dan 0,16, dengan rating kuat (4–5). Tingginya penilaian terhadap kedua faktor ini dapat diasumsikan disebabkan oleh jaringan perguruan yang telah mapan secara sosial dan historis serta kuatnya internalisasi nilai Pencak Silat sebagai identitas kolektif masyarakat Kota Madiun. Dalam konteks ini, responden yang sebagian besar merupakan pelaku langsung dalam ekosistem budaya cenderung menilai kekuatan budaya sebagai aset utama yang paling nyata dan mudah dikenali dalam kehidupan sehari-hari. Sebaliknya, faktor kelemahan seperti rendahnya kapasitas digital UMKM dan lemahnya koordinasi antarpemangku kepentingan memperoleh bobot dan rating rendah. Bias ini dapat dijelaskan oleh kecenderungan aktor budaya untuk lebih menekankan aspek simbolik dan kultural dibandingkan aspek manajerial dan teknis. Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa dalam pengembangan wisata budaya berbasis komunitas, pelaku lokal sering kali memiliki kesadaran budaya yang tinggi tetapi belum diimbangi dengan kapasitas kelembagaan dan digital yang memadai (Ariastini, 2017; Hanan et al., 2024). Selain itu, kurangnya perhatian terhadap koordinasi lintas pemangku kepentingan menunjukkan bahwa pemerintah, komunitas budaya, dan pelaku ekonomi memiliki peran yang terpisah. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa wisata budaya seringkali gagal menghasilkan nilai ekonomi berkelanjutan karena tata kelola yang tidak kooperatif (Nugroho et al., 2024; Riswanto, 2023). Oleh karena itu, skor total IFAS sebesar 2,98 menunjukkan kondisi internal yang kuat secara kultural, tetapi lemah secara struktural dan manajemen.

Tabel 2. Matriks IFAS (Internal Factors Analysis Summary)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Terbobot
Kekuatan (Strengths)			
Identitas budaya Pencak Silat sangat kuat	0.18	5	0.90
Jejaring komunitas perguruan aktif	0.16	4	0.64
Event budaya rutin dan menarik wisatawan	0.10	4	0.40
Kelemahan (Weaknesses)			
Kapasitas digital dan pemasaran UMKM rendah	0.12	2	0.24
Koordinasi pemangku kepentingan lemah	0.11	2	0.22
Belum ada model bisnis wisata budaya terpadu	0.09	2	0.18
Total Skor IFAS	1.00	-	2.98

Pada Tabel 2, nilai total IFAS sebesar 2,98 menunjukkan bahwa kondisi internal pengembangan wisata budaya Pencak Silat di Kota Madiun berada pada kategori cukup kuat, khususnya pada aspek identitas budaya dan jejaring komunitas. Menurut penelitian sebelumnya, kekuatan utama wisata budaya berbasis komunitas adalah makna simbolik yang dalam, kontinuitas tradisi, dan jaringan sosial lokal yang mapan (Dannurie, 2023). Identitas budaya yang kuat meningkatkan daya tarik wisata dan memperkuat legitimasi sosial destinasi budaya. Namun, sejumlah penelitian juga telah menunjukkan bahwa kekuatan kultural yang tinggi tidak secara otomatis menghasilkan keberlanjutan ekonomi kecuali didukung oleh kekuatan kelembagaan dan manajemen yang memadai. Dalam pengembangan wisata budaya, banyak masalah muncul di berbagai daerah. Ini termasuk kurangnya kemampuan UMKM untuk memasarkan secara digital dan kurangnya koordinasi antarpemangku kepentingan sebagaimana tercermin dalam faktor kelemahan IFAS. (Pramana, 2024), menekankan bahwa aktivitas wisata budaya cenderung bergantung pada peristiwa dan menghasilkan keuntungan ekonomi yang singkat tanpa model bisnis terpadu dan tata kelola kolaboratif.

Dengan demikian, skor IFAS yang mendekati 3 menunjukkan bahwa kondisi internal relatif siap secara kultural. Namun, intervensi strategis diperlukan untuk memperkuat kemampuan digital, komunikasi lintas aktor, dan pembentukan model bisnis wisata budaya yang terintegrasi. Hasil ini mendukung argumen bahwa mengembangkan wisata Pencak Silat bukan masalah utama karena tidak ada potensi budaya, melainkan pada kemampuan mengelola dan mengomunikasikan potensi tersebut secara berkelanjutan. Hasil Survei Kuantitatif untuk Matriks EFAS sebagai berikut:

Tabel 3. Matriks EFAS

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Terbobot
Peluang (Opportunities)			
Pengakuan UNESCO sebagai warisan budaya	0.20	5	1.00
Potensi wisata edukasi Pencak Silat	0.15	4	0.60
Peluang ekonomi kreatif dan suvenir budaya	0.13	4	0.52
Ancaman (Threats)			
Potensi konflik antarperguruan	0.12	2	0.24
Risiko komersialisasi berlebihan	0.10	2	0.20
Ketergantungan pada event musiman	0.10	2	0.20
Total Skor EFAS	1.00	—	3.12

Berdasarkan Tabel 3. Matriks EFAS, pengembangan wisata budaya dapat didukung oleh momentum dengan strategi komunikasi dan kolaborasi antar-perguruan yang diseimbangkan

dengan baik dengan nilai 3,12, menunjukkan bahwa lingkungan eksternal memberikan peluang yang jauh lebih besar daripada ancaman. Berdasarkan skor IFAS 2.98 dan EFAS 3.12, wisata Pencak Silat Kota Madiun berada pada kuadran “*Growth Stability*”, yaitu: Kekuatan internal cukup baik, Peluang eksternal sangat besar. Strategi ideal adalah agresif bertumbuh (*growth strategy*) melalui intensifikasi komunikasi budaya dan digitalisasi, namun tetap disertai mekanisme kontrol sosial dan partisipasi komunitas.

Triangulasi IFAS - EFAS dengan temuan kualitatif menunjukkan konsistensi bahwa *branding* kota bergantung pada kekuatan budaya kota, seperti sejarahnya, identitasnya, dan komunitas perguruanannya. Manajerial, digitalisasi, dan koordinasi lintas pihak adalah masalah internal utama. Sangat banyak peluang luar, terutama setelah pengakuan UNESCO dan peningkatan minat wisata budaya. Stabilitas sosial dan risiko komodifikasi budaya lebih terkait dengan ancaman eksternal. Hasil survei kuantitatif mendukung temuan kualitatif bahwa pendekatan komunikasi dan manajemen adalah faktor yang menentukan apakah kekuatan budaya dapat diubah menjadi keuntungan ekonomi yang berkelanjutan.

Ringkasan temuan utama dan hubungan dengan tujuan penelitian. Menurut penelitian ini, ada perbedaan dalam strategi komunikasi budaya yang digunakan dalam wisata Pencak Silat. Pemerintah menggunakan pendekatan *top-down* yang berfokus pada branding “Kota Pendekar”, sementara komunitas menggunakan pendekatan organik yang berfokus pada makna, ritual, dan kesinambungan internal (Iman Pribadi et al., 2021). Wisata budaya dapat memperkuat modal simbolik masyarakat, seperti yang ditunjukkan oleh transformasi sosial seperti penguatan identitas dan peningkatan partisipasi generasi muda (Mattiro et al., 2021). Dalam hal ekonomi, hasil menunjukkan bahwa meskipun ada indikasi bahwa pelaku lokal akan memperoleh keuntungan ekonomi segera, jumlah yang dapat dikonversi menjadi keuntungan ekonomi yang berkelanjutan masih sangat kecil. Hasilnya secara langsung menjawab tujuan penelitian: menghubungkan metode komunikasi budaya; menemukan jenis transformasi sosial; dan menganalisis dampak awal ekonomi.

Dalam hal teori, kerangka Komunikasi Partisipatif dan Representasi Budaya (Hall, 1963) dapat digunakan untuk menjelaskan hasil ini. Sebagai entitas institusional, pemerintah cenderung menggunakan representasi yang dapat dipasarkan, atau *branding* (Abidin, 2024). Akibatnya, komunikasi formal menekankan identitas visual dan peristiwa sebagai daya tarik (Anom Pancawati & Rieka Yulita Widaswara, 2023). Temuan menunjukkan bahwa komunitas mempertahankan representasi yang didasarkan pada nilai dan ritual, yang berfungsi untuk menegaskan kontinuitas budaya. Dilema otentisitas versus komersialisasi muncul karena ketidaksinkronan antara pesan promosi dan praktik komunitas. Hal ini sesuai dengan peringatan literatur wisata budaya tentang risiko komodifikasi (Devi et al., 2023).

Peningkatan visibilitas budaya dan kesempatan partisipasi publik dapat dianggap sebagai penyebab transformasi sosial, terutama kebangkitan kebanggaan identitas dan keterlibatan generasi muda. Ketika praktik budaya dipublikasikan dan dimasukkan ke dalam agenda pariwisata, simbol budaya menjadi sarana reproduksi sosial dan sumber kebanggaan kolektif (Mahmud Musthofa, 2018). Komunikasi partisipatif melibatkan komunitas dalam perumusan narasi sangat penting karena transformasi ini juga berpotensi mengubah nilai (Alim, 2021).

Beberapa kendala struktural menyebabkan dampak ekonomi yang masih terbatas. Ini termasuk kurangnya kebijakan dan regulasi operasional yang mengatur distribusi manfaat, UMKM tidak memiliki kemampuan untuk memasarkan dan digitalisasi, dan kurangnya koordinasi antarpemangku kepentingan, yang menyebabkan inisiatif tetap bersifat berhenti. Jika tidak ada mekanisme kelembagaan yang menghubungkan peristiwa dengan rantai nilai lokal, seperti standar

produk, jalur pemasaran terpadu, dan rantai pasokan UMKM, keuntungan ekonomi akan tetap terpecah-pecah.

Studi pariwisata budaya telah menemukan bahwa: (a) pengakuan internasional (seperti UNESCO) memberi peluang branding tetapi tidak otomatis menjamin kesejahteraan ekonomi; (b) partisipasi komunitas dan komunikasi partisipatif menentukan keberlanjutan praktik budaya; dan (c) digitalisasi mempercepat penyebaran identitas budaya tetapi memerlukan kapasitas lokal. Perbedaan terletak pada konteks khusus Pencak Silat Kota Madiun pada jaringan persaudaraan yang kuat dan struktur perguruan tinggi memberikan modal sosial yang lebih besar dibandingkan dengan banyak studi kasus lain (Wahidin, 2017). Ini memungkinkan partisipasi dan reproduksi budaya menjadi kekuatan unik yang dapat mendorong pengembangan pariwisata, asalkan dikelola dengan kebijakan dan strategi komunikasi yang sinergis.

Hasilnya memiliki beberapa konsekuensi praktis. Pertama, perlu ada mekanisme kolaboratif antara pemerintah dan komunitas untuk membuat narasi wisata yang mempertahankan otentisitas sekaligus mengakomodasi elemen promosi. Kedua, untuk menjamin konversi ekonomi yang lebih luas, program pemberdayaan UMKM dan literasi digital harus menjadi bagian dari rencana pengembangan pariwisata. Ketiga, perlu ada undang-undang lokal yang mengatur acara, komersialisasi, dan pengembangan budaya lokal. Keempat, paket wisata edukasi, seperti kursus dan latihan Pencak Silat, dapat mempertahankan makna budaya dan menghasilkan nilai tambah.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi budaya yang menghubungkan pemerintah, komunitas perguruan, dan pelaku ekonomi lokal sangat memengaruhi perkembangan wisata Pencak Silat di Kota Madiun. Studi ini menggunakan pendekatan berbagai metode yang menggabungkan analisis kualitatif dan analisis SWOT kuantitatif. Penelitian ini menemukan bahwa identitas budaya Pencak Silat, jejaring perguruan yang kuat, dan narasi historis adalah kekuatan internal utama yang belum dimanfaatkan secara efektif dalam kebijakan komunikasi wisata.

Secara teoretis, penelitian ini menegaskan bahwa wisata budaya bukan hanya acara atau atraksi melainkan sebagai proses komunikasi budaya yang membentuk representasi, partisipasi sosial, dan konversi nilai budaya menjadi nilai ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan strategi komunikasi sebagai mekanisme penting dalam transformasi sosial dan ekonomi wisata berbasis komunitas.

Secara praktis, temuan penelitian menunjukkan perlunya penguatan komunikasi kolaboratif antara pemerintah dan komunitas perguruan, peningkatan kapasitas digital UMKM, serta pengembangan model kerja sama yang lebih terstruktur agar manfaat ekonomi wisata budaya dapat berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model komunikasi berbasis jaringan dan memperluas cakupan kuantitatif guna memperoleh pemetaan strategis yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2024). Innovative Community Service Programs with Local Participation to Build Independent Villages. *Zabags International Journal of Engagement*, 2(1), 29–38. <https://doi.org/10.61233/zijen.v2i1.17>
- Alim, M. (2021). Pengabdian Integratif: Revitalisasi Situs Kabuyutan Ciburuy Sebagai Desa Wisata Budaya dan Pusat Ekonomi Kreatif. *Altruis: Journal of Community Services*, 2(2). <https://doi.org/10.22219/altruis.v2i2.16536>
- Anom Pancawati, A. P., & Rieka Yulita Widaswara. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 166–178. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i1.1398>

- Benyamin, P., Maryani, E., & Octavianti, M. (2021). Penggunaan media digital dalam komunikasi pemasaran desa wisata Ciburial, Samarang, Garut. *Communication*, Query date: 2026-01-12 16:05:39.
- Dannurie, W. (2023). Seni Kolopetong Tasikmalaya: Relasi Arak-Arakan, Pencak Silat Dan Sisingaan. *Paraguna*, Query date: 2026-01-12 16:05:39. <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/paraguna/article/view/2937>
- De Grave, J.-M. (2013). Martial arts process of sportisation and social politics context. The case of Pencak Silat in Indonesia. *Staps*, 100(2), 15–34. Scopus. <https://doi.org/10.3917/sta.100.0015>
- Devi, N. U. K., Supriyanto, S., Hidayati, Rr. S., Nuraliza, V., Kristiyono, K., Rizal, Moch. S., Hasanah, U., Melani, A. P., & Ramadhani, M. R. (2023). Perubahan sosial-ekonomi masyarakat pasca pengembangan destinasi wisata Ayu Rezeki Park Probolinggo. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(1), 112–128. <https://doi.org/10.30738/sosio.v9i1.13370>
- Farhan, M., Wardani, P., & ... (2025). Pelestarian Seni Bela Diri Tradisional Melalui Pengembangan Pariwisata: Studi Pada Lembaga Pewarisan Pencak Silat Di Jawa Barat. ... *Terapan Pariwisata*, Query date: 2026-01-12 16:05:39. <https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/jstp/article/view/461>
- Fitriani, H. (2025). From Abandoned Land to Economic Hub: Assessing the Revitalization of Beran Field, Bangunsari Village, Indonesia. *Ascarya: Journal of Islamic Science, Culture and Social Studies*, 5(1), 76–83. Scopus. <https://doi.org/10.53754/iscs.v5i1.740>
- Gustin, G. (2021). Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Wisatawan Benteng Kota di Kecamatan Tempilang. *MEDIOVA: Journal of Islamic Media*, Query date: 2026-01-12 16:05:39.
- Hidayat, T., & Muchtar, A. (2022). Peran Kelembagaan dalam Pengembangan Desa Wisata Lamajang Kabupaten Bandung dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Masyarakat Lokal. *Tourism Scientific Journal*, 8(1), 93–104. <https://doi.org/10.32659/tsj.v8i1.230>
- Iman Pribadi, T., Suganda, D., & Saefullah, K. (2021). Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Dampaknya Terhadap Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan: Tinjauan Pustaka. *Jurnal Sosial Sains*, 1(2), 107–114. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v1i2.34>
- Inayah, H., Wahyuni, A., & ... (2025). Padepokan Pencak Silat Bandrong Badak Putih dalam Pelestarian Kesenian Silat dan Debus di Kecamatan Citangkil, Kota Cilegon Tahun 2015-2023. *Jurnal ...*, Query date: 2026-01-12 16:05:39. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jmia/article/view/6947>
- Istighfarin, A., Rahman, N., & ... (2025). Pemanfaatan Potensi Budaya Seni Bela Diri Pencak Silat Sebagai Daya Tarik Soft Power Pariwisata di Kota Madiun. *Jurnal Penelitian ...*, Query date: 2026-01-12 16:05:39. http://ejurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/2606
- Jehan, Y., Batool, M., Hayat, N., & Hussain, D. (2023). Socio-Economic and Environmental Impacts of Tourism on Local Community in Gilgit Baltistan, Pakistan: A Local Community Prospective. *Journal of the Knowledge Economy*, 14(1), 180–199. Scopus. <https://doi.org/10.1007/s13132-021-00885-9>
- Mahmud Musthofa, B. (2018). Pengembangan Budaya Menuju Kesejahteraan Budaya : Pelajaran Dari Pengembangan Masyarakat Di Saung Angklung Udjo, Bandung, Jawa Barat. *Sosio Informa*, 4(3), 553–566. <https://doi.org/10.33007/inf.v4i3.1600>
- Mattiro, Syahlan, Nasrullah, & P, R. (2021). Pengembangan Ekowisata Berbasis Budaya Bahari Untuk Mendukung Ketahanan Ekonomi Masyarakat Pesisir Di Pulau Kerayaan Kabupaten Kotabaru Provinsi Kalimantan Selatan. *Prosiding Seminar Nasional Lingkungan Lahan Basah*, 6(3), 1–8.
- Nugroho, S., Haryani, A., & Purnama, T. (2024). Efektifitas Regulasi Pengembangan Pariwisata Budaya Berbasis Industri Silat Di Kota Madiun, Jawa Timur Perspektif Teori Sistem Hukum. *Dinamika Hukum*, Query date: 2026-01-12 16:05:39.
- Nugroho, S., SARJIYATI, S., & ... (2021). Madiun Kota Pendekar Prespektif Kebijakan Wisata Budaya Pencak Silat. Query date: 2026-01-12 16:05:39.

- Pamungkas, R., Legiani, W., & ... (2022). Suatu Kajian Pelestarian Budaya Lokal Padepokan Pencak Silat di Kabupaten Pandeglang dalam Upaya Melestarikan Nilai-Nilai Nasionalisme. *Jurnal Query* date: 2026-01-12 16:05:39.
- Pramana, I. (2024). Komunikasi Budaya Pelestarian Silat Bali Kuno Di Pasraman Seruling Dewata. *Jurnal Ilmu Komunikasi: Gelis*, Query date: 2026-01-12 16:05:39. <https://ejournal.windari.com/index.php/lis/article/view/17>
- Prasetya, A., & Saputra, A. (2023). Pertunjukan Seni Silat Pangean Sebagai Atraksi Wisata Budaya Di Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi. *Journal Kajian Seni*, Query date: 2026-01-12 16:05:39.
- Pratiwi, M., Pusparani, N., Sinaga, E., & ... (2024). Pencak Silat Sebagai Atraksi Wisata Budaya Desa Gardu. *TOBA: Journal of ...*, Query date: 2026-01-12 16:05:39. <https://www.journal.literasisains.id/index.php/toba/article/view/3984>
- Sukmana, O., Sumedi, G. R., Susilo, R. K. D., & Damanik, F. H. S. (2025). Reconstructing masculinity: The role of traditional sports in shaping gender identities in Indonesia. *Retos*, 68, 485–502. Scopus. <https://doi.org/10.47197/retos.v68.115182>