



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI KOODJA DALAM MEMULIHKAN
CITRA ONDEL-ONDEL SEBAGAI BUDAYA BETAWI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

MUHAMMAD FAHREZI ARKAN

NPM. 223516516011

FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**KOODJA'S COMMUNICATION STRATEGY IN RESTORING
THE IMAGE OF ONDEL-ONDEL AS BETAWI CULTURE**

Thesis

*Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor
Communication Science Degree*

MUHAMMAD FAHREZI ARKAN

223516516011

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM FACULTY
OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fahrezi Arkan

NPM : 223516516011

Judul : Strategi komunikasi Komunitas Ondel-ondel Jakarta dalam melestarikan budaya Betawi melalui Instagram @komunitas_ondelondel_jakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 13 Februari 2026


METERAI TEMPEL
17354 ANX025665389

Muhammad Fahrezi Arkan

SURAT PERSETUJUAN



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : MUHAMMAD FAHREZI ARKAN
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relations
Judul Skripsi : strategi komunikasi komunitas ondel-ondel Jakarta dalam
melestarikan budaya Betawi melalui Instagram
@komunitas_ondelondel_jakarta
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 12 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Purnama Ayu Rizky, S.IP., M.IP.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E., M.Si.

UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Muhammad Fahrezi Arkan

NPM : 223516516011

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Koodja Dalam Memulihkan Citra Ondel-ondel Sebagai Budaya Betawi

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Yuyu Sriwartini, S.Sos, M.Si.

Penguji 1 : Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si

Pembimbing : Purnama Ayu Rizky, S.I.P., M.I.P

Ditetapkan di Jakarta
Tanggal : 05 Maret 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Fahrezi Arkan
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Koodja Dalam Memulihkan Citra
Ondel-ondel Sebagai Budaya Betawi
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 11 Maret 2026

Dosen Pembimbing

Purnama Ayu Rizky, S.I.P., M.I.P

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Aas Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

ABSTRAK

Pergeseran makna kesenian Ondel-ondel yang semula merupakan simbol sakral budaya Betawi menjadi hiburan jalanan dan komoditas ekonomi, sehingga memunculkan citra negatif di masyarakat. Kondisi tersebut mendorong Komunitas Ondel-ondel Jakarta (KODJA) untuk melakukan berbagai strategi komunikasi guna memulihkan citra ondel-ondel sebagai warisan budaya yang bermartabat. Penelitian ini menggunakan Teori Citra dari Frank Jefkins yang menitikberatkan pada enam jenis citra, meliputi mirror image, current image, wished image, corporate image, multiple image, serta citra baik dan citra buruk. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi, dengan pemilihan informan secara purposive. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi KODJA dilakukan melalui edukasi budaya, pelibatan komunitas, pertunjukan seni, serta pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana publikasi digital. Strategi ini mampu membangun pemahaman masyarakat, mengubah persepsi negatif, serta memperkuat citra ondel-ondel sebagai identitas budaya Betawi. Penelitian menyimpulkan bahwa strategi komunikasi berbasis komunitas dan media digital efektif dalam merekonstruksi citra budaya tradisional di tengah tantangan modernisasi. ada berapa jumlah kata dalam kalima tersebut.

Kata kunci: strategi komunikasi, citra budaya, pelestarian budaya, media sosial, komunitas budaya

ABSTRACT

The shift in the meaning of Ondel-ondel art, which was originally a sacred symbol of Betawi culture, has transformed into street entertainment and an economic commodity, thereby creating a negative image in society. This condition has encouraged the Jakarta Ondel-Ondel Community (KODJA) to implement various communication strategies to restore the image of ondel-ondel as a dignified cultural heritage. This study employs the Image Theory proposed by Frank Jefkins, which emphasizes six types of image, namely mirror image, current image, wished image, corporate image, multiple image, as well as positive and negative images. The research uses a constructivist paradigm with a descriptive qualitative approach and a case study method. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews, observations, and documentation, with informants selected through purposive sampling. Data analysis was carried out through data reduction, data presentation, and conclusion drawing, while the validity of the data was tested through source triangulation. The results of the study indicate that KODJA's communication strategy is implemented through cultural education, community engagement, art performances, and the utilization of Instagram social media as a digital publication platform. This strategy is able to build public understanding, change negative perceptions, and strengthen the image of ondel-ondel as a Betawi cultural identity. The study concludes that community-based communication strategies and digital media are effective in reconstructing the image of traditional culture amid the challenges of modernization.

Keywords: communication strategy, cultural image, cultural preservation, social media, cultural community.



DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
SURAT PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Research Gap & Novelty	14
2.3 Landasan Teori	17
2.3.1 Teori Citra Frank Jefkins.....	17
2.3.2 Keterkaitan Teori Citra Frank Jefkins Dengan Penelitian	18
2.4 Landasan Konsep.....	24
2.4.1 Strategi Komunikasi.....	24
2.4.2 Komunitas	27
2.4.3 Budaya Betawi	28

2.5 Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Pendekatan Penelitian	32
3.3 Metode Penelitian	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Jenis Data.....	35
3.5.1 Data Primer	35
3.5.2 Data Sekunder	36
3.6 Teknik Pemilihan Informan.....	36
3.7 Teknik Analisis Data	37
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	38
3.9 Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	39
3.9.1 Tabel Rencana Kegiatan.....	40
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Komunitas Ondel-ondel Jakarta.....	41
4.1.1 Profil Komunitas Ondel-ondel Jakarta.....	41
4.1.2 Visi dan Misi Komunitas Ondel-ondel Jakarta	43
4.1.3 Tujuan Komunitas Ondel-ondel Jakarta.....	43
4.1.5 Struktur Organisasi	43
4.1.6 Letak Komunitas Ondel-ondel Jakarta.....	44
4.1.7 Hak dan Kewajiban Anggota Komunitas Ondel-ondel Jakarta	45
4.1.8 Akun Instagram Komunitas Ondel-ondel Jakarta	45
4.1.9 Profil Informan Penelitian	48
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Citra Bayangan (<i>Mirror Image</i>)	50
4.2.2 Citra Terkini (<i>Current Image</i>)	55
4.2.3 Citra yang Diharapkan (<i>Wished Image</i>).....	61
4.2.4 Citra yang Perusahaan (<i>Corporate Image</i>).....	66
4.2.5 Citra Majemuk (<i>Multiple Image</i>)	71
4.2.6 Citra yang Baik & Citra yang Burruk	78

4.3 Pembahasan	84
4.3.1 Citra Bayangan (<i>Mirror Image</i>) Komunitas Ondel-Ondel Jakarta.....	84
4.3.2Terkini (<i>Current Image</i>) Ondel-Ondel di Mata Masyarakat	86
4.3.3 Citra yang Diharapkan (<i>Wished Image</i>) melalui Strategi Komunikasi Instagram	88
4.3.4 Citra Organisasi (<i>Corporate Image</i>) Komunitas Ondel-Ondel Jakarta	90
4.3.5 Citra Majemuk (<i>multiple image</i>) keberagaman persepsi publik terhadap kesenian ondel-ondel dan Komunitas Ondel-Ondel Jakarta.....	92
4.3.6 Citra Baik dan Citra Buruk Ondel-Ondel dalam Proses Rekonstruksi Makna	94
BAB V	97
KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	105



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Makna dan filosofi ondel-ondel	2
Gambar 1. 2 Ondel-ondel dipakai untuk media mengamen.....	3
Gambar 1. 3 Komunitas Ondel-ondel Jakarta	6
 Gambar 4.1.1 Komunitas Ondel-ondel Jakarta	 41
Gambar 4.1.2 Lokasi Komunitas Ondel-ondel Jakarta	44
Gambar 4.1.3 Akun Instagram komunitas_ondelondel_jakarta.....	45
Gambar 4.1.4 Kegiatan pembuatan ondel-ondel.....	46
Gambar 4.1.5 Kegiatan Pentas Ondel-ondel	47



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.9. 1 Tabel Rencana Kegiatan.....	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	105
Lampiran 2	106
Lampiran 3	140
Lampiran 4	142
Lampiran 5	143
Lampiran 6	144
Lampiran 7	145
Lampiran 8	147
Lampiran 9	148

