

**REPACKAGING BUDAYA DALAM MANAJEMEN REPUTASI  
KERATON YOGYAKARTA SEBAGAI PUSAT KEBUDAYAAN  
JAWA**

**SKRIPS**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas

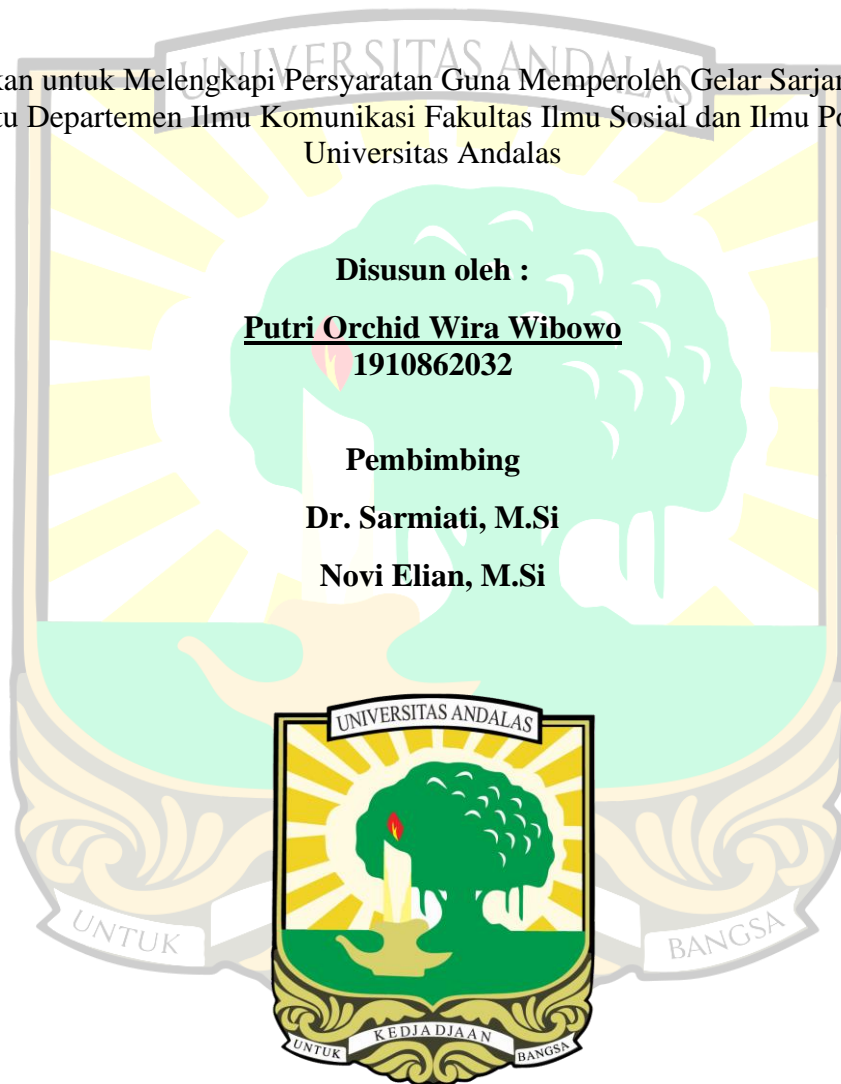
**Disusun oleh :**

**Putri Orchid Wira Wibowo**  
**1910862032**

**Pembimbing**

**Dr. Sarmiati, M.Si**

**Novi Elian, M.Si**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2023**

**ABSTRAK**  
**REPACKAGING BUDAYA DALAM MANAJEMEN REPUTASI**  
**KERATON YOGYAKARTA SEBAGAI PUSAT KEBUDAYAAN JAWA**

**Oleh:**  
**Putri Orchid Wira Wibowo**  
**1910862032**

**Pembimbing**  
**Dr. Sarmiati, M.Si**  
**Novi Elian, S.P, M.Si**

Keraton Yogyakarta sebagai pusat kebudayaan Jawa memiliki tanggung jawab besar dalam pelestarian dan pengembangan kebudayaan Jawa. Perkembangan zaman menjadi tantangan besar bagi Keraton Yogyakarta sebagai institusi kebudayaan Jawa dalam melestarikan dan mengembangkan nilai – nilai kebudayaan Jawa. Kemunculan proyek *repackaging* budaya Jawa merupakan salah satu langkah yang ditempuh oleh Keraton Yogyakarta untuk mendekatkan kembali budaya Jawa kepada generasi penerus. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam terkait upaya *branding* dalam pengelolaan reputasi Keraton Yogyakarta sebagai pusat kebudayaan Jawa. Peneliti menggunakan analisis teori *Place Branding*, *Brand Strategy* dan elemen reputasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proyek *repackaging* budaya Jawa merupakan bentuk upaya *branding* yang dilakukan Keraton Yogyakarta dengan melibatkan unsur pendidikan, sosial budaya, dan kebijakan pemerintah. Hasil penelitian juga menunjukkan *repackaging* budaya merupakan langkah yang dilakukan untuk mengelola reputasi Keraton Yogyakarta yang menghasilkan penilaian masyarakat akan Keraton Yogyakarta menjadi lebih terbuka dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Meskipun hingga saat ini belum seutuhnya kebudayaan Jawa kembali mengakar di kehidupan bermasyarakat Jawa.

**Kata Kunci : *Repackaging*, Kebudayaan Jawa, Keraton Yogyakarta, Reputasi.**

**ABSTRACT**

**CULTURAL REPACKAGING IN REPUTATION MANAGEMENT OF  
YOGYAKARTA PALACE AS THE CENTRAL STUDY JAVANESE  
CULTURE**

**By :**

**Putri Orchid Wira Wibowo**

**1910862032**

**Supervisor :**

**Dr. Sarmiati, M. Si**

**Novi Elian, S.P, M.Si**

*The Yogyakarta Palace as the center of Javanese culture has a big responsibility in preserving and developing Javanese culture. The development is a big challenge for the Yogyakarta Palace as a Javanese cultural institution in preserving and developing Javanese cultural values. The emergence of the Javanese cultural repackaging project is one of the steps taken by the Yogyakarta Palace to bring Javanese culture closer to the next generation. This research aims to analyze in-depth branding efforts in managing the reputation of the Yogyakarta Palace as a center of Javanese culture. Researchers use analysis of Place Branding theory, Brand Strategy, and reputation elements. The method used in this research is a qualitative method with a constructivist paradigm and a case study approach. Data collection methods were carried out by observation, interviews, and documentation. The research results show that the Javanese cultural repackaging project is a form of branding effort carried out the Yogyakarta Palace involving elements of education, social culture, and government policy. The research results also show that cultural repackaging is a step taken to manage the reputation of the Yogyakarta Palace which results in the assessment of the people of the Yogyakarta Palace as being more open and adaptive to current developments. Although until now Javanese culture has not yet fully taken root as the cultural protector of Javanese society.*

**Keyword : Repackaging, Javanese Culture, Yogyakarta Palace, Reputation.**